

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. Как сообщает Международный союз электросвязи (МСЭ) к концу 2017 года 55 % населения земли являются пользователями глобальной сети. Конечно, лидирующие позиции занимает Китай, ведь эта страна является лидером по количеству населения. Следом идет Индия, а затем Соединённые Штаты Америки. Российская Федерация занимает лишь шестое место в рейтинге после Бразилии.

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 объёмов рынка е-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 находятся книги и журналы (15 %), меньше всего интернет-покупатели приобретают уходовые средства (5 %) и билеты на мероприятия (4 %).

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.

Как сообщает Международный союз электросвязи (МСЭ) к концу 2017 года 55 % населения земли являются пользователями глобальной сети. Конечно, лидирующие позиции занимает Китай, ведь эта страна является лидером по количеству населения. Следом идет Индия, а затем Соединённые Штаты Америки. Российская Федерация занимает лишь шестое место в рейтинге после Бразилии. 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 объёмов 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 %). Рейтинг товаров, приобретаемых в онлайн-магазинах.

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 товароборот, 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.