

• счет 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» предназначен для обобщения информации о расчетах по социальному страхованию, пенсионному обеспечению и обязательному медицинскому страхованию работников организации;

• счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» предназначен для обобщения информации о расчетах с работниками организации по оплате труда, а также по выплате доходов по акциям и другим ценным бумагам данной организации;

• счет 71 «Расчеты с подотчетными лицами» предназначен для обобщения информации о расчетах с работниками по суммам, выданным им под отчет на административно-хозяйственные и прочие расходы;

• счет 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям» предназначен для обобщения информации о всех видах расчетов с работниками организации, кроме расчетов по оплате труда и расчетов с подотчетными лицами;

• счет 75 «Расчеты с учредителями» предназначен для обобщения информации о всех видах расчетов с учредителями (участниками) организации: по вкладам в уставный (складочный) капитал организации, по выплате доходов (дивидендов) и др.;

• счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» предназначен для обобщения информации о расчетах по операциям с дебиторами и кредиторами.

Таким образом, понятие расчетов многогранно и включает в себя терминологический аппарат, информационную и методическую основу исследования расчетных операций, которые в свою очередь являются компонентами системы учета и анализа расчетных операций организации.

На наш взгляд, следует выделить три ключевых составных блока системы учетно-аналитического обеспечения расчетов организации, предполагающих проведение всестороннего исследования хозяйственных операций организации: терминология, лежащая в основе предмета изучения хозяйствующего субъекта, информационное обеспечение, предполагающее формирование объективного мнения и методика учета и анализа. Организация учета и анализа регулируется

комплексом нормативно-правовых документов, позволяющих соблюдать принцип законности осуществления расчетных операций. Хозяйственные операции отражаются посредством составления первичных и сводных бухгалтерских документов, регистрирующих факт совершения расчетов с контрагентами. Обобщение информации о состоянии задолженности в результате совершения расчетов осуществляется в бухгалтерской и статистической отчетности.

С целью правильного ведения учета необходимо придерживаться Плана счетов бухгалтерского учета и инструкции по его применению. Организация вправе применять различные формы и виды расчетов, влияющие на формирование суммы задолженности и особенности учета. Необходим контроль суммы задолженности и своевременности ее погашения, что предполагает обоснование порядка списания долгов с баланса организации и принятия сумм в налоговом учете. Управление задолженностью с позиций ускорения ее оборачиваемости обеспечивает бесперебойность процесса выполнения работ, поступления денежных средств, роста прибыли и увеличения уровня рентабельности деятельности и использования капитала.

Проведение исследования учета и анализа расчетных операций в рамках сформированной системы структурных компонентов позволит всесторонне осветить характер осуществления сделок и операций, изучить особенности организации учетно-аналитической работы на предприятии и подвести итоги законности управленческих решений по формированию и погашению задолженности, в том числе по расчетам, имеющим наибольший риск возникновения штрафных санкций.

Список литературы

1. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский учет. Учебник. – М.: Юнити-Дана, 2012. – 530 с.
2. Керимов В.Э. Бухгалтерский учет. Учебник. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 776 с.
3. Козлова, Е.П., Бабченко Т.Н., Галанина, Е.Н. Бухгалтерский учет в организациях. – М.: – Финансы и статистика, 2008. – 786 с.
4. Лытнева Н.А., Парушина Н.В., Кыштымова Е.А. Бухгалтерский учет и анализ: учеб. пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 604 с.
5. Соколова Е.С., Соколов О.В. Бухгалтерский учет. Учебно-практическое пособие. / М.: Евразийский открытый институт, 2011. – 404 с.

Секция «Исследование конъюнктуры международных и региональных товарных рынков: методология и опыт», научный руководитель – Романова И.М., д-р экон. наук

РЫНОК ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ. ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛА

Камышанский С.В.

Московская международная высшая школа бизнеса
МИРБИС, Москва, e-mail: semka1412@gmail.com

Рынок электронной коммерции в настоящее время является одним из самых привлекательных направлений в бизнесе в России и за рубежом. В США за последние два года объем рынка электронной коммерции вырос на 25%, в Европе на 30%. В России за период с 2008 по 2012 годы рост составил 30%. Данное направление является одним из наиболее перспективных в Российской Федерации, в связи с тем, что рынок еще недостаточно насыщен, в регионы постепенно проводится высокоскоростной интернет (включая мобильные 3G и 4G системы), и на рынке представлено сравнительно небольшое количество участников. Кроме того, зарубежные и российские эксперты прогнозируют ежегодный рост в 10-15% за период с 2013 года по 2017. Имея опыт работы в данной сфере, компании малого и среднего бизнеса, занимающиеся интернет ритейлом, сталкиваются

с рядом сложностей и барьеров, которые следует модернизировать. Данная статья именно об этом.

Описание рынка

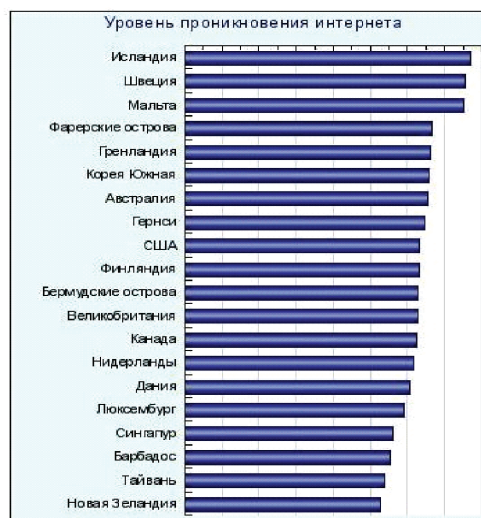
В Российской Федерации рынок интернет коммерции является одним из наиболее активно развивающимся. Этому есть ряд объяснений. Во-первых, высокоскоростной интернет появился сравнительно недавно. Первый домен был зарегистрирован в 1990 году. В результате чего, в Советском Союзе появился интернет. А основной домен «ru» появился в 1994 году. Во-вторых, если не рассматривать крупные города России, которые «обеспечены» высокоскоростным покрытием сполна, до многих регионов Интернет еще не дошел. По оценкам экспертов, из 140 миллионов жителей россиян, доступ в Интернет имеют всего 62 миллиона человек. Уровень проникновения интернета в Москве и Санкт-Петербурге находится на уровне развитых западных стран. Цифра составляет 72%. В сельских районах 39%. По стране в среднем процент проникновения интернет покрытия составляет 56% (на 2012 год). Ниже представлена таблица по количеству пользователей интернета, приходящихся на 100 жителей в разных странах¹.

¹Источник: International Telecommunication Union (ITU).

Список стран

Страна	Уровень проникновения интернета
Исландия	77.00
Швеция	75.46
Мальта	75.25
Фарерские острова	66.47
Гренландия	66.32
Корея Южная	65.68
Австралия	65.28
Гернси	64.52
США	63.00
Финляндия	63.00
Бермудские острова	62.90
Великобритания	62.88
Канада	62.36
Нидерланды	61.63
Дания	60.41
Люксембург	59.00
Сингапур	56.12
Барбадос	55.35
Тайвань	53.81
Новая Зеландия	52.63

Следующие 20 >>

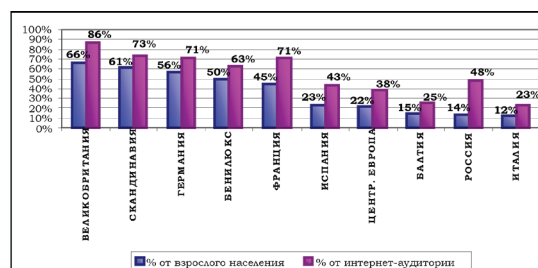


В-третьих, рынок интернет-коммерции далек до своего насыщения. Объем рынка электронной коммерции в России достиг в 2012 г. цифры в 325 млрд. руб. (или 91 млн. заказов), что означает, что доля e-commerce составляет примерно 1,6% ВВП. Более 4/5 рынка занимает сегмент розничной торговли (общее количество он-лайн магазинов – в 2012 г. перевалило за 18 200), который, судя по всему, достиг пределов роста по отношению к традиционному ритейлу. На Москву и Санкт-Петербург приходится почти 2/3 всех продаж. При этом именно в столицах можно прогнозировать опережающий по сравнению с другими регионами страны рост он-лайн продаж (27% против 16%). В регионах же интернет-торговля будет расти в основном за счет товаров, недоступных в небольших городах¹. При сохранении существующих темпов роста к 2017 году рынок перешагнет планку в 500 млрд. руб., а к 2020 г. – 650 млрд. руб. Главными драйверами роста останутся рост интернет-аудитории на фоне опережающего роста популярности интернет торговли, развитие систем электронных платежей и каннибализации традиционных рынков. По прогнозам другой исследовательской компании (J'son Partners Consulting), объем рынка электронной коммерции к 2017 году составит 3 686 млрд рублей².

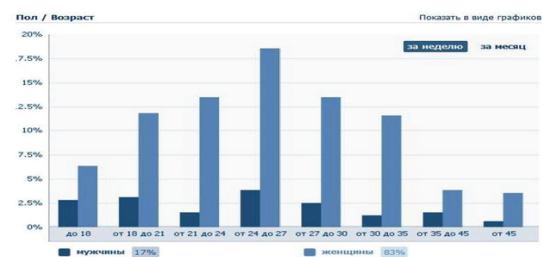


Существует статистика по процентам пользователей интернета, которые совершают онлайн-покуп-

ки, а также их доля во взрослом населении. В России эта цифра среди пользователей рунета составляет 48%, а среди взрослого населения доля активных онлайн-покупателей составляет всего 14%. Данные представлены за 2010 год³.



По собственному опыту, если соотносить эти данные к мелкому интернет-ритейлу женской одежды на настоящее время, то цифры несколько разнятся.



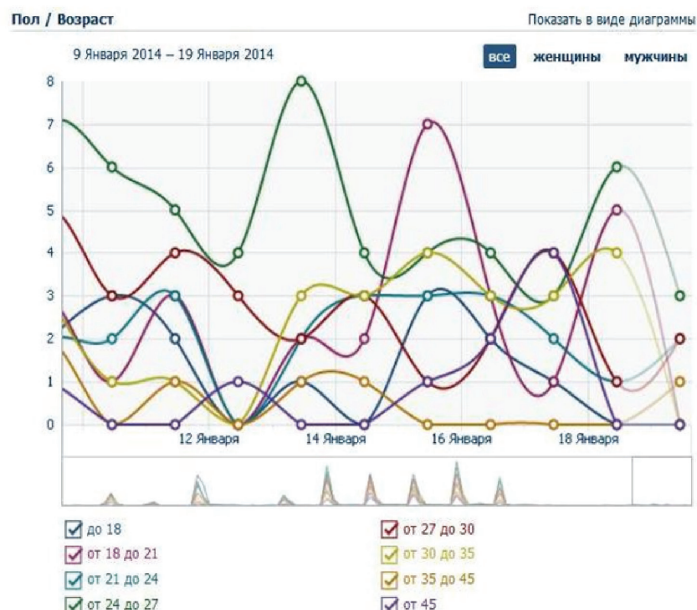
Наиболее активный возрастной сегмент по совершению интернет-покупок это интервал с 18 лет до 30 лет. Ниже представлен график за последнюю неделю. Данные не сильно отличаются от статистики за последний год⁴.

³Источник: Интернет в России. Состояние, тенденции, перспективы развития. – М.: Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям, 2011. – С. 22.

⁴Данные взяты из статистики интернет-магазина E-Lemon.

¹inFOLIO Research Group. Advertology.ru.

²Результаты исследования компании J'son Partners Consulting.



Наиболее растущим сегментом среди нефизических товаров и услуг является цифровой контент. На его долю приходится 35% от общей доли продаж. Под цифровым контентом понимаются такие товары как электронные книги, компьютерные игры, музыка и прочее.

Ниже представлен график по нефизическим товарам и услугам. Данные предоставлены исследовательской компанией J'son Partners Consulting на 2012-й год.



Москва и Санкт-Петербург являются наиболее перспективными и быстрорастущими регионами в сфере интернет-ритейла, несмотря на сравнительно высокий уровень насыщенности. Это связано во многом с количеством жителей и технологической оснащенностью. Но российский рынок интернет коммерции имеет ряд особенностей, которые, в итоге, выливаются в трудности для тех, кто открывает свой бизнес. Кроме того, в России показатели рынка и технологическая оснащенность отстают от западных в среднем на 10 лет. В настоящее время набирает популярность работа интернет магазинов и их раскрутка через социальные сети. В России наиболее популярной сетью является «ВКонтакте». Многие интернет магазины начинают свой бизнес, используя именно этот ресурс. Вторая по популярности у предпринимателей сеть – «Instagram».

В первую очередь это сложности, связанные с открытием бизнеса. Существует огромное количество барьеров, которые необходимо преодолеть, чтобы законно начинать свой бизнес. Это в итоге привело к тому, что из 30 тысяч компаний, занимающихся интернет торговлей в России, 80% работают теневым методом, то есть нелегально. Это сказывается на катастрофическом недоборе налогов, так как данный сектор экономики достиг приличных объемов.

Из собственного опыта могу сказать, что государство абсолютно не подготовлено к столь быстро растущему сегменту. Причем, как технологически, так и законодательно. Вместо того, чтобы подстраиваться под сложившиеся условия, государство выпускает законы, которые мешают бизнесу (особенно мелкому и различного рода старт-апам) спокойно и легально

работать. В наши дни большое количество интернет-магазинов работает, используя различные системы оплаты. Самые распространенные из них это «Яндекс Деньги» и «Web money». 70 процентов денежных операций проходит именно через эти системы, так как это удобно и просто. Но при посещении налоговых органов сразу сталкиваешься с проблемой непонимания со стороны государства о том, как вообще функционирует твой бизнес. Государственные органы практически не приспособлены к тому технологическому прогрессу, который мы видим в наши дни. Чтобы исправить данную проблему, необходимо постоянно обучать сотрудников государственных органов, чтобы малый бизнес, который собирается работать легально, смог разговаривать с инспекторами «на одном языке». Государство необходимо подстраивать законодательную базу под современные условия, чтобы было реально платить налоги, работая не в ущерб себе и не теряя много времени. Кроме того, учитывая недавние поправки в Федеральный закон, которые могут вступить в силу, сегмент интернет торговли вообще может закончить свое существование как таковой.

Еще одной проблемой, с которой сталкивается интернет ритейл это складские помещения и затраты на доставку товара. Зачастую брать в аренду складское помещение становится логистически невыгодным, в связи с удаленностью от города, что актуально для Москвы. Кроме того, на самих складах существует фактор воровства, а цены за квадратный метр склада зачастую неоправданно завышены. В связи с этим государство должно регулировать складской арендный бизнес, хотя бы на какой-то отрезок времени для того, чтобы стимулировать рынок интернет коммерции. Проблема доставки тоже очень актуальна для компаний, занимающихся электронной коммерцией. Постоянно дорожающая почтовая доставка, которая зачастую затягивает со сроками поставки, очень тормозит начинающих предпринимателей. Средняя стоимость по данным исследовательских компаний выросла со 104 рублей до 160. Из собственного опыта могу заметить, что средняя стоимость среднего заказа достигает пределов 160-200 рублей. Многим компаниям приходится включать риски, связанные с задержкой поставок и воровством на самой почте, а также стоимость отправки в цену своих товаров, что значительно повышает средний чек и негативно сказывается на ценовую конкуренцию.

Мошенничество в интернет магазинах тоже играет свою отрицательную роль в формировании имиджа интернет коммерции в целом. Существует большое количество компаний однодневок, которые обманывают покупателей, получая от них предоплату. Так как существуют слишком высокие риски, магазины предпочитают работать исключительно по предоплате. Используя почту, наложенным платежом тоже работают единицы по тем же причинам, а также, из-за не честной работе конкурентов, которые представляясь покупателями, делают заказ и не забирают его с почты. В итоге, неоплаченный товар лежит в отделении месяц и его отправляют обратно. Как результат, предприниматели теряют деньги и время. Кроме того, многие сайты не поддерживают систему защиты платежей через карту, так как технологически не оснащены, к тому же это достаточно дорого. И последнюю проблему, которую хотелось бы отметить, это дорожающий налог на границу. На западе все большую популярность набирает сотрудничество с поставщиками по интернету, то есть напрямую со складами за рубежом или фабриками. Предприниматели закупают или заказывают товар у поставщиков,

используя интернет-каталоги фабрик. Государство же в свою очередь активно поддерживает своих производителей, но не мешает повышением налогов и ставок работать с зарубежными производителями. В России 30%-ная пошлина для интернет-покупок за рубежом начинается с суммы €1000 в месяц (общий вес – не более 31 кг в месяц). Во многих странах ЕС такой порог не превышает €25 за покупку. Поэтому лоббисты от рынка внутренней торговли давно требуют ввести ввозные пошлины на все зарубежные интернет покупки. Правительство тоже за то, чтобы снизить порог беспошлинного ввоза товаров из интернет-магазинов до €150 (на одну покупку). В декабре глава Минфина Антон Силуанов предложил Евразийской экономической комиссии рассмотреть именно этот вариант. Однако мало просто снизить беспошлинный порог, уверены игроки рынка. Упрощенный порядок оплаты, ужесточение кассовой дисциплины, ведение безналичных расчетов – вот меры, в которых рынок электронной торговли нуждается прежде всего¹. В заключении хочется отметить, что по факту рыночные прогнозы очень абстрактны. Рынок интернет коммерции достаточно новый сегмент и не окрепший, поэтому более чувствителен к изменениям в законодательстве и к колебаниям в экономике. Более того, многие эксперты говорят о стагнации именно в России. Национальная Ассоциация Дистанционной Торговли (НАДТ) приводит следующие цифры: Денежный оборот российского рынка дистанционных продаж (онлайн-торговля, телемагазины и продажи через каталоги) в России в 2013 году вырастет на 21-33% (до 520 млрд рублей). Однако объем продаж увеличится всего на 7,5-12% (со 107 млн различных товаров в 2012 году до 115-120 млн в 2013м). В международной торговле картина куда более позитивная: продажи в 2013 году выросли почти на 100% (с 20 млн товаров в 2012 году до 35-38 млн товаров в 2013-м). Это подтверждает главный тренд дистанционной торговли: покупки за рубежом выгоднее. Учитывая вышеприведенные данные, я считаю, что государству необходимо максимально быстро подстраивать законодательные акты, регулирующие деятельность компаний, работающих в интернет ритейле под современные реалии, учитывая российские особенности, что позволит данному сектору развиваться более спокойной и своей деятельностью существенно пополнять государственный бюджет.

Список литературы

1. Источник: International Telecommunication Union (ITU). Ссылка http://chinalist.ru/facts/index.php?p_lang=0&p_param=1033.
2. inFOLIO Research Group. Advertology.ru.
3. Результаты исследования компании J'son Partners Consulting
4. Источник: Интернет в России. Состояние, тенденции, перспективы развития. Москва 2011 г. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. – С. 22.
5. Данные взяты из статистики интернет-магазина E-Lemon.
6. Forbes.ru: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/biznes-i-vlast/249477-chto-zhdet-rynok-elektronnoi-kommertsii-v-2014-godu>.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РЫНКА ХАЛЯЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИИ

Костышева Я.В.

Самарский государственный экономический университет,
Самара, e-mail: yan-dex@inbox.ru

Данная статья посвящается исследованию рынка халяльной продукции, а также выявлению перспектив его развития. Актуальность темы подчеркивается ростом особенностей потребительских предпочтений. Цель статьи – выявить тенденции развития

¹Forbes.ru: <http://www.forbes.ru/svoi-biznes/biznes-i-vlast/249477-chto-zhdet-rynok-elektronnoi-kommertsii-v-2014-godu>.