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 тормозим 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 заграницу. 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 всего[1]. 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% (до520 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

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

халяльного рынка. Объектом исследования является рынок халяльной продукции в целом по России и в Самарской области. Предметом работы является зависимость роста потребления продукции халяль от определенных факторов. В качестве инструментария исследования были использованы дистанционный опрос, а также интервью с поставщиками и производителями халяльной продукции.

Продукция халяль – это товары, произведенные в соответствии с мусульманскими традициями, не содержащие в себе компоненты, запрещенные к употреблению (свинина, мертвечина, кровь). В настоящее время производству продукции халяль уделяют большое внимание, поскольку данный рынок является весьма привлекательным. Некоторые мировые производители практикуют данное производство с целью укрепления своего имиджа.

Можно выделить несколько направлений рынка «халяль»: рынок продовольствия, фармацевтический рынок, рынок халяльных услуг, рынок халяльной косметики[1]. В данной статье речь пойдет о продукции халяль на продовольственном рынке.

В настоящее время, халяльная продукция воспринимается как более качественный продукт, с точки зрения производства, условий его переработки и хранения. Поэтому, продукция с сертификатом «Халяль» востребована не только среди мусульман, но и среди потребителей иных религиозных мировоззрений (их доля составляет более 50%).

Доля рынка «Халяль» в России уже составляет 10%. Причем, за последние три года продажи в данном сегменте увеличились в три раза[2]. Касаемо мирового опыта, то товарооборот продукции халяль в мире равен 550 млрд. долл. без учета рынка России[3].

С целью укрепления имиджа халяльной продукции, был создан комитет по стандарту «Халяль» при ДУМ Республики Татарстан, контролирующий производство и реализацию продовольствия. Наличие данного стандарта создает возможность осуществления международного экспорта продукции в арабские государства и страны Персидского залива. Несмотря на наличие множества поставщиков из Бразилии и Аргентины, данные страны заинтересованы российскими товарами, а именно их ценой.

Комитет по стандарту ежеквартально проводит проверки того или иного вида продукции, с целью выявления нарушений производства, а также осуществляет экспертизу товаров по соответствию их ГОСТу. В настоящее время появляется большое количество подделок под «Халяль», предпочтительно полуфабрикатов. Чаще всего поддельные продукты поступают из Пензенской, Самарской и Ульяновской областей. Наиболее надежными являются поставщики Казанского мясокомбината, птицефабрики «Ак Барс», «Челны – бройлер», Челнинский, Йошкар-Олинский и Челнинский мясокомбинаты [4].

Комитет по стандарту «Халяль» создан во многих регионах страны. Кроме того, советом муфтиев России была разработана система добровольной сертификации продукции халяль. Инициативу в получении сертификата «халяль» проявили следующие компании: «Царицыно», «Приосколье», «Most-et», «Сафа», «Халяль-Аш» и др. Данные фирмы-производители достаточно активно вышли на рынок халяльной продукции, реализую свой товар на прилавках крупных торговых сетей (Ашан, Метро, Перекресток, Пятерочка и т.д.)

Рост производства продукции халяль в России в последнее время носит стремительный характер. Динамика производства представлена на рисунке[5].

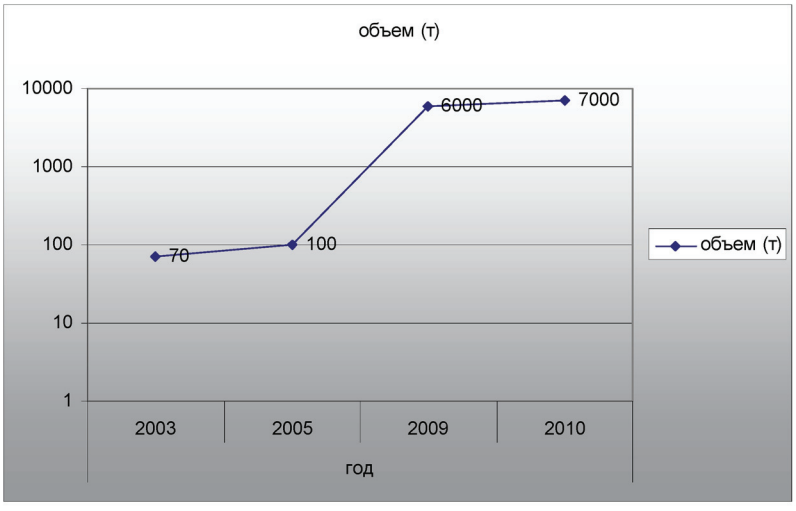
[1]Электронный ресурс: Комитет по стандарту «Халяль» Республики Татарстан. Режим доступа: halrt.com/comitet.

[2]Интервью исполнительного директора консалтинговой компании «Ринкон – менеджмент» Корнеева К. Январь, 2013.

[3]Интервью с руководителем комитета по стандарту «Халяль» при ДУМ РТ, Гайнуллиным И. Май, 2013.

[4]См. там же.

[5]Информационно-аналитический портал Islam.rf. Интервью с руководителем центра стандартизации и сертификации «халяль» совета муфтиев России Азизбаевым Ж.Х. 04.05.2010. режим доступа: http://www.islamrf.ru/news/analytics/economics/12598.



Динамика среднего объема производства продукции «халяль» с 2003 по 2010 гг.(тонн в месяц)

Анализируя приведенные статистические данные, важно отметить, что такой резкий рост объема производства халяльной продукции обусловлен увеличением спроса на нее среди жителей крупных городов, поскольку в последние годы идет интенсивная урбанизация населения. В начале 2000-х потребитель не был знаком с понятием «сертифицированный продукт» или маркировкой «халяль». В настоящее же

время, все больше населения желает приобретать сертифицированные продукты питания. Потребитель ставит безопасность и здоровье на первое место. Продукция халяль как раз позиционирует себя как экологически чистая. Вследствие этого, можно отметить несколько факторов, обуславливающих рост уровня потребления халяльного продовольствия:

– усиление тенденции к конфессиональной и национальной самоидентификации;

– увеличение интереса к национальной кухне;

– укрепление в сознании потребителя идеи здорового питания.

Важным фактором также является рост реальных располагаемых доходов населения, поскольку цена на данную продукцию зачастую выше средней – на 5-15%. Высокая цена связана со следующими моментами:

– продукцию халяль запрещено хранить и перевозить совместно с другими продуктами, что обуславливает высокие расходы на логистику;

– организация процесса производства существенно отличается от производства обычной продукции (метод забоя животных, очистка подготовительного сырья и т.д.) – для производства халяль используется преимущественно экологически чистое и полезное продовольственное сырье. Так, в продукты не добавляются соя и искусственные добавки, присутствуют лишь натуральное мясо.

Уровень качества некоторых российских производителей халяль достаточно высок, особенно среди предприятий, которые полностью перешли на линию «халяль». Так, один из крупнейших производителей халяль «Приосколье», планирует внедрять в свое производство новейшие технологии для создания максимально чистых условий изготовления продукции: прежде чем войти в цех по производству, персонал должен пройти камеру чистоты т.е. принять душ и переодеться в чистую рабочую форму, а также отсканировать руки на предмет чистоты.

В связи с этими моментами, на сегодняшний день для российских производителей весьма трудно налаживать процесс производства халяльной продукции, поэтому в нашей стране существует очень малое число производителей, отвечающих всем перечисленным пунктам.

Рассмотрим конкретнее рынок халяльной продукции в Самарской области.

На сегодняшний день в Самарской области можно выделить трех крупных производителей халяльной продукции: мясокомбинат ООО «Халяль», ГК «Халяль продукт Самара» и ГК «Халяль оптрейд». Данные компании занимаются оптово-розничной торговлей, производством, хранением и оказанием услуг на рынке халяльной продукции. Весьма заметна тенденция к расширению ассортимента продукции изготовляемой данными предприятиями. Так, в ООО «Халяль» в 2004 году был открыт цех полуфабрикатов. В 2005 году было запущенно производство мясных и мясорастительных консервов. Кроме того, изготовляются полуфабрикаты, которым при выборе питания отдают предпочтение достаточно большое число населения. Кроме того, компании осуществляют поставки в другие регионы России[1]. Важно отметить, что не так давно в Самарской области был также создан комитет «Халяль» при ДУМ СО от 21.02.12[2].

В настоящее время приверженцы ислама, проживающие как в Самарской области, так и в целом по России, зачастую сталкиваются с проблемой трудоустройства. Проблемы, главным образом, связаны с внешним видом работника, наличием условий для совершения предписанных молитв, соблюдением канонов ислама при производстве и реализации продукции. Наличие данных проблем создают большие трудности для мусульман при поиске рабочего места, поскольку российские компании не адаптированы под данные условия. В связи с этим, открытие компаний по производству продукции халяль, в значительной мере расширяет количество рабочих мест не только в области, но и в стране в целом, а также увеличивает число экономически – активного населения.

Подводя итоги, следует заметить, что рынок халяльной продукции еще недостаточно сформирован и находится на стадии роста, вследствие чего является весьма привлекательным. Серьезным стимулом для производства и сертификации «халяль» являются большие возможности в плане экспорта в мусульманские страны. Однако в России заметна большая неравномерность распределения производств халяльной продукции. Так, наиболее активными в этом плане являются Центральные области. В противоположной ситуации находятся регионы Восточной и Западной Сибири, Дальний Восток и регионы за полярным кругом. В данных областях существуют высокие, но еще не реализованные возможности для халяльного бизнеса. Необходимо налаживать систему логистики и поставок продуктов в данные регионы. Кроме того, важно вести подготовку специализированных кадров в области халяльной пищевой промышленности, которые являются серьезным дефицитом для халяльных производителей.

[1]Газета «Комсомольская правда»., выпуск от 28.04.07.

[2]Официальный сайт регионального духовного управления мусульман Самарской области при центральном духовном управлении мусульман России. Режим доступа: http://www.islamsamara.ru/main/rdumso/komitet-haljal.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЪЮНКТУРЫ ТОВАРНОГО РЫНКА: МЕТОДОЛОГИЯ И ОПЫТ

Савченко Е.А., Бондаренко К.Ю.

Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, e-mail: noskova05@mail.ru

Актуальность и проблематика темы. Исследование конъюнктуры рынка является важным этапом в принятии управленческих решений, поскольку результаты таких изысканий позволяют снизить риски при проектировании управленческих решений (выход на новые рынки, поиск новых возможностей, обоснование диверсификации бизнеса и проч.). Умение и навыки проведения конъюнктурных исследований является вектором успешного функционирования фирмы во внешней среде. В настоящее время вопросы исследования и оценки конъюнктуры незаслуженно забыты российскими учеными. Справедливости ради стоит отметить, что в настоящее время появляются новые взгляды, направления, научные течения в данной области. В рамках данной работы изучен существующий опыт по данной проблематике в теоретическом плане, проанализированы научные статьи, представляющие практический интерес. Термин «конъюнктура» принадлежит в настоящее время к числу наиболее встречаемых и употребляется очень часто отечественными авторами. В англоязычной же литературе данный термин определяется другими словами и словосочетаниями, например «current situation; market situation; market condition» [14]. Рассмотрим более подробно основные определения понятия «конъюнктура рынка», представленные в таблице.