МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПЕЧАТИ

Факультет издательского дела и журналистики

Кафедра книжного бизнеса

(дневная форма обучения)

Внемагазинные формы книжной торговли

Выполнила:

Родионова А.А.

Группа Дккпк-4

Руководитель:

Каменская Н.Г.

Москва

2010

Интернет-торговля

Российской Интернет-торговле уже более 10 лет. За это время из крохотного сегмента книжной торговли, который поначалу никто в расчет не брал, образовался самостоятельный канал продаж, который пользуется большой популярностью у потребителей.

В чем причина столь быстрого роста? Без сомнения, основной двигатель развития электронной коммерции – быстрое увеличение количества пользователей сети Интернет, которые и составляют целевую аудиторию любого Интернет-магазина.

Это увеличение количества пользователей – одно из ключевых условий развития электронной книжной торговли, но далеко не единственное. Не менее важно правильно организовать логистическую цепочку, выбрать программное обеспечение, полностью отвечающее задачам компании, сформировать ассортимент таким образом, чтобы он отвечал запросам максимально широкого кругу читателей, выработать четкую стратегию продвижения книжного Интернет-магазина на рынке и др.

Продажа книг через Интернет-магазин – такой же бизнес, как и любой другой, со своей спецификой. Приносить ощутимый доход он начинает лишь при грамотной его организации. К сожалению, у российской книжной Интернет-торговли есть ряд проблем, которые пока что не решены. Из них можно выделить: медленная доставка заказов, путаница при комлектации, проблемы с электронными платежами и прочее. Все это снижает эффективность данного бизнеса и портит его имидж в глазах потребителя. Конечно, я не хочу сказать, что так делают все, но все равно есть определенный процент.

Интернет-магазины

Основная масса книжных Интернет-магазинов сосредоточена в Москве и Санкт-Петербурге, хотя количество магазинов в регионах начало тоже постепенно увеличиваться. Но пока что на долю этих двух крупных городов приходится 80% всех, в том числе и книжных.

По происхождению российские книжные Интернет-магазины можно разделить на три группы:

* Магазины, созданные непрофильными компаниями, с самого начала существующие как отдельны бизнес (Озон, Болеро)
* Магазины, созданные издательствами как дополнительный канал продаж книг компании-владельца (Альпина Бизнес Букс, Айрис-Пресс)
* Магазины на базе крупных книготорговых компаний и крупных розничных книжных магазинов (Библио-глобус, Топ-книга, Лабиринт)

Крупнейшие игроки в сегменте книжной Интернет-торговле России – магазин БОЛЕРО и магазин ОЗОН (www.ozon.ru). Об одно из них я расскажу чуть ниже.

По оценкам экспертов и некоторым данным компаний, совокупный оборот этих двух магазинов обеспечивает более 40% общего оборота книжной Интернет-торговли в России.

Среди большого количества задач, стоящих перед создателями книжного Интернет-магазина, можно выделить следующие:

* Организация своевременной комплектации и доставки заказов клиентам
* Организация диспетчерской службы и обратной связи для клиентов магазина
* Установка необходимого программного обеспечения
* Обеспечение качественной работы системы приема платежей, в т.ч. и электронных

По мнению экспертов, основная проблема книжной (и не только книжной) торговли в России через Интернет – это логистика. Время доставки заказа даже у лидеров рынка составляет не менее трех-четырех дней, это очень долгий срок. Нередки сбои в работе почты, что приводит к снижению качества сервиса доставки. Поэтому крупные Интернет-магазины тратят дополнительный средства на решение этих проблем, развивая альтернативные каналы доставки.

В результате, когда у покупателя возникает дилемма: пойти в обычный книжный магазин или заказать книгу в Интернет-магазине, выбор может быть сделан не в пользу Интернета.

Теперь можно немного рассказать о конкретном магазине.

OZON.RU

Этот Интернет-магазин был открыт в 1988 году и является одним из первых отечественных масштабных проектов в электронной коммерции. У его истоков стояла группа энтузиастов любителей фантастики и фэнтези из Санкт-Петербурга, создавшая Интернет-ресурс для обмена впечатлениями о любимых литературных жанрах и новых книгах. Вместе с обсуждением книг участники дискуссий активно интересовались и тем, где эти книги можно приобрести. Так родилась идея об открытии Интернет-магазина, который использовал бы созданный электронный библиографический каталог и в котором можно было бы приобрести обсуждаемые книги.

Создатели OZON.RU изначально ставили задачу построить эффективно действующий бизнес, который, с одной стороны, на основе собственной операционно-логистической базы обеспечивал бы прием, обработку и отправку заказов, с другой стороны, предлагал бы самые новые и удобные веб-сервисы, которые сделали бы покупки в Интернете максимально простыми, удобными и доступными самому широкому кругу русскоязычных пользователей в любой точке мира.

После переноса операционной базы Интернет-магазина из Санкт-Петербурга в Москву началось активное развитие проекта по всем направлениям. К существующим в ассортименте книгам и музыкальным дискам добавились видео-товары, компьютерные игры и программные продукты, открылся раздел букинистики и антикварных книг. А после стали доступны электроника, компьютерная техника, фототовары и мобильные телефоны.

Таким образом, за эти годы OZON.RU прошел путь от магазина культурных товаров до сетевого супермаркета с самым широким в Рунете ассортиментом товаров: сегодня для выбора и оформления заказа доступны более 500000 наименований товаров.

По данным количественного исследования, проведенного в марте 2009 года, 93% постоянных пользователей Интернета знают данный магазин, более 47% опрошенных покупают постоянно. Большая часть клиентов (65%) старше 19, но моложе 35 лет, при этом мужчины (57%) преобладают над женщинами. Ежедневно на сайт OZON.RU заходят более 300000 посетителей.

Преимуществом сайта является его справочно-информационная часть, а именно библиография, каталог фильмов и дискография, база персоналий, архив авторских рецензий и обзоров, которые обединены единой системой ссылок и взаимосвязей. Большую часть контента сайта посетители могут создавать самостоятельно, используя пользовательские персональные страницы, систему отзывов и рейтингов

MAGAZINE – это раздел сайта, в котором журналисты и обозреватели пишут эксклюзивные рецензии на книги, рассказывают о новых фильмах и последних музыкальных альбомах, а писатели, актеры, режиссеры и музыканты размышляют о жизни и творчестве. Здесь же можно найти советы о том, какой подарой купить любимому человеку, как правильно выбрать компьютер или телефон, в каком театре провести вечер, а также выиграть билеты на концерт или спектакль.

Ассортимент Интернет-магазина разделен на большие разделы, товары в которых собраны в постоянно обновляемые рубрицированные каталоги. Чтобы найти необходимый товар, можно воспользоваться и системой поиска, которая позволяет осуществлять эффективный и быстрый поиск по самому широкому спектру параметров, которые в обычных магазинах недоступны. Каждый товар помещен на отдельной странице и снабжен фотоизображением, подробным описанием, указанием необходимых выходных данных.

С OZON.RU работает компания "О-курьер", предлагающая современные высококачественные услуги по приему, обработке и доставке заказов. Компания обеспечивает:

- телефонный контакт с клиентом и достижение договоренности о сроках и месте доставки заказа

- доставку заказа клиенту курьером или выдачу на ПВЗ

- прием наличных денег от клиента, их инкассацию и перечисление на расчетный счет компании-продавца

- вручение клиенту комплекта необходимых документов, включая кассовый чек

- прием и обработку возвращаемых клиентами заказов

- предоставление компании-продавцу отчета о проделанной работе.

Напряженная творческая работа сотрудников компании и доверие миллионов посетителей и пользователей сделали OZON.RU одним из самых известных Интернет-магазинов в России.