

ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ МАЛОГО ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В роботі висвітлено особливості застосування Інтернет-магазину як інноваційного інструмента підвищення ефективності малого поліграфічного бізнесу, розкрито вплив Інтернет-технологій на розвиток суб'єктів малого підприємництва. Наведено статистику росту веб-комерції та проведено дослідження впливу використання Інтернет-магазину на зростання доходів конкретного поліграфічного підприємства. Робота включає 7 сторінок, 3 підрозділи, 2 рисунки, 1 таблицю та 5 літературних джерел.

In this work, the application features online store as innovation tool to enhance small business, reveals the impact of Internet technologies to develop small businesses. The statistics of growth of Web commerce, and analysed the influence of online store revenue growth for the particular printing company. The article includes 7 pages, 3 units, 2 figures, 1 table and 5 of literary sources.

Вступ. В пошуках нових інструментів підвищення ефективності ведення фінансового-господарської діяльності суб'єкта господарювання, підприємець звертається до нових інноваційних інструментів та методів, які допомогли б подолати вплив кризових явищ на діяльність підприємства. Одним з таких інструментів є використання інтернет-технологій в господарській діяльності. Використання інтернет-технологій дозволяє розширити сферу діяльності підприємства та сегмент зацікавлених осіб в продукті компанії, а також оптимізувати його роботу і заощадити на рекламі своєї продукції чи послуги.

Результати дослідження, які представлені в даній статті, висвітлені у Збірнику праць науково-практичної конференції «Розвиток підприємництва як фактор росту національної економіки» від 25.11.2010 р.

Актуальність дослідження визначена зростанням ролі використання інтернет-технологій та веб-засобів для ведення ефективного поліграфічного бізнесу, особливо для суб'єктів малого бізнесу.

Постановка задачі. Перед дослідженням було поставлено декілька цілей. По-перше, визначити роль інтернет-технологій та, безпосередньо, інтернет-магазину в діяльності підприємства малого бізнесу. По-друге, оцінити позитивний чи негативний економічний ефект від впровадження механізму інтернет-продажу для малого поліграфічного підприємства, яке досліджувалося. По-третє, спрогнозувати можливі фінансові надходження від використання інтернет-магазину для цього підприємства.

Методологія. В процесі проведення дослідження використовувались наступні методи: експертний метод та метод аналізу відносних показників фінансового стану підприємства. Основним методом виступає експертний метод, оскільки він дає можливість здійснити відносну оцінку очікуваного ефекту від використання інтернет-технологій для суб'єкта малого бізнесу.

Результати дослідження. На сьогоднішній день застосування всіх можливостей та сервісів Глобальної Мережі Інтернет є актуальним. Кожний десятий суб'єкт господарювання, який здійснює підприємницьку діяльність на території України, має власний інтернет-сайт з інформацією про власну компанію та послуги чи продукцію, що реалізує. З них приблизно третина використовує такий різновид веб-сайтів, як інтернет-магазин, тобто сайт, через який здійснюється продаж продуктів фірми. Ще більша кількість підприємців використовує сервіси інтернет-реклами для популяризації свого підприємства серед користувачів Інтернету.

Таким чином, за неофіційними даними на початок 2011 року на території України працює 10 тисяч інтернет-магазинів, з них лише 3000 зареєстровані та ведуть офіційну діяльність. Загальна тенденція показує, що ринок інтернет-послуг зростає щорічно на 20-40%, в залежності від сегменту (рис.1)[3].



Рис. 1. Обсяги зростання інтернет-комерції в Україні за останні 8 років

З усіх секторів електронної комерції - G2B, B2G, B2B, B2C, C2B і C2C - в Україні певного розвитку набув сектор B2C (Business-to-Customer), та й то переважно у вигляді інтернет-магазинів з мінімальними функціями реклами, готівкової оплати та доставки товарів додому [5].

За статистичними даними, сьогодні близько 30% користувачів регулярно роблять покупки в Інтернеті (дані Genius Ukraine), завдяки чому в січні цього року частка он-лайн-продажів склала 7,5% обсягу роздрібної торгівлі (дані GFK-Україна) і ця цифра зростає щорічно прискорюючи темпи [2].

Для малого поліграфічного підприємства «Гама-Принт» створення інтернет-магазину було запропоновано в рамках розробки комплексу заходів з поліпшення фінансових результатів діяльності цього підприємства.

В результаті дослідження результатів фінансової діяльності приватного підприємства «Гама-Принт» за чотири роки (з 2006 року по 2009 рік включно) було виявлено, що в період з 2006 року по 2008 рік підприємство показувало позитивну тенденцію показників прибутковості, рентабельності, ділової активності, фінансової стійкості та ліквідності активів, але у 2009 році по деяких показниках ця тенденція змінилась на негативну. Так, показники незалежності від зовнішнього фінансування, прибутковості та рентабельності (рентабельність на одну гривню продукції) показали тенденцію спадання, що є негативним явищем для компанії. Проаналізувавши отримані результати дослідження та здійснивши горизонтальний і вертикальний аналіз балансу підприємства (Форма 1) та звіту про фінансові результати (Форма 2), ми встановили, що підприємство значно скоротило об'єми випуску продукції. Це може бути викликано як дефіцитом фінансових ресурсів для розширення виробничої діяльності, так і спадом попиту на продукції та поліграфічні послуги. Також було виявлено значну дебіторську заборгованість, яка утворилася в результаті надання значних об'ємів товарних кредитів для замовників, які не змогли вчасно за ними розрахуватися. Залежність від зовнішнього фінансування також має свої причини, з яких головними є значний довгостроковий кредит на розширення підприємницької діяльності та дефіцит власних грошових ресурсів (переважно в готівковій формі), що викликає потребу в запозиченні нових короткострокових кредитів [1].

Після отримання цих негативних результатів по фінансовому стану підприємства, було запропоновано ряд заходів для виправлення ситуації, серед яких: загальна модернізація виробництва, збільшення обсягів випуску продукції за рахунок зменшення собівартості продукції, методом пошуку нових постачальників матеріалів аналогічної якості, але за дешевшою ціною.

Пропонувалося використання інших видів фінансової діяльності, серед яких - розробка потужної рекламної кампанії та здавання в оренду вільних приміщень (робочих місць та частини складських приміщень). Ще одним заходом може стати факторинг, що дозволить гарантовано повернути несплачені кошти за надані комерційні кредити.

Окремо авторами було виділено пропозицію зі створення та запуску проекту інтернет-магазину для поліграфічного підприємства, як сучасної бізнесової інтернет-технології. Обґрунтування доцільності використання інтернет-магазину для малого поліграфічного підприємства було викликано декількома умовами: по-перше, інтернет-магазин буде виконувати роль інформаційного сайту, що дозволить популяризувати компанію та її послуги серед користувачів Інтернету. Друга умова — інтернет-магазин дозволить скоротити час на оформлення замовлення, що зменшить строк його виконання.

По-третє, інтернет-магазин дозволить розширити коло потенційних замовників поліграфічної продукції (особливо на товари оперативної поліграфії). Четверта умова - це можливість використання інтернет-реклами для ефективного просування своїх послуг та донесення інформації до кінцевого споживача.

1. Інтернет-магазин малого поліграфічного підприємства. Основна ідея створення інтернет-магазину - запуск веб-сайту, на якому можливо за допомогою візуального редактора в режимі он-лайн створити будь-який товар оперативної поліграфії (візитівки, бланки, папки, флаєра, інформаційні листи та інше), при можливості завантаження необхідного шаблону.

На створення програмної частини та дизайну сторінок інтернет-магазину з врахуванням фірмового стилю поліграфічного підприємства необхідно близько 40 робочих днів. Загальна вартість робіт по розробці сайту становить 14 тисяч гривень, в тому числі: створення унікального дизайну (термін 10 календарних днів) – 4 тис. грн., розробка програмної частини (термін 20 календарних днів) – 8 тис. грн., заливка інформаційних блоків, робота з першочерговим контентом та тестування (термін 10 календарних днів) – 2 тис. грн.[4].

Головні параметри інтернет-магазину сформульовано наступним чином:

1. сайт буде створений на базі системи управління змістом сайту (CMS);
2. сайт матиме україномовну та російськомовну версії для зручного користування різними користувачами;
3. для інтернет-магазину буде розроблений власний дизайн з врахуванням фірмових стилю, логотипу та кольорів;
4. програмна частина включатиме розробку декількох форм он-лайн-замовлення та зворотного зв'язку для оформлення он-лайн - замовлення та зв'язку з консультантами-менеджерами;
5. будуть розроблені спеціальні форми для створення індивідуальної візитівки, бланків та інших товарів оперативної поліграфії, або на базі існуючих прикладів, або за допомогою завантаження власного фонового зображення та використання можливостей графічного редактора;
6. форма створення візитівки повинна бути з фотографією замовника;
7. буде використана спеціальна програма формування електронного рахунку з сумою замовлення для здійснення інтернет-оплати;
8. інформаційні сторінки дозволять надати повну інформацію про фірму, її діяльність, товари, їх характеристики та можливості співробітництва.

Отже, інтернет-магазин дозволить створювати товари оперативної поліграфії в онлайн-режимі, які після підтвердження замовлення будуть автоматично надходити до поліграфічного підприємства «Гама-Принт», де замовлення буде опрацьоване [4].

Розглянемо приклад створення поліграфічної продукції на прикладі замовлення та виготовлення візитної картки.

Форми замовлення візитної картки матимуть різні можливості. Перша форма (рис.2) дозволить створювати візитну картку на основі шаблону. Перед користувачем буде декілька шаблонів зовнішнього вигляду візитної картки, серед яких він зможе обрати потрібний. Після обрання шаблону користувачу стане доступна електронна форма, у якій з лівої сторони вказані поля для заповнення реквізитів замовника, а з правої сторони - зовнішній вигляд візитної картки. При цьому дані, що вводяться клієнтом, будуть автоматично відображатися на шаблоні візитної картки.

The screenshot shows the 'fotoboo.me' website interface for creating business cards. At the top, there are navigation links: 'Войти', 'Регистрация', 'ДЕМО', 'Как заказать?', 'Контакты', 'О визитках', 'Обратная связь', and 'Отправить другу'. The main navigation bar has three tabs: 'Визитки с твоим фото', 'Готовые визитки', and 'Визитки с твоим дизайном'. The 'Готовые визитки' tab is active.

On the left, there is a '1 Редактирование' section with a form for entering contact details:

- Компания:
- Имя:
- Фамилия:
- Должность:
- Адресная строка №1:
- Адресная строка №2:
- Телефон 1:
- Телефон 2:
- e-mail@web.com:
- www.web.com:

The main preview area shows a business card template with the following text:

Компания
Имя Фамилия
Должность
Адресная строка П1
Адресная строка П2
Телефон 1
Телефон 2
e-mail@web.com
www.web.com

Below the preview are two buttons: 'Очистить поля' and 'Заказать'. Below that is a '2 Выберите вариант визитки' section with a dropdown menu 'Все категории' and a grid of various business card design templates.

Рис. 2. Форма замовлення візитної картки методом шаблону

Використання форми з конструктором створення візитки дозволить не тільки заповнювати текстову інформацію, алей й завантажити власний дизайн чи логотип, який потім можливо розмістити на продукції. Після цього необхідно підтвердити своє замовлення. Форма для створення візитки з фото дозволить завантажити фото клієнта і додати необхідну текстову інформацію.

2. *Рекламна кампанія засобами Інтернет.* Для того щоб потенційні споживачі користувалися цим он-лайн-сервісом, необхідно використовувати інтернет-рекламу. Найбільш популярні сервіси інтернет-реклами: Google Adwords, Яндекс, Директ та інші. Ефективність інтернет-реклами визначається тим, що вона приваблює до 35% візуального сприйняття, на

противагу газетній рекламі (до 2%) і рекламі на ТВ (до 15%). Спрогнозований авторами обсяг витрат на старт реклами інтернет-магазину наведено в табл.1 [2].

3. *Очікувані доходи від використання інтернет-магазину для малого поліграфічного підприємства.* Беручи до уваги ті дані, що щоденно сторінки інтернет-магазинів в Україні відвідують до 20 тисяч людей, з яких до 2% людей стають покупцями товарів чи замовниками послуг, можливо розробити певний план очікуваних доходів на основі відвідуваності інтернет-магазину [4].

Для інтернет-сайту поліграфічного підприємства можливо встановити рівень покупців, з загальної кількості відвідувачів ресурсу, на рівні до 5%. За перші шість місяців роботи інтернет-магазину може бути отримано до 6300 грн. (дивись табл.).

Таблиця

Прогнозований дохід та витрати на інтернет-магазин ПП «Гама-Принт»

№ п.п	Місяць	Кількість покупців	Очікуваний дохід (грн)	Витрати на інтернет-рекламу (грн)
1	Січень 2011	1	100-150	800
2	Лютий 2011	1-2	100-300	800
3	Березень 2011	2-4	200-600	800
4	Квітень 2011	5-7	500-1050	1000
5	Травень 2011	6-11	600-1650	1000
6	Червень 2011	11-17	1100-2550	1200
Всього		Максимально 42	2600-6300	5600

Таким чином, через 12 місяців функціонування цього інтернет-магазину щомісячний дохід становитиме в середньому 3000 грн., при відвідуваності 200 осіб в день. Термін окупності створення інтернет-магазину при цьому буде становити не менше 10 місяців, що є цілком задовільним показником.

Висновки. Доведено, що використання малим підприємством власного інтернет-магазину з метою інтенсифікації продажу власної поліграфічної продукції та проведення рекламної кампанії для просування цієї продукції допоможе підприємству не тільки отримати додатковий прибуток, але й розширити сферу діяльності, сегменти збуту і кількість клієнтів.

Наукова новизна полягає в тому, що на даний час дослідження впливу інтернет-технологій на ведення малого бізнесу майже не проводиться. Саме це і визначає наукове значення даного дослідження – отримання нових даних про

теоретичні і практичні аспекти застосування електронної комерції для підвищення ефективності діяльності малого підприємства у результаті здійснення наукового пошуку та практичного впровадження нових заходів та інструментів підвищення ефективності малого бізнесу.

Практичне значення полягає в можливості застосування інтернет-магазину для малих поліграфічних підприємств. Результати дослідження можуть бути рекомендовані до практичного застосування.

Література

1. Економіка підприємства: Навч. посібник / [П.В. Круш, В.І. Подвігіна, Б.М. Сердюк та інші]; За заг. ред. П.В. Круша – К. :Ельга–Н, КНТ, 2007. – 780с.
2. Мельник О.В. – Електронна комерція: онлайн підручник – <http://intkonf.org/melnik-ov-elektronna-komertsiya-yak-skladova-chastina-elektronnogo-biznesu/>
3. Вплив інтернет-технологій на підприємницьку діяльність суб'єктів господарювання України : збірник тез за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф., 25 листопада 2010 р. / М-во освіти і науки України, Національний технічний університет України „КПІ”. — К.:Політех. 2010. — 202 с.
4. Онлайн видання «Дзеркало тижня» – стаття «Всі пішли в онлайн! » – <http://www.dt.ua/2000/2675/69260>