**Махсуда Тилляшайхова**

**(Ташкент, Узбекистан)**

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К РЕШЕНИЮ ВОПРОСА ОТКРЫТИЯ ИВНЕДРЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Интернет-торговля в Узбекистане активно и широкомасштабно развивается, увеличивается число пользователей Интернета, а вместе с ними и количество онлайн-покупателей. При этом конкуренция между Интернет-магазинами не так уж и велика, к примеру, в торговом мире количество Интернет-магазинов в каждом сегменте рынка исчисляется сотнями.

Как прогнозируют эксперты, у участников электронного рынка есть еще несколько лет для того, чтобы открыть Интернет-магазин и закрепиться на рынке. Для начала это может быть какой-нибудь небольшой проект, но со временем и новыми инвестициями может развиваться до крупного Интернет-магазина.

На сегодняшний день [рынок электронной коммерции](http://predprinimatel.ru/practice/perspectivi_razvitia_internet_biznesa/internet_kommerciya) в Узбекистане активно развивается и открыт для появления новых участников. Сложились благоприятные условия для открытия Интернет-магазина и, в первую очередь из-за того, что в стране уже сформировалось необходимое количество Интернет-пользователей, которые готовы совершать онлайн-покупки. Мировая статистика гласит, что когда количество Интернет-пользователей превышает 10% от всего населения страны, рынок электронной коммерции начинает бурно развиваться. Узбекистан эту цифру уже давно преодолела, в стране насчитывается более 10 миллионов Интернет-пользователей.

Рассмотрим один из ключевых вопросов, который беспокоит всех Интернет-магазинщиков: **как открыть и внедрить Интернет-магазин**и из каких этапов состоит этот процесс? Можно предлагать следующие этапы открытия Интернет-магазина:

- [поиск ниши для Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#1);

- [разработка бизнес плана для Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#2);

- [поиск поставщиков для Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#3);

- [выбор названия для Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#4);

- [создание сайта Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#5);

- [налоги и системы налогообложения Интернет-магазина](http://edu.e-pepper.ru/kak-otkryt-internet-magazin-poshagovaya-instrukciya/#6).

*Поиск ниши для Интернет-магазина.* Итак, именно этот этап должен стоять во главе любого начинания, связанного с бизнесом. Вопреки сложившемуся мнению, можно рекомендовать идти в этом порядке и стараться соблюдать всю последовательность действий. Поиск ниши для будущих продаж необходимо проводить согласно следующим критериям оценки:

- оценка ваших личных и личностных возможностей. Под этой фразой мы подразумеваем сразу несколько моментов: оценка материальных возможностей, оценка умений, знаний и навыков;

- оценка рынка. Не менее важный критерий. Сюда входит всестороннее изучение рынка, на который вы планируете выходить (объем, потенциал, конкурентноспособность и т.п.).

*Разработка бизнес плана для Интернет-магазина.* Это второй не менее важный этап, который поможет вам в поиске ответа на вопрос: ***«как открыть Интернет-магазин?»****.* Бизнес-план должен быть руководящим документом. В нем должен быть отражено максимальное количество деталей и подробностей, в том числе те, которые были собраны еще на этапе поиска ниши и изучения текущего положения дел на рынке.

Среди ключевых пунктов, которым вы должны уделить внимание при подготовке собственного бизнес плана магазина, должны быть характеризующие факторы вашей аудитории, ее покупательские портреты и способности; описание рынка и его емкость; детальная характеристика будущего товарного ассортимента; затраты на открытие и запуск Интернет-магазина, а также затраты на поддержание его работы до выхода в точку безубыточности (ежемесячные/квартальные затраты) в разных срезах — фонд заработной платы, закупки поставщиков, рекламные бюджеты, сопутствующие расходы; а также прогнозы по доходности будущего бизнеса.

*Поиск поставщиков для Интернет-магазина*. Отчасти этот этап пересекается с первыми двумя, и, возможно, даже является их неотъемлемой составляющей, т.к. без предварительного понимания себестоимости товара, а также его имеющегося ассортимента и количества, сложно просчитать возможные объемы поставок и заложить их в бюджет. Несмотря на это, мы все же выделяем этот этап в отдельный пункт и рекомендуем пристально к нему присмотреться. Где можно найти поставщиков для Интернет-магазина? На самом деле, список очень большой: начиная с разнообразных каталогов и «желтых» страниц, и, заканчивая тематическими выставками, которые регулярно проводятся по всему миру.

На что стоит обратить наиболее пристальное внимание? На цены, объемы и условия, которые постарается навязать практически любой более или менее современный поставщик, т.к. его задача — продавать в больших объемах и не держать свои склады забитыми.

*Выбор названия для Интернет-магазина.* Наиболее ответственные и затратные этапы открытия магазина уже позади, поэтому можно немного расслабиться и проявить немного креативности — придумать название для будущего бизнеса. Не будем слишком заострять внимание на этом моменте, дадим всего пару ключевых советов: запоминаемость и произносимость. Именно эти пункты отвечают за самое важное — как название и доменное имя Интернет-магазина будут звучать в сознании будущих клиентов, насколько легко и быстро запомнятся.

*Создание сайта Интернет-магазина.* Можно сказать, что это ещё один из списка наиболее ответственных шагов при открытии Интернет-магазина. От того, насколько грамотно и эффективно будут выстроены все механизмы работы сайта, интерфейса и дизайна, зависит успех его будущей работы. Продуманность и удобство полностью отражаются в уровне конверсии посетителей в покупателей (за исключением независящих от сайта факторов: уникального торгового предложения, условий обслуживания и прочего).

На что нужно обратить более пристальное внимание: выбор платформы или сети, на которой будет работать Интернет-магазин. Не надо гоняться за бесплатными движками, под бесплатные движки не всегда можно найти готовые технические решения (модули) или вообще найти для них адекватных программистов.

Проектирование дизайна сайта Интернет-магазина очень важный момент, на который многие начинающие магазинщики просто не обращают внимания и полностью доверяются дизайнерам. Между тем, Интернет-магазины существенно отличаются от обычных сайтов: главная цель Интернет-магазинов — «продавать информацию», а не просто ее показывать. Именно поэтому можно рекомендовать тщательно подбирать дизайнеров и проектировщиков для будущих магазинов.

*Налоги и налогообложение Интернет-магазина, его регистрация в налоговой инспекции.* Решение вопроса о том, как открыть Интернет-магазин, напрямую связано с тем этапом, подойти к которому все почему-то боятся. Это выбор формы собственности для будущего магазина, выбор системы налогообложения и сама процедура похода в налоговую службу с целью постановки своего бизнеса на учет.

В качестве реального примера можно привести международную рекламную платформу компании PerfectInternet( [www.myperfectinter.net](http://www.myperfectinter.net) ). Это компания ведет современную рекламу широкий спектр товаров и услуг в международном Интернет-магазине.

При этом продавец с помощью своего информационного сайта или же специально созданных блогов вставляет свои товары и услуги с указанием полной информации о них ( http://muxtabat 3004.blogspot.com/2014/01/colored-pitcher.html,http://muxtabar6007.blogspot. com/2014/01/colored-salad-bowl.html, <http://muxtabar314.blogspot.com/2014/01/> plate-with-blue-piping.html).

Покупатель выбирает товаров и услуг из сайта в реальном масштабе времени, выполняет необходимые процедуры покупки, производит оплату (выбрав при этом различные методы оплаты - банковский и денежный перевод, оплата через различных электронных платежных систем WebMoney, PerfectMoney, E-gold и др.) и в зависимости от условия поставки получает товар. В настоящее время в вышеуказанной международной рекламной платформе широко рекламируется и продается широкий ассортимент товаров национальных народных ремесленников.

**Литература:**

1. Информационные технологии управления [Текст] : учеб. пособие для вузов / Под ред. проф. Г. А. Титоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 280 с.
2. Информационные технологии в статистике [Текст] : учебник для студ. вузов, обучающихся по специальности "Статистика" / Под ред. проф. В. П. Божко и проф. А. В. Хорошилова. - М. :Финстатинформ, 2002. - 144 с.
3. Козырев, А. А. Информационные технологии в экономике и управлении [Текст] : учебник / А. А. Козырев. - 2-е изд. - СПб : Изд-во Михайлова В.А., 2002. - 360 с. - Библиогр.: с. 348-356 (230 назв.). Предм. указат.: с. 357-358.
4. [www.myperfectinter.net](http://www.myperfectinter.net)