

УДК 004.738.5:658.6 + 658.628

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНАХ

Зайончик Л.Л., Боронин П.П.

ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет»

(национальный исследовательский университет), Челябинск, e-mail: zll1257@mail.ru

Целью исследования является разработка методических основ построения компьютерной программы, позволяющей контролировать денежные потоки и управлять финансовыми ресурсами интернет-магазинов. Сформулированы отличительные черты и преимущества интернет-магазинов. Рассмотрены свойства дропшиппинга, как наиболее приемлемого вида взаимодействия владельцев интернет-магазинов и поставщиков. Выявлена проблема недобросовестности менеджеров и актуальность контроля денежных потоков в интернет-магазинах. Рассмотрены методические основы построения компьютерной программы, позволяющей контролировать денежные потоки. Сформулированы требования к составу исходных данных. Рассмотрено взаимодействие компьютерной программы с платежной системой. Описана методика контроля денежных потоков с использованием компьютерной программы. Предложенная методика контроля денежных потоков и управления финансовыми ресурсами позволяет повысить эффективность деятельности интернет-магазинов и снизить уровень мошенничества в них. Контроль денежных потоков обеспечивает платежеспособность интернет-магазина, его финансовую устойчивость и непрерывность деятельности.

Ключевые слова: управление финансовыми ресурсами, контроль денежных потоков, интернет-магазины

FINANCIAL RESOURCES MANAGEMENT IN ONLINE STORES

Zayonchik L.L., Boronin P.P.

South Ural State University (National Research University), Chelyabinsk, e-mail: zll1257@mail.ru

The aim of this research is to develop methodological bases for the computer program construction which allows to control the cash flows and financial resources of online stores. The features and advantages of online stores are formulated. The dropshipping properties as the most appropriate type of interaction of online stores owners and suppliers are viewed. The problem of unscrupulous managers and the topicality of cash flows control in online stores are identified. The methodological bases for the computer program construction which allows to control the cash flows is viewed. The requirements for the initial data structure are formulated. The interaction of a computer program with the payment system is viewed. The methods of cash flows control using a computer program are described. The proposed method of cash flows and financial resources control can improve the effectiveness of the online stores and reduce fraud level in them. Cash flows control provides online store solvency, its financial stability and activity continuity.

Keywords: financial resources management, cash flows control, online stores

В последние десятилетия человечество активно осваивает ресурсы глобальной сети Интернет. Он представляет собой не копию, а альтернативу реальному миру. Правильное, взвешенное и обоснованное применение Интернета в бизнесе может принести положительный эффект для большинства современных компаний, производящих самые разнообразные виды товаров и специализирующихся в самых разнообразных сферах услуг. На основе интернет-технологий широкое распространение получило такое инновационное направление, как интернет-торговля. Она позволяет существенно снизить издержки обращения и повысить эффективность торговой деятельности при сокращении потребности в финансовых ресурсах, поддерживать непрерывность своей деятельности [7].

Отсутствие необходимости в специальных торговых площадях и торговом оборудовании привлекло в интернет-торговлю многочисленных индивидуальных предпринимателей. Благодаря этому создаются новые рабочие места, и активно развивает-

ся малый бизнес. Ведение интернет-торговли требует организации интернет-магазинов. Но, несмотря на большое количество интернет-магазинов, вся система находится лишь на стадии становления и практически не регулируется законодательно [5].

Одной из важнейших задач владельцев интернет-магазинов является получение прямого доступа к товарам производителей. Наиболее привлекательным для этого представляется дропшиппинг.

Dropshipping (в пер. с англ. – прямая доставка) – это вид предпринимательской деятельности, который заключается в реализации товаров со склада производителя посредником. При этом посредник покупает товар у производителя только после того, как сам получил от клиента оплату данного товара. Выручка посредника формируется за счет разницы между оптовой ценой, которую он платит производителю, и розничной ценой, по которой продает товар клиенту. Ключевым отличием этого вида деятельности является то, что купленный товар отправляется покупателю напрямую от про-

изготовителя, что и нашло свое отражение в данном термине [8].

На сегодняшний день основным поставщиком для дропшиперов являются компании из Китая. Отличительной чертой поставщиков из Китая является то, что они всегда открыты для сотрудничества с дропшиперами, данная система у них существенно развита в отличие от европейских стран, фирмы которых еще не готовы работать по данной стратегии. Главная черта китайских поставщиков заключается в том, что если компания-дроппишер делает заказ у поставщика на имя клиента, поставщик не кладет в посылку никаких своих данных, демонстрирующих себя клиенту, такие как наименование компании, ее выходные данные, свой чек и рекламные брошюры своих деловых партнеров. Тем самым при получении товара у покупателя не возникнет вопрос о том, что его обманули, так как цена продажи и цена покупки могут существенно отличаться, но покупателю эта информация недоступна. Все это делает дроппинг наиболее привлекательным для интернет-магазинов.

Сегодня интернет-магазин представляет собой один из ключевых инструментов для успешного бизнеса. Интернет-магазины являются наименее затратными по сравнению с обычными магазинами, для них не существует географических барьеров для рекламы и распространения товаров. По данным исследований интернет-сайта pricefree.ru, в 2013 году общий объем продаж в российских интернет-магазинах составил 13 млрд долл., а темп прироста – 35% по сравнению с прошлым годом.

Результаты исследования и их обсуждение

Деятельность интернет-магазина, как и любого торгового предприятия, основана на использовании различных ресурсов, в том числе и финансовых. На начальной стадии деятельности финансовые ресурсы представлены личными денежными средствами владельца интернет-магазина или заемными средствами в виде краткосрочного кредита. Эти средства расходуются на приобретение компьютера, на подключение к сети Интернет, на создание сайта магазина и т. п. В дальнейшем основным источником финансовых ресурсов становится выручка.

В результате покрытия всех расходов в виде издержек обращения образуется прибыль интернет-магазина. Она и является источником собственных денежных средств.

Рассмотрим, как в среднем формируются выручка и прибыль интернет-магазина:

1) при среднем количестве посещений 100 человек в день, конверсия интернет-магазина составляет 2%, т. е. из 100 человек, посетивших интернет-магазин, двое покупают товары;

2) средняя цена товара от поставщика по одному заказу – 400 руб., в день – 800 руб., в месяц – 24 000 руб.;

3) среднестатистический клиент покупает товары на сумму 1 000 руб., т. е. приносит выручку 1 000 руб.;

4) торговая наценка с одного заказа составляет 150% или 600 руб., соответственно с двух заказов в день – 1 200 руб., в месяц – 36 000 руб.;

5) среднемесячные расходы на рекламу – 15 000 руб., прочие расходы (пользование Интернетом, хостингом, покупка канцелярских товаров) – 1 000 руб., тогда среднемесячные издержки обращения составляют 16 000 руб.;

6) в итоге среднемесячная прибыль интернет-магазина составляет 20 000 руб.

Совокупность поступления и расходования денежных средств представляет собой денежный поток интернет-магазина.

Для успешной работы интернет-магазина необходима четкая система контроля денежных потоков. Следовательно, еще одной важной задачей, стоящей перед владельцами «dropship» интернет-магазинов, является проверка обоснованности расходов. Владелец, работающему по схеме дроппинга, тяжело отслеживать денежный оборот при отсутствии не только склада, но и самого товара в интернет-магазине, а значит, проверять без специальных программ добросовестность менеджеров и оценить реальный доход не представляется возможным [6].

Приведем пример. Газета «Аргументы и факты» от 01.10.2014 г. сообщает: «Менеджер интернет-магазина пытался присвоить деньги за проданный товар». По данным этой публикации, менеджер одного из петербургских интернет-магазинов изобличен в краже денег, передает Главное управление МВД по Петербургу и Ленобласти. Деньги пропали из кассы интернет-магазина 9 мая. В ходе расследования полиция Невского района заподозрила в краже 22-летнего менеджера. Он обработал заказ, в соответствии с которым комод с пеленальным столиком был доставлен заказчику. Получив деньги (более трех тысяч рублей), молодой человек не сдал их в кассу, а оформил отмену заказа на интернет-ресурсе магазина [1]. Теперь ему грозит уголовное наказание, и это не единичный случай, данная проблема носит уже глобальный характер.

В зависимости от ситуации, менеджер может придумать огромное количество так называемых «черных» схем с целью обогащения. А так как данные преступления начали развиваться стремительно, необходима четкая система контроля денежных потоков, которая поможет пресекать данный вид преступлений. Ведь владельцы интернет-магазинов даже не догадываются о том, что их могут обокрасть собственные сотрудники.

В настоящее время эффективность деятельности и существования в целом интернет-магазинов во многом определяется способностью управления денежными потоками и их контроля. Изучение практики деятельности интернет-магазинов показало, что на данный момент не существует эффективного способа контроля денежных потоков. Поэтому значимость разработки методики контроля денежных потоков в интернет-магазинах актуализирует тему данной статьи.

Объектом данной статьи являются финансовые ресурсы интернет-магазинов.

Предметом исследования является методика контроля денежных потоков в интернет-магазинах.

Целью статьи является разработка методических основ построения компьютерной программы, позволяющей контролировать денежные потоки и управлять финансовыми ресурсами интернет-магазинов.

Основная задача: разработать методическое обеспечение компьютерной программы, предназначенной для контроля денежных потоков и управления финансовыми ресурсами интернет-магазина.

Мы считаем, что данные для такой компьютерной программы в виде информации о совершенном платеже должны выглядеть следующим образом (таблица).

Разделы данных о совершенном платеже имеют следующее содержание:

1) Ф.И.О. – в данный раздел вписывается фамилия, имя, отчество покупателя. Это необходимо нам для того, чтобы в дальнейшем можно было наблюдать активность данного покупателя (сколько товара он купил и на какую сумму за все время существования интернет-магазина). Таким образом, самых платежеспособных покупателей можно с легкостью отслеживать, поощрять призами, скидками или бонусами. Также можно обезопасить себя от недобросовестных покупателей, то есть тех покупателей, которые покупают вещь с целью использовать ее несколько раз и вернуть обратно в магазин (особенно это применимо к одежде). Такое поведение покупателя называется «потребительским экстремизмом». Потребительский экстремизм – это поведение потребителей товаров и услуг, имеющее целью получить определенную выгоду и доход, манипулируя законодательством о правах потребителей в корыстных целях [3]. Так, например, по данным источника «Судебный департамент ВС РФ», в 2012 году суммы, присужденные к взысканию, включая моральный ущерб, по удовлетворенным искам потребителей составили: к физическим лицам – 100,5 млрд руб., к юридическим лицам – 91,2 млрд руб. [2];

2) электронный адрес плательщика – этот раздел используется для последующей переписки с клиентом и рассылки рекламных материалов;

3) наименование товара – этот раздел необходим для оценки категорий товара, имеющих большую популярность. На такие категории необходимо вводить дополнительную систему скидок для роста продаж и объемов выручки и прибыли;

4) количество – благодаря этому разделу оценивается полный количественный объем продаж интернет-магазина, а также выявляется товар – лидер продаж;

Информация о совершенном платеже

Наименование раздела данных	Пример заполнения
1) Ф.И.О.	Иванов П.П.
2) электронный адрес плательщика	k_black@gmail.com
3) наименование товара	Телефон Lenovo p780
4) количество, шт.	1
5) адрес доставки	Россия, г. Челябинск, улица, дом, кв.
6) дата и время совершения покупки	20.10.2014
7) сумма покупки, руб.	11 990,00
8) разница между оптовой и розничной ценой товара, руб.	3 000,00
9) способ оплаты	Online-оплата пластиковой картой
10) банковский счет	30101810900000000123

5) адрес доставки – с помощью этого раздела можно узнать, в каком регионе продукты продаются лучше, чем в других, что оказывает помощь в создании рекламной компании в Google Adwords или Yandex Direct;

6) дата и время совершения покупки – зная, когда была совершена покупка, можно выявить оптимальное время для появления рекламной компании в сети Интернет. За счет этого увеличивается трафик на сайт, растет объем продаж;

7) сумма покупки – данный раздел необходим для оценки объема выручки;

8) разница между оптовой и розничной ценой товара – это разница между суммой покупки данного товара у поставщика и суммой продажи его покупателю. Эта разница отражает торговую наценку с реализованного товара, и если сумма средств, указанная в программе, будет отличаться от суммы средств, находящихся на банковских и электронных счетах, это будет означать, что часть денежных средств была похищена;

9) способ оплаты – этот раздел необходим для отслеживания денежных средств на электронных или расчетных счетах интернет-магазина;

10) банковский счет – это расчетный счет поставщика.

Компьютерная программа должна постоянно взаимодействовать с платежной системой. Платежная система – это совокупность правил, процедур и технической инфраструктуры, обеспечивающая перевод стоимости от одного субъекта экономики другому [4]. Платежные системы являются одной из ключевых частей современных монетарных систем.

Обычно подразумевается, что через платежные системы осуществляется перевод денег. С юридической точки зрения в большинстве случаев происходит перевод долга: средства, которые платежная система должна одному из клиентов, становятся долгом другому клиенту. Когда первый клиент передает платежной системе свои деньги, то фиксируется сумма такой передачи, то есть сумма долга перед первым клиентом. Своим распоряжением клиент может указать, что платежная система теперь должна не ему, а второму клиенту. При обращении второго клиента к платежной системе у него есть возможность получить денежный эквивалент такого долга. В ряде случаев платежными средствами выступают не деньги или долги, номинированные в деньгах, а условные платежные единицы или специализированные ценные бумаги.

Взаимодействие платежной системы с программой осуществляется автоматически.

Для того чтобы программа начала функционировать, владельцу интернет-магазина необходимо скопировать html код программы и вставить его в блокнот, а блокнот с кодом необходимо загрузить на хостинг через FTP.

Методика контроля денежных потоков с использованием программы заключается в следующем.

1. Платежная система высылает данные в нашу программу, где автоматически заполняются следующие разделы:

- а) Ф.И.О.;
- б) электронный адрес плательщика;
- в) адрес доставки;
- г) дата и время совершения покупки;
- д) сумма покупки.

2. Менеджер вручную заполняет оставшиеся незаполненные пункты (таблица).

3. Менеджер узнает у покупателя, правильно ли он указал адрес доставки и одобряет или не одобряет запрос. Запрос на покупку товара может быть отклонен в двух случаях:

- а) клиент не совершил оплату товара;
- б) клиент предоставил ложные о себе данные, а именно Ф.И.О. и адрес доставки.

В этих случаях покупатель не сможет получить покупку в пунктах выдачи товара.

4. Если запрос одобрен, менеджер проверяет наличие заказанных товаров на складе поставщика.

5. Менеджер вручную формирует заказ на имя клиента у поставщика.

6. Поставщик высылает на адрес электронной почты интернет-магазина персональный код для отслеживания посылки. Этот код мы направляем нашему покупателю.

Если товара не оказалось на складе поставщика, мы предлагаем покупателю схожий по характеристикам товар со скидкой или просим его подождать, пока товар не появится на складе. В случае отказа от нашего предложения деньги клиенту возвращаются на его банковский или электронный счет в полном объеме. Если после получения заказа клиент обнаруживает дефект товара или товар получен с характеристиками, отличающимися от тех, которые были заявлены в нашем интернет-магазине, клиент вправе в течение 14 календарных дней обменять полученный товар или вернуть за него деньги.

Рассмотренные данные будут вводиться в программу автоматически только тогда, когда будет совершена оплата товара, что позволит нам получать в режиме реального времени полную информацию о совершенных покупках, выходных данных о покупателе, когда фактически был совершен платеж и были зачислены деньги на расчетный счет организации. Все это предоставит возможность наблюдать реальную картину

движения товаров и формирования выручки от продаж и тем самым контролировать денежные потоки и управлять финансовыми ресурсами.

По нашему мнению, данная система является достаточно эффективной, а ее реализация позволит контролировать все денежные потоки и управлять финансовыми ресурсами интернет-магазина, тем самым повысив сохранность денежных средств и добросовестность работы менеджеров. За счет этого увеличится выручка компании и ответственность всех ее сотрудников.

Заключение

По результатам работы можно сделать следующие выводы:

1) интернет-магазины являются наиболее перспективным инновационным направлением развития торгового бизнеса, они экономически выгодны, просты в использовании, у них отсутствуют географические барьеры, они имеют массовый охват, а также работают в круглосуточном режиме;

2) интернет-магазины практически не защищены от мошенничества в Интернете, поэтому предложенная нами методика контроля денежных потоков и управления финансовыми ресурсами позволит повысить эффективность деятельности интернет-магазинов и снизить уровень мошенничества в них. Новизна методики заключается в создании многофункциональных критериев, которые применимы для разных моделей сайтов интернет-магазинов, что делает ее универсальной;

3) контроль денежных потоков позволит обеспечить платежеспособность интернет-магазина, его финансовую устойчивость и непрерывность деятельности.

Список литературы

1. Официальные периодические издания: Аргументы и факты (Происшествия 01.10 2014). – URL: <http://www.spb.aif.ru/incidents/criminal/1350173> (дата обращения 17.12.2014).
2. Официальные периодические издания: Российская газета RG.RU. – URL: <http://www.rg.ru/2013/11/05/potrebitel.html> (дата обращения 22.12.2014).
3. Потребительский экстремизм. – Академик: Словари и энциклопедии на академике. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/19071> (дата обращения 22.12.2014).

4. Платежная система. – Академик: Словари и энциклопедии на академике. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/237330> (дата обращения 23.12.2014).

5. Учебник по ведению бизнеса в Интернет. – URL: <http://el-business.ucoz.ru/literatura/vedeniebiznesa.pdf> (дата обращения 09.12.2014).

6. Хант Б. Конверсия сайта. Превращаем посетителей в покупателей / Б. Хант. – СПб.: Питер, 2012. – 288 с.

7. Шевелев А.Е. Концепция непрерывности деятельности в бухгалтерском учете предприятия в современных экономических условиях: монография / А.Е. Шевелев. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2005. – 212 с.

8. DropShipping – заработок на прямых поставках из Китая // Бизнес-идеи – домашний бизнес. – URL: <http://www.sense-life.com/inet/bs29.php> (дата обращения 14.12.2014).

References

1. Oficial'nye periodicheskie izdaniya: Argumenty i fakty (Proisshestiya 01.10 2014). URL: <http://www.spb.aif.ru/incidents/criminal/1350173> (data obrashheniya 17.12.2014).

2. Oficial'nye periodicheskie izdaniya: Rossijskaya gazeta RG.RU. URL: <http://www.rg.ru/2013/11/05/potrebitel.html> (data obrashheniya 22.12.2014).

3. Potrebitel'skij e'kstremizm. Akademik: Slovarei i e'nciklopedii na akademike. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/business/19071> (data obrashheniya 22.12.2014).

4. Platezhnaya sistema. Akademik: Slovarei i e'nciklopedii na akademike. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/237330> (data obrashheniya 23.12.2014).

5. Uchebnik po vedeniyu biznesa v Internet. URL: <http://el-business.ucoz.ru/literatura/vedeniebiznesa.pdf> (data obrashheniya 09.12.2014).

6. Xant B. Konversiya sajta. Prevrashhaem posetitelej v pokupatelej / B. Xant. SPb.: Pi-ter, 2012. 288 p.

7. Shevelev A.E. Konceptiya nepreryvnosti deyatel'nosti v buxgalterskom uchete predpriya-tiya v sovremennyx e'konomicheskix usloviyax: monografiya / A.E. Shevelev. Chelyabinsk: Iz-datel'skij centr YuUrGU, 2005. 212 p.

8. DropShipping zarabotok na pryamym postavkax iz Kitaya // Biznes-idei domashnij biz-nes. URL: <http://www.sense-life.com/inet/bs29.php> (data obrashheniya 14.12.2014).

Рецензенты:

Сосненко Л.С., д.э.н., профессор кафедры бухгалтерского учета и финансов, ФГБОУ ВПО «Челябинская государственная агроинженерная академия», г. Челябинск;

Савельева И.П., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой маркетинга и менеджмента, ФГБОУ ВПО «Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет), г. Челябинск.

Работа поступила в редакцию 31.12.2014.