

image not found or type unknown



Современная экономика очень быстро развивается, предприниматели расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса.

Информационные технологии и сеть Интернет становятся неотъемлемой частью нашей жизни в связи с этим создаются новые условия для осуществления бизнеса: создание новых предложений;

возникновение принципиально новых рынков; формирование спроса на новые товары и услуги.

Под электронной коммерцией понимается сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Электронная коммерция также включает в себя электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг и электронные страховые услуги.

Электронная коммерция потерпела большие изменения за последние двадцать лет, однако появился данный вид бизнеса еще в 60-х годах прошлого века.

Электронная коммерция непосредственно зависит от глобальной сети Интернет, ведь чем больше пользователей в сети, тем больше потенциальных покупателей в интернет-магазинах.

В России аудитория онлайн-пользователей в возрасте от 18 лет на данный момент насчитывает около 90 млн. человек.

Из-за активного распространения девайсов, россияне стали больше пользоваться услугами электронной коммерции.

В 2016 году количество Интернет пользователей на мобильных девайсах составило около 55 млн. человек.

Количество онлайн-пользователей на мобильных телефонах с 2014 года увеличилось на 27 % и составило 40 %, пользователей Интернета на планшетах

составила 20 % населения, что больше на 17 %.

Причиной роста объемов рынка e-коммерции является большой прирост онлайн-пользователей. Агентства eMarketer сообщает, что в мире в год средние темпы роста составляют около 25 %, в Российской Федерации эта цифра составляет 19 %.

Это примерно 5 % от общего ритейла в России, когда средний уровень в мире составляет примерно 7 %. Согласно статистике 89 % онлайн-пользователей осуществляли покупки в интернет-магазине, а остальные 11 % ознакомившись информацией о предложенном товаре, цене отправлялись в оффлайн-магазин и затем приобретали товар там.

Российское исследовательское агентство Data Insight, являющееся специалистом в области онлайн-торговли, сообщает, что по итогам 2017 года объем рынка электронной коммерции составил 700 млрд. рублей, что на 70 млрд. рублей больше, чем в прошлом году.

Количество заказов в онлайн-магазинах составило 185 млн. заказов. Эксперты J'son & Partners Consulting прогнозируют рост рынка онлайн-торговли на 25 % ежегодно.

Предполагается, что к 2020 объем российского рынка онлайн-коммерции составит более 2200 млрд. руб.

Россияне чаще всего в онлайн-магазине покупают одежду, обувь, что составляет 41 % от общих покупок. На втором месте по популярности находится потребительская электроника (25 %).

На третьем месте по популярности находится книги и журналы (15 %), меньше всего интернет-покупатели приобретают уходовые средства (5 %) и билеты на мероприятия (4 %).

Важно знать, что на российском рынке электронной коммерции существует некий дисбаланс развития по регионам. Больше всего интернет-магазинов располагается в центральной части страны, в крупнейших городах, таких как Москва и Санкт-Петербург. Мелкие города провинциальных регионов отстают в данном показателе из-за отсутствия доступного Интернета.

Также существует проблема приспособленности онлайн-покупателей к среде интернет-шопинга, у большинства россиян, а именно 50 % на освоение уходит в среднем 3 года, и только 11 % начинает совершать покупки в интернет-магазине сразу после регистрации в сети Интернет интернету.

Стоит отметить, что и трансграничная торговля растет: 64 % российских онлайн-потребителей хотя бы раз приобретали товары в зарубежных онлайн-магазинах, а 7 % отметили, что совершают покупки только в таких магазинах.

Для интернет-предпринимателей создание онлайн-магазина тоже имеет ряд преимуществ, в первую очередь, более низкие издержки по сравнению с обычным магазином, так как интернет-магазин не нуждается в аренде торговых площадей, не нужно создавать большой коллектив продавцов и закупать дорогостоящее торговое оборудование.

Но не стоит забывать, что онлайн-торговля в России имеет ряд особенностей. При создании собственного интернет-магазина у неопытного специалиста или предпринимателя может возникнуть ряд вопросов по поводу создания, регистрации своего онлайн-магазина и уплаты соответствующих налогов.

Продажа товаров через сеть Интернет относится к категории «Розничная торговля, осуществляемая через телемагазины и компьютерные сети» — 52.61.2, по классификатору код ОКВЭД.

Когда необходимо начинать официальное оформление онлайн-магазина?

Какую форму собственности выбрать — ИП или ООО?

Какие налоги необходимо будет уплачивать и в каком размере?

Официальное оформление онлайн-магазина можно производить с того момента, как было принято решение о его создании, когда еще нет ни сайта, ни контрагентов, ни покупателей.

Этот вариант наиболее предпочтительный, так как официально зарегистрированный предприниматель может начать свою деятельность по поиску необходимых для него поставщиков, а затем и заключать с ними официальные договора и прописывать в них все обязанности сторон.

Возможен и другой вариант — зарегистрироваться уже после создания интернет-магазина. Этот вариант возможен по нескольким причинам.

Во-первых, решение всех технических вопросов по созданию сайта и его непосредственный запуск могут занять достаточно большое количество времени.

Во-вторых, важную роль играет товарооборот, если он будет очень низким, то магазин и вовсе придется закрыть из-за того, что бизнес нерентабелен.

Но данный вариант регистрации сайта имеет свои сложности, связанные с органами налоговой инспекции. При открытии онлайн-магазина предпринимателю стоит выбрать в качестве формы собственности — индивидуальное предпринимательство и использовать упрощенную систему налогообложения. Объемы рынка онлайн-торговли быстро растут, исследовательские агентства проводят расследование в попытках предсказать будущее электронной коммерции.

Онлайн торговля в России является лидером по наращиванию оборотов во всей Европе. В связи с этим растет количество молодых онлайн-покупателей. Эксперты говорят, что в 2021 году объём рынка вырастет до 2190 млрд. рублей и будет лидировать над многими другими торговыми отраслями.

Как предсказывают эксперты, к 2021 году в центральных городах России количество интернет заказов вырастет на 40 %, а в других регионах страны средний рост составит примерно 55 %.

Однако, помимо положительных моментов интернет торговля имеет и свои проблемы, которые замедляют развитие данной отрасли и это может привести к несбыточности прогнозов экспертов.

Будущее электронной торговли во многом будет зависеть от решения участниками рыночных отношений некоторых задач. Непосредственно на российском рынке онлайн-ритейла необходимо решить следующие задачи:

1) Необходимо обеспечить все регионы страны высокоскоростным доступным интернетом. Особенно государству необходимо обратить внимание на отдаленные регионы, такие как Дальний Восток, Сибирский Федеральный округ, Урал. В данных регионах часто возникает проблема с энергообеспечением населения. Также есть проблема с доступом к мобильному интернету, ведь пользователей девайсов все больше и больше с каждым днем, а также растет количество мобильных приложений для онлайн-торговли.

2) Еще одной важной проблемой является обеспечение безопасности личных данных покупателей, данных банковских карт, обеспечение возврата товаров/денег за товар. Онлайн-предприниматели, в свою очередь, для привлечения новых покупателей должны обеспечить их преимуществ над офлайн-

торговлей, например, быстрый срок доставки, минимальные цены на товар, за счет того, что издержки меньше, чем у обычных магазинов. Ассортимент должен быть шире, ведь не нужно арендовать большие площади для выставки в магазине. Возможность любого вида оплаты, а также высокая степень юзабилити онлайн-магазина и создание мобильного приложения.

Интернет-предпринимателям необходимо обратить свое внимание на региональные рынки и стараться делать акцент на этом виде потенциальных покупателей, ведь аудитория этого сегмента очень велика. На сегодняшний день только 24 % из ведущих 30 онлайн-ритейлеров работают в городах-миллионниках, 9 % — в городах от 500 тысяч до миллиона жителей, а в городах с населением меньше 500 тысяч работает всего 5 % ритейлеров и меньше. Со своей стороны, покупателям необходимо приобретать навыки владения инструментами глобальной сети, а также культуры покупок в онлайн-среде.

То, что электронная коммерция нашла свое место в сердцах российских потребителей, - очевидный факт. То, что у электронной коммерции огромный потенциал развития тоже бесспорно. В 2004-2005 гг. на российском рынке интернет-маркетинга и электронной коммерции произошел качественный скачок.

Покупки в интернете постепенно вошли в потребительское сознание и заняли там свою нишу. Конечно, остается ряд факторов, несколько тормозящих развитие электронной коммерции в России.

К ним можно отнести скептическое отношение к платежной системе, боязнь совершать покупки по кредитной карте, ограниченное предложение отдельных категорий товаров. Однако в общем и целом ситуация выглядит оптимистично. И можно надеяться, что в 2006 году хотя бы по ряду позиций Россия сравняется с Европой.