

ВАРИАНТЫ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КОМПАНИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

М.В. Воронина

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: lady.margo1994@yandex.ru

Научный руководитель: Рыжкова М.В., канд. экон. наук, доцент

Выделены виды сайтов для представления информации о фирме, проанализированы два из них: интернет-магазин и сайт визитка, описаны случаи применения каждого из них. Представлены рекомендации по открытию интернет-магазина. Выделены случаи, когда создания сайта не требуется.

Интернет-экономика (электронная экономика) – экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях. Речь идёт не столько о разработке и продаже программного обеспечения, сколько об электронных товарах и сервисах, производимыми электронным бизнесом и электронной коммерции [1].

Электронная экономика не ограничивается бизнесом электронной торговли и сервисов, а затрагивает каждый аспект жизни: здравоохранение, образование, интернет-банкинг и т. д.

Экономика российского Интернета вырастает по итогам 2013 года на 26% и составляет более 700 млрд рублей. Такие данные приводятся в докладе Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) и Высшей школы экономики "Экономика Рунета 2013" [2].

В 2012 году объем интернет-экономики России достиг 1,3% ВВП. Основными источниками роста в 2012 году выступали рынки контента и сервисов (563 млрд рублей) и электронные платежи (268,7 млрд. рублей), а также онлайн-бронирование туристических услуг (153,2 млрд. рублей). Согласно прогнозам РАЭК, по итогам года рост во всех этих сегментах замедлится. Объем рынка онлайн-ритейла может вырасти на 22% (до 347,6 млрд. рублей), электронных платежей – на 28% (до 344 млрд), а бронирования – на 29% (197,6 млрд. рублей).

В 2012 году замечают первые "выходы" из инвестиционных проектов, они составили около 5%. В 2013 году пока наблюдается снижение объемов инвестирования в Интернет. Но связывается это не со снижением экономики, а с непрозрачностью инвестиционного рынка. Многие бизнес-ангелы и фонды не хотят давать публичную информацию о сделках [2].

Выделяют следующие виды сайтов:

- Интернет-портал – содержит большое число ссылок на другие сайты Интернета. При помощи портала каждый посетитель выбирает для себя то, что ему нужно.
- Тематический сайт – сайт, который предоставляет специфическую узкотематическую информацию по какой-либо теме.
- Сайт-визитка – это небольшой сайт, на котором компания (или частный предприниматель) представляет основную информацию о себе, своих товарах или услугах. Сайт-визитка позволяет компании предстать перед потенциальными клиентами в выгодном для себя свете, показать свои лучшие стороны: только главное – ничего лишнего.
- Интернет-магазин – сайт, позволяющий организовать процесс торговли подобно реальному магазину. Содержит каталог продукции, с помощью которого

можно заказать необходимые товары. Используются различные системы расчётов: от пересылки товаров наложенным платежом или автоматической пересылки счета по факсу до расчётов с помощью пластиковых карт.

В сети Интернет отдельной фирме целесообразно сделать выбор между двумя типами сайтов – интернет-магазином или сайтом визиткой. Обоснуем выбор каждой из форм представительства в глобальной сети.

Интернет-магазин

Преимущества интернет-магазина:

- Создание онлайн-витрины, на которую может взглянуть каждый интернет-пользователь;
- Формирование базы потенциальных клиентов;
- Круглосуточная работа;
- Нет потребностей в продавцах;
- Снижение издержек по оплате аренды и электроэнергии;
- Полная информация о товарах.

При открытии интернет-магазина фирма проходит четыре ступени.

Первая ступень. Нужно определиться с нишей товара.

Прежде чем запускать свой магазин, решите, кому и как вы будете продавать. Предлагаю посмотреть свежую статистику самых продаваемых товаров в сети интернет (Диаграмма 1). Из статистики видно, что самыми продаваемыми товарами являются одежда и обувь – 32%, техника и электроника – 23%, а также косметика и средства гигиены – 21%.



Рис. 1. Доля различных видов товаров в общем числе онлайн-покупок (%) [3]

Так же следует выбирать ту сферу, в которой вы разбираетесь. Покупатель хочет видеть грамотно подобранный ассортимент.

Предлагайте востребованные и популярные товары. На такие товары всегда есть спрос, но и высокая конкуренция. Вам нужно найти свои конкурентные преимущества, например, цена, качество обслуживания и доставка.

Вторая ступень. Далее нужно договориться с поставщиками и о доставке товара. Определиться с поставщиком помогут специализированные интернет-каталоги, в которых размещена информация о них. Определившись, вы заказываете товар и реализуете его.

Есть другая система работы с поставщиками – это дропшипинг.

Дропшипинг – работа с поставщиком по методу прямых поставок. Этот метод подходит для предпринимателей без стартового капитала или для тех, кто хочет открыть интернет-магазин в социальных сетях. При работе с дропшипперами будет обеспечиваться связь между другой компанией и потребителями. Задачей будет найти покупателя, принять заказ и передать заказ поставщику. Для работы с дропшиппером нужно зарегистрироваться на сайте партнера и подобрать свой ассортимент. Потом нужно договориться о способе расчетов с партнером и покупателем. Расчеты могут быть наличными, например, через курьера и безналичные – оплата банковской картой. Дропшипинг решает все проблемы с упаковкой и поставкой продукции. Продавец будет получать определенный процент от суммы сделки, обычно от 20% до 25%. Для такого рода поставки подойдет не каждая ниша товаров. Следовательно, могут возникнуть проблемы с поиском поставщика. Есть еще и другие минусы: длительные сроки доставки и невозможность контроля качества товара.

Примеры дропшипинговых компаний: chinashops.ru; internet-magaziny.com; ideamaniya.ru; optlist.ru; esources.co.uk.

Третья ступень. Разработка сайта. На данный момент есть три варианта: разработать сайт самостоятельно, заказать у специалиста или купить готовую платформу.

Первый вариант менее затратный по деньгам, но более затратный по времени.

Второй вариант привлекателен тем, что специально обученные люди сделают сайт по вашим предпочтениям, но страдает бюджет. Разработка интернет-магазина стоит от 50 тысяч рублей.

Третий вариант более подойдет для новичков, так как сайт сразу готов к использованию, вам нужно только разместить свой товар. Аренда готовой платформы на месяц стоит около 800 рублей, а покупка лицензии – 29 тысяч рублей [4].

Четвертая ступень. Интернет-магазин работает, необходимо привлечь в него клиентов и посетителей. Для этого необходимо внимательно отнестись к рекламе.

Эффективный способ – контекстная реклама. Она показывает рекламные сообщения тем пользователям, которые спрашивают у поисковой системы о продаваемом товаре. Контекст ориентируется на запрос, а значит, на целевую аудиторию.

Кроме того, интернет-магазину понадобится SEO-продвижение, которое позволяет сайту попадать в ТОП по поисковой выдаче в тематике магазина.

Хороший способ привлечь посетителей – размещать товары в системах Торг@Mail.ru, Яндекс.Маркет и на других подобных сайтах.

Сайт - визитка

Вторым вариантом сайта для фирмы является сайт - визитка.

Большинство компаний, которые впервые создают свой интернет-сайт, отдают предпочтение сайту-визитке. На его разработку не требуется много времени и больших затрат из бюджета.

Сайт-визитка дает возможность разместить необходимые сведения о себе в полном объеме, прайс-лист товаров и услуг, контактную информацию. А простая структура и понятная навигация сайта-визитки позволяет пользователю не тратить время на поиски необходимой информации. При необходимости сайт-визитку можно легко расширить до корпоративного сайта или интернет-магазина.

Сайт-визитку можно сделать самому или заказать у специалиста. В отличие от интернет-магазина, сайт-визитка будет стоить 5-6 тысяч рублей.

Преимущества сайта-визитки:

- С помощью такого веб-ресурса можно привлекать клиентов и партнеров через Интернет. Создание сайта-визитки поможет намного быстрее и качественнее раскрутить компанию, чем постоянная реклама в СМИ, так как интернет доступен всем.

- Это поможет сэкономить бюджет компании, ведь разработка сайта-визитки стоит меньше, чем реклама в СМИ.

- Сайт помогает в работе с клиентами. Главной особенностью сайта-визитки является тот факт, что клиенты могут зайти на него и прочитать необходимую информацию о компании в любое, удобное для них, время.

- Создание сайта-визитки открывает больше возможностей для редактирования. На веб-ресурсе можно всегда что-нибудь поменять, без затраты больших денежных средств.

- Большие возможности для раскрутки компании посредством многочисленных элементов в дизайне сайта. Правильный дизайн интернет-ресурса оказывает положительное воздействие на клиента.

- Создание сайта-визитки помогает получить дополнительный заработок. Сайт поможет получить новые возможности для заработка. Например, можно предлагать рекламу других компаний или сайтов, за что будете получать деньги.

Сайт не нужен.

Существуют также случаи, когда компании сайт не нужен. Лет десять назад наличие собственного сайта у организации было признаком элитарности: сайты предприятий выполняли больше имиджевую функцию, чем какую-нибудь иную. Иметь сайт - это было модно и престижно, но создание их было дорогой услугой, а бизнесу они никак не помогали.

Если десять лет назад пользователи только начинали осваивать интернет и его возможности, то сегодня в сеть приходят абсолютно все категории населения.

Фактически, создание магазина в режиме онлайн – это самый выгодный способ распространять товар без переплат за аренду площади и большое количество сотрудников. Стоит отметить, что платить все равно будет нужно за создание, продвижение и последующее поддержание сайта, однако если сравнивать данные затраты с затратами на фактическую точку продаж, то они действительно покажутся мизерными.

Но нельзя с полной уверенностью утверждать, что создание сайта принесет большой доход и популярность абсолютно для всех компаний. Некоторые из них могут действительно не нуждаться в дополнительных затратах.

Прежде всего, нужно учитывать специфику организации. Например, большой популярностью пользуются сайты тех компаний, которые на них размещают допол-

нительную информацию о своих услугах. Есть определенный ряд организаций, которые этого сделать не могут. Например, сайты могут оказаться бесполезными для небольшого магазина продуктов, который не может предложить ничего интересного для своих покупателей.

Специфика региона также немаловажна. Для организаций, которые работают в городах, находящихся на переходной стадии от поселка до полноценного города, нет необходимости в интернет-ресурсе с индивидуальным оформлением и большим количеством страниц. При этом для компании с положительной репутацией в огромном мегаполисе окажется обязательным наличие собственного сайта высокого качества в интернете.

Список использованной литературы.

1. Интернет-экономика [Электронный ресурс] // Википедия-свободная энциклопедия. Дата размещения: 21.10.2013. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D%D%E5%EA%F2%F0%EE%ED%ED%E0%FF_%FD%EA%EE%ED%EE%EC%E8%EA%E0 (дата обращения: 1.10.2014 г.).

2. Воронина Ю. Интернет-индустрии не хватает финансирования на ранних стадиях развития проектов [Электронный ресурс] // Российская газета RG.RU. 2013. URL: <http://www.rg.ru/2013/10/15/kontent.html> (дата обращения: 1.10.2014 г.).

3. Доли интернет-пользователей, совершивших онлайн-покупку товаров в той или иной категории за месяц [Электронный ресурс] // Аналитическое агентство Markswebb. URL: <http://markswebb.ru/e-commerce/e-commerce-user-index>. (дата обращения: 7.10.2014 г.).

4. Покупка платформы [Электронный ресурс] // AdvantShop.net. URL: <http://www.advantshop.net/buy> (дата обращения: 7.10.2014 г.).

НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФАКТОР НАЦИОНАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Т.В. Евтушенко

Томский политехнический университет, г. Томск

E-mail: tanyfka_sibmail.com

Научный руководитель: Давлетгареев Н.Р., ст. преподаватель

Данная статья направлена на рассмотрение науки и образования как одного из главных факторов национальной конкурентоспособности и социального благополучия государства. Главные составляющие государственной конкурентоспособности на сегодняшний момент – это высококвалифицированные сотрудники, за работу которых нещадно борются отдельные фирмы, предприятия и территории. В связи, с чем в основе поддержания конкурентоспособности страны лежит не только регулирование отдельных отраслей государства, но и создание таких условий, чтобы беспрепятственно и качественно воспроизводить квалифицированные кадры. Что, в свою очередь, зависит от уровня образования и науки в стране.

Со слов великого государственного английского деятеля и философа Фрэнсиса Бэкона, произнесенных более четырехсот лет назад, в основе любой власти лежит