

Алена Коробка

# НА ЧЕМ они зарабатывают

## БИЗНЕС-МОДЕЛИ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

С развитием и широким распространением Интернета в Глобальную сеть постепенно перешла и коммерция. Сегодня в Украине онлайн-торговля составляет серьезную конкуренцию торговле в офлайне. Так, по данным исследования компании InMind, онлайн-покупки во втором квартале 2010 года делали уже 66% украинских интернет-пользователей.

**П**реимущества онлайн-покупок очевидны: товар дешевле, чем в традиционных магазинах, так как владелец не несет дополнительных расходов на аренду торговой площади и в целом имеет меньшие операционные расходы, а ассортимент товара на интернет-площадке гораздо больше. К тому же покупатель не тратит время на посещение магазина и переезд от одной торговой точки к другой, а может посмотреть ассортимент нескольких магазинов, не отходя от компьютера. Риска, связанного с невозможностью потрогать товар, украинцы уже научились избегать: они сначала выбирают товар в Интернете, затем осматривают его в офлайн-магазине, а потом покупают в онлайн.

Готовность отечественной интернет-аудитории к покупкам приводит к увеличению количества онлайн-площадок, повышается и качество действующих. Рассмотрим бизнес-модели, по которым работают торговые онлайн-площадки.



Онлайн-торговля в Украине сосредоточена в интернет-магазинах, на досках объявлений, форумах и интернет-аукционах. Интернет-магазины (Rozetka.ua, Fotomag.com.ua, Allo.ua) стремятся избежать статуса продавца-инкогнито, который всегда присутствует в Глобальной паутине. На своем сайте интернет-магазин, уважающий потенциальных клиентов, старается представить максимум информации о себе (контакты для связи онлайн и по телефону, информацию о руководстве и специализации магазина, реквизиты частного предпринимателя или компании – владельца интернет-магазина и т. д.), чтобы создать атмосферу доверия вместо безликости и чтобы пользователь понимал, у кого приобретает товар.

При этом качественных и грамотно организованных интернет-магазинов в Украине пока мало. В основном они представляют собой красиво оформленные сайты, но выложенный на интернет-витрине товар зачастую отсутствует на складе или его доставки приходится ждать дольше заявленного срока. Покупателей отпугивает отсутствие гарантийного ремонта и гарантии доставки товара. Из массы интернет-магазинов сложно выбрать тот, которому действительно можно доверять, ведь системы рейтинга не существует, можно лишь собирать отзывы об отдельных интернет-магазинах на разных сайтах.

**Интернет-магазины** вкладывают деньги не только в закупку товара, но и в создание качественного сайта с удобным интерфейсом, его раскрутку, продвижение и удержание верхних позиций в поисковиках. А зарабатывают, как и традиционные магазины, на разнице между ценой продажи и закупки.

В последнее время в Уанете становится все больше **сайтов сравнения цен** (Price.ua, Hotline.ua, Nadavi.com.ua, Vcene.ua). Их можно рассматривать как надстройку



над интернет-магазинами. Они привлекают потребителей большим ассортиментом, актуальными ценами и таргетингом по городам (полезной функцией для человека, который, например, хочет быстро купить товар в своем городе). Выбрав на сайте сравнения цен товар, подходящий по цене, потенциальный покупатель переходит на сайт интернет-магазина, на котором получает дополнительную информацию о товаре и самом магазине. Удобный механизм сравнения цен, множество магазинов и торговых площадок, с которыми сотрудничает портал, а также его грамотная раскрутка и постоянное продвижение – основные критерии популярности сайтов сравнения цен среди пользователей.

Бизнес-модель таких ресурсов основана на получении прибыли за переходы пользователей на сайты интернет-магазинов, то есть можно сказать, что сайты сравнения цен «продают» пользователей в розницу.

Если интернет-магазины, привлекающие покупателей самостоятельно или через сайты сравнения цен, имеют единый механизм доставки (например, доставка курьером, транспортными компаниями, наложенным платежом, Укрпочтой) и возврата товара (если таковой предусмотрен), то все остальные виды интернет-площадок чаще всего предусматривают личную договоренность о доставке товара с частными лицами.

Купить желанный товар можно также на **досках объявлений** (Slando.ua, Emarket.ua), где каждый желающий может бесплатно разместить сообщение о продаже или, например, о сдаче чего-нибудь в аренду. Пример доски объявлений – сайт продажи авто- или мототехники: пользователь размещает объявление о продаже, описывает свое авто, добавляет его фото и оставляет свои координаты. После этого он может получать сообщения о комментариях к своему объявлению на свой электронный адрес и принимать звонки от потенциальных покупателей.

Скорость продажи товара в этом случае зависит от популярности ресурса, на котором размещено объявление (а еще лучше публиковать его на нескольких популярных ресурсах сразу), и от цены, ведь чаще всего в результатах поиска товар будет конкурировать с аналогичными предложениями по параметрам и цене. Доски объявлений, как и другие торговые интернет-площадки, инвестируют в создание удобного интерфейса, механизма поиска и сравнения, продвижение своего сайта, а зарабатывают, получая от пользователей деньги за перемещение объявления на первые позиции при выдаче поискового запроса.

Еще один вариант доски объявлений в онлайн, работающий целенаправленно с сегментом «бизнес для бизнеса», – **бизнес-каталоги предприятий**. На таких сайтах предприятия бесплатно размещают краткую информацию о себе и своих товарах, а на платной основе могут представить полную информацию о себе и добавить большое количество товаров в каталог. Взамен сайт-каталог рекламирует отдельные страницы предприятий в контекстной рекламе, а также внутри самого сайта-каталога. Лидер этого сегмента – Prom.ua. Этот

каталог хорошо индексируется поисковиками благодаря большому каталогу товаров и фактически уже перешел в сегмент B2C: базу товаров чаще просматривают потенциальные покупатели, а не предприятия, ищущие контакты для сотрудничества.

По такому же принципу работают **форумы** (тематические или городские), которые прежде всего являются местом общения пользователей. Здесь можно создать новую тему в соответствующих разделах и бесплатно опубликовать в ней свое объявление о продаже или покупке. Скорость продажи будет зависеть от раскрученности форума, но еще больше – от регулярного перемещения объявления на первые позиции в разделе (и почти неважно, будет ли сам создатель сообщения периодически писать «Ап!» или «Продается», отвечать на вопросы заинтересовавшихся или там будут писать флуд). Из недостатков форумов следует отметить неудобный механизм поиска.

Форумы в основном не предусматривают принципа монетизации. Зарабатывают же они за счет продажи рекламы на своем сайте, а некоторые и за счет размещения платных новостей и статей. Поэтому чем популярнее форум, тем больше пользователей на нем общаются, тем дороже могут стоить на нем рекламные площадки.

**Интернет-аукцион** – это прежде всего площадка, действующая по своим внутренним правилам, на которой пользователь может, с одной стороны, выступить в роли продавца, а с другой – в роли покупателя и купить товар у других продавцов. Главное отличие этого ресурса от любой другой площадки – огромное предложение товаров (в этом аукцион схож с сайтами сравнения цен и досками объявлений). Однако сделка купли-продажи происходит на самом аукционе, и этим он напоминает интернет-магазин. Соответственно, покупатель получает огромное предложение товаров на уровне сервиса магазина. Более того, интернет-аукцион имеет свою внутреннюю систему рейтинга пользователей, историю их поведения на аукционе – информацию о проведенных сделках, отзывы контрагентов.

Все это доступно другим пользователям и, соответственно, покупая или продавая что-то, каждый участник интернет-аукциона может оценить надежность контрагента по сделке. Такая информация для «безличного» Интернета одна из самых важных, ведь, согласно тому же опросу, проведенному компанией InMind, 40% респондентов не делают покупки в онлайн, потому что не доверяют онлайн-продавцам.

Бизнес-модель интернет-аукциона в общем-то проста: интернет-аукцион тратит средства на рекламу своего ресурса, то есть привлекает покупателей, а источником прибыли является комиссия от каждой совершенной сделки, которую платят продавцы. Комиссия зависит от категории товара и его цены.

Самый известный интернет-аукцион в мире – eBay, на втором месте – группа аукционов Allegro. В Украине же лидер этого сегмента – Aukro.ua. ■