

*Г.Г. НАЗАРОВА*, магистр, НТУ «ХПИ», Харьков

## **ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ**

У роботі розглядаються сутність інтернет-комерції й особенности оцінки ефективності цих проектів відповідно до їх новизни й унікальності.

В работе рассматриваются сущность интернет-коммерции и особенности оценки эффективности этих проектов в соответствии с их новизной и уникальностью.

This paper deals with the essence of e-commerce and features of evaluation the effectiveness of these projects according to their novelty and originality.

**Ключевые слова:** интернет-коммерция, инвестиционный проект, эффективность, инновации, методы оценки.

### **Введение**

Электронная коммерция является наиболее динамично развивающимся направлением использования Интернета, который, в свою очередь, представляет собой альтернативу традиционным формам ведения бизнеса. В силу того, что количество запускаемых проектов в этой сфере неуклонно растет, остается актуальным вопрос как же правильно оценить эффективность этих интернет-проектов в соответствии с их особенностями, новизной и уникальностью.

### **Постановка задачи**

Основной целью работы является обоснование методов оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере интернет-коммерции.

### **Методология**

Теоретической основой изучения данной темы стали работы отечественных и зарубежных авторов, таких как: А.Э. Калинина, И.А. Крымский, Л.Т. Гиляровская, В.В. Дик, М.В. Лужецкий, А.Э. Родионов, А.Н. Хорин, В.А. Семиглазов, А. Минаев, Минс Г., Шнайдер Д., Грант, Д. Дин, Миллер Робин, и другие. Методической основой – методы оценки, такие как затратный, доходный и сравнительный подходы.

### **Результаты исследования**

Инновация - нововведение в области техники, технологии, организации труда или управления, основанное на использовании достижений нау-

ки и передового опыта, обеспечивающее качественное повышение эффективности производственной системы или качества продукции.

Термин *innovatio* представляет собой синтез слов *investio* (одеваю) и *novatio* (обновляю). Исходя из определения, очевидным является, то что электронная коммерция относится к числу инновационных технологий, связанных с информационным обеспечением.

Электронная коммерция (от англ. *E-commerce*) — это сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

К электронной коммерции относят (рисунок 1):

- электронный обмен информацией (Electronic Data Interchange, EDI);
- электронное движение капитала (Electronic Funds Transfer, EFS);
- электронную торговлю (E-trade) - ведение торгово-закупочной деятельности через интернет;
- электронные страховые услуги (E-insurance)
- электронный банкинг (E-banking) - все данные пользователя (платёжные документы и выписки по счетам) доступны на веб-сайте банка;
- электронный маркетинг (E-marketing) - теория и методология организации маркетинга в гипермедийной среде Интернета;
- электронные деньги (E-cash) - это денежные обязательства эмитента в электронном виде, которые находятся на электронном носителе в распоряжении пользователя.

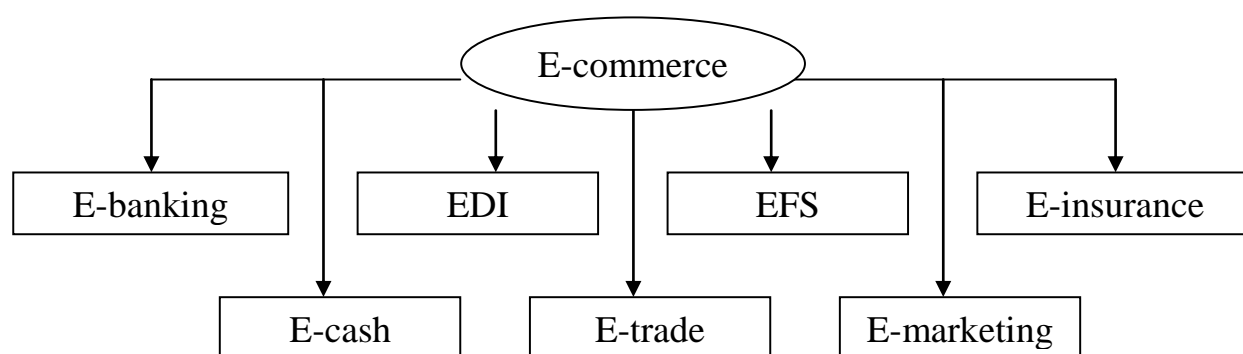


Рис. 1 — Составляющие электронной коммерции

Рынок интернет-торговли Украины находится на этапе бурного развития. За последние 10 лет количество интернет-магазинов выросла примерно в 60 раз, а оборот онлайн-торговли превысил 1 млрд долл. Эксперты

прогнозируют: в 2012 году примерно 8% объема украинской розничной торговли придется на покупки в мировой паутине.

В 2005 году количество интернет-магазинов выросло в 5 раз и достигла 500. В 2008 году насчитывалось уже более 3000 сервисов онлайн-торговли, в 2009 году - 5500, а в 2010 году эта цифра превысила 6000. (рисунок 2)

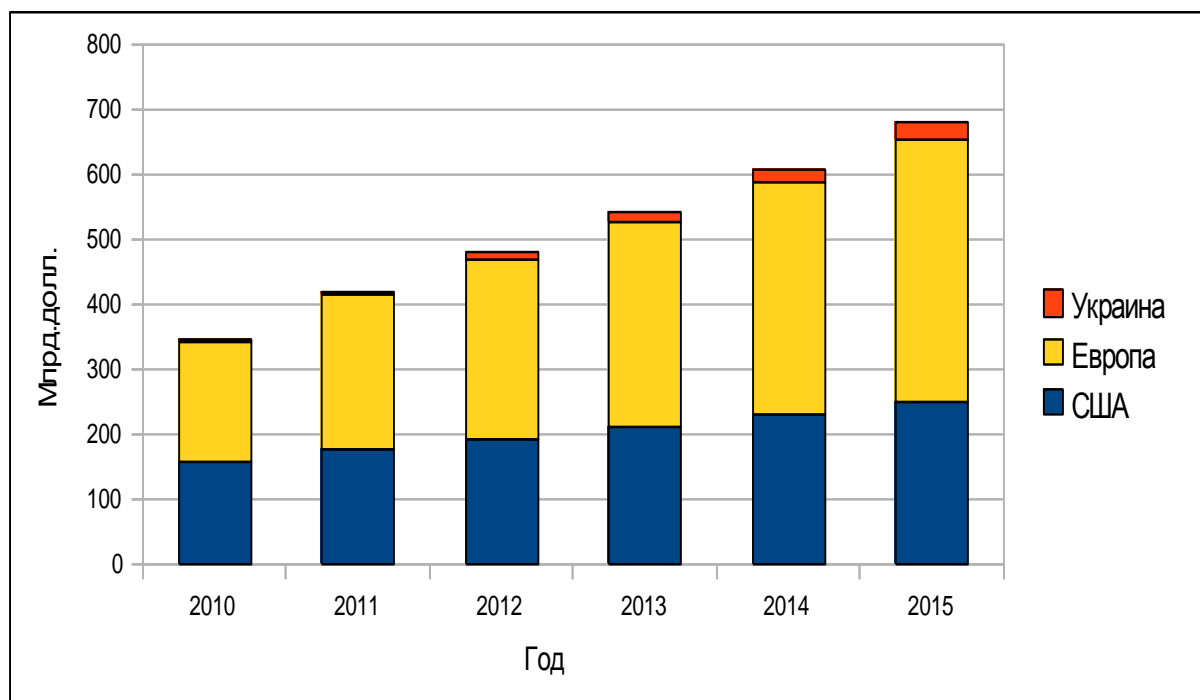


Рис.2 — Динамика роста оборота электронной коммерции и прогноз на 2012-2015гг.

В силу того, что интернет коммерция с каждым годом набирает все большую популярность и количество запускаемых проектов в этой сфере неуклонно растет, остается актуальным вопрос как же правильно оценить их эффективность в соответствии с их особенностями, новизной и уникальностью.

Большинство экспертов считают, что оценить такие проекты не сложнее, чем во многих других отраслях.

При рассмотрении этого вопроса целесообразным выделить следующее:

- 1) Специфика оценки стоимости интернет-проектов, отличающую ее от оценки стоимости других объектов,
- 2) Сама методика оценки стоимости интернет-проектов и ее типы,

3) Наиболее часто допускаемые в процессе такой оценки ошибки.

Выделяют следующие особенности оценки интернет-проектов:

- особенности оценки венчурных проектов;
- особенности оценки в условиях быстрорастущего рынка;
- прикладной характер большинства проектов;
- непубличность, отсутствие близких аналогов.

У интернет-проектов двойственная природа, с одной стороны — это венчуры, а с другой стороны, большинство таких проектов являются сочетанием СМИ, зарабатывающего на рекламе, и интернет-магазина, зарабатывающего на продажах. Плюс сам по себе рынок быстро растет.

Интернет-проекты, как правило, непубличны. Отсутствие близких аналогов, информации о суммах сделок, намеренное искажение суммы сделок не всегда позволяют применить к интернет-проектам сравнительный метод.

Интернет-проекты обычно являются прикладными, а не самостоятельными проектами и оказывают имиджевое, информационное и рекламное воздействие на аудиторию. В связи с этим при расчете эффективности следует оценивать стоимостные значения нескольких факторов:

- потока денежных средств от размещения рекламы на портале;
- опосредованного влияния сайта или портала на привлечение клиентов и потенциала возможностей по продвижению новых продуктов.

Переходя к вопросу о самом процессе оценки и ее различных методиках, по мнению большинства экспертов, при оценке необходимо применять сравнительный, доходный и затратный подходы, необходимо использовать все три метода (таблица 1).

- 1) Затратный подход
- 2) Доходный подход
- 3) Сравнительный подход

В целом, все 3 подхода связаны между собой. Каждый из них предлагает использование различных видов информации, получаемой на рынке.

Если говорить об интернет-проектах по предоставлению доступа в Интернет и интернет-магазинах, то их можно оценивать с классических позиций оценки эффективности инвестиционных проектов. Для этого необходимо получить всю информацию о денежных потоках и после получения всей информации о денежных потоках, нужно оценить эффективность проекта и принять инвестиционное решение: принять такое предложение, либо отвергнуть.

Таблица 1 — Подходы к оценке интернет-проектов

Вид метода	Сущность	Преимущества	Недостатки
Доходный	<ul style="list-style-type: none"> <li>основан на получении прогноза ожидаемых в будущем притоков и оттоков денежных средств.</li> <li>оценка может колебаться в пределах от 5 до 10-12 годовых EBITDA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>учитывает перспективы развития</li> <li>необходим при принятии решения о целесообразности финансирования</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>нельзя одинаковым способом оценивать уже популярные сайты и зарождающийся новый сайт.</li> <li>влияние факторов риска на прогнозируемый доход</li> </ul>
Затратный	<ul style="list-style-type: none"> <li>определяется стоимость замещения: затраты, которые должен понести потенциальный покупатель проекта, чтобы самостоятельно создать аналогичный проект с аналогичной степенью посещаемости</li> <li>определить дополнительно средства, затрачиваемые на рекламу и стоимость упущенной выгоды за время "раскрутки" с нуля до определенного уровня</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>является наиболее надежным при оценке новых уникальных проектов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>сложность оценки затрат ( количество денег и времени на создание платформы и движков, создание и поддержание контента, хостинг и оплату домена)</li> <li>сложность расчета доли выручки, сопряжено с техническими сложностями</li> </ul>
Сравнительный	<ul style="list-style-type: none"> <li>базируется на основе мультипликаторов (цена/среднее количество просмотров за день, цена/среднее количество пользователей за день)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>простота</li> <li>быстрота расчета</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>отсутствие надежных данных по числовым параметрам данных мультипликаторов</li> <li>отсутствие информации, позволяющей оценивать степень отличия объектов-аналогов от оцениваемого интернет-проекта</li> </ul>

## Вывод

С каждым днем глобальная сеть Интернет все сильнее проникает в жизнь населения Украины и других стран. Интеграция интернет-технологий с бизнес-процессами предприятий дала новый качественный уровень развития экономических отношений между хозяйствующими

субъектами и послужила основой формирования новой экономической среды — интернет-экономики.

В статье были рассмотрены теоретические основы электронной коммерции, ее составляющие, также проанализировано состояние интернет-торговли. Затем были изучены методы оценки эффективности инвестиционных проектов в сфере интернет-торговли, такие как затратный, сравнительный и доходный подходы. При этом была учтена новизна и уникальность данного вида бизнеса.

**Список литературы:** 1. Основы электронной коммерции - / Юрасов А.В., Горячая линия-Телеком, Москва, 2007 г. 2. Электронный ресурс: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная\\_коммерция](http://ru.wikipedia.org/wiki/Электронная_коммерция) 3. Электронный ресурс: [http://valide.ru/Kak\\_ocenit\\_internetproekt/](http://valide.ru/Kak_ocenit_internetproekt/) 4. Калинин В.В. Планирование и реализация Интернет-проекта. // Сб. трудов второго науч-практич. семинара / Под ред. д.э.н. проф. Ильенковой С.Д. - М: ИНИОН РАН, 2003. - 0,4 п.л. 5. "Electronic Commerce: Theory and Practice (Studies in Computational Intelligence)", Makoto Yokoo, Springer, 2008

Надійшло до редколегії 14.02.2012

**УДК 658.8:615.45(477)**

**Я.Г. ЧЕЖІЯ**, магістрант НТУ „ХПІ”, Харків  
**Р.Г. МАЙСТРО**, к.е.н., доц., НТУ „ХПІ”, Харків

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

У статті визначаються сучасний стан та перспективи розвитку фармацевтичного ринку України. Досліджено фактори, що стримують розвиток фармацевтичного ринку.

В статті определяются современное состояние и перспективы развития фармацевтического рынка Украины. Исследованы факторы, которые сдерживают развитие фармацевтического рынка.

In the article the modern state and prospects of pharmaceutical market development of Ukraine are determined. Factors, that restrain pharmaceutical market development, are explored.

**Ключові слова:** фармацевтичний ринок, дослідження, інвестиції, лікарські засоби.

**Вступ.** Фармацевтичний ринок - це потужний промисловий сектор, який входить у п'ятірку найбільш прибуткових галузей світового господарського комплексу. Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в