

РАЗДЕЛ 2. ФИНАНСОВАЯ, НАЛОГОВАЯ И ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНАЯ ПОЛИТИКА

УДК 336.62



Евсюнина Анастасия Андреевна
*магистрант кафедры финансов и финансовых институтов,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Россия
e-mail: evsuninan@yandex.ru*



Щукина Татьяна Владимировна
*кандидат экономических наук,
доцент кафедры финансов и финансовых институтов,
Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Россия
e-mail: schtanya74@mail.ru*

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ОДНО ИЗ НАПРАВЛЕНИЙ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Аннотация. В статье рассмотрена проблема снижения показателей рентабельности предприятий торговли вследствие падения объемов продаж, вызванного приостановлением деятельности розничных магазинов. Одним из способов поддержания деятельности в сложившихся условиях, предложенных автором, является электронная коммерция, получившая распространение в условиях пандемии, которая на практике может быть реализована путем создания интернет-магазинов или участия предприятия в государственной контрактной системе закупок.

Ключевые слова: рентабельность предприятия, розничная торговля, электронная коммерция, интернет-торговля, система государственных закупок.

Anastasia A. Evsyunina
*Master's degree in Finance and financial institutions,
Baikal State University,
Irkutsk, Russia
e-mail: evsuninan@yandex.ru*

Tatyana V. Schukina
*PhD in Economics, associate professor at the Department
of Finance and financial institutions,
Baikal State University,
Irkutsk, Russia
e-mail: schtanya74@mail.ru*

ELECTRONIC COMMERCE AS ONE OF THE DIRECTIONS OF INCREASING FINANCIAL PERFORMANCE OF THE ENTERPRISES IN MODERN CONDITIONS

Abstract. The article discusses the problem of reducing the profitability of trade enterprises due to the drop in sales caused by the suspension of retail stores. One of the ways to maintain the activity under the current conditions proposed by the author is electronic commerce, which has become widespread in the context of a pandemic, which in practice can be implemented by creating online stores or by participating in the state procurement contract system.

Keywords: profitability, retail trade, e-commerce, online trade, public tender system.

Введение. В условиях нынешней экономической ситуации, когда деятельность розничных магазинов приостановлена, актуальной становится проблема поддержания уровня сбыта продукции предприятий розничной торговли. Показатели рентабельности, являющиеся одними из основных при оценке эффективности финансово-экономической деятельности предприятия, в данной ситуации имеют тенденции к резкому снижению, а значит возникает необходимость в поиске правильных управленческих решений.

Цель и задачи исследования обусловлены особенностью раскрытия данной проблематики. Целью исследования является оценка рынка электронной коммерции как одного из возможных способов поддержания деятельности предприятий розничной торговли.

Для достижения вышеуказанной цели были определены следующие задачи: изучить понятие электронной коммерции, рассмотреть создание интернет-магазинов и участие в государственной контрактной системе закупок как одних из возможных направлений продолжения деятельности предприятий розничной торговли, оценить популярность данных направлений.

Полученные результаты. Ввиду невозможности продолжения деятельности по продаже товаров в рамках магазинов в традиционном понимании, а соответственно и падения объемов продаж, руководители предприятий вынуждены искать новые рынки сбыта, главным из которых в данных условиях является электронная торговля.

Большинство зарубежных авторов под электронной коммерцией (электронной торговлей) в широком смысле понимают деятельность, охватывающую все типы транзакций между организациями и заинтересованными лицами [1, с. 30]. Отечественные авторы под интернет-торговлей (тождественно понятию электронной торговли) в широком смысле понимают розничную и оптовую покупку-продажу товаров и услуг посредством электронной сети [2, с. 23–26]. Авторы В. В. Царева и А. А. Кантарович под электронной коммерцией понимают концепцию, которая включает в себе все формы деловых операций и взаимодействий, осуществляемых в электронном

виде и с использованием разнообразных телекоммуникационных технологий [3, с. 81]. Комиссия Организации Объединенных Наций по праву международной торговли дает следующее толкование понятия электронная торговля — «все соглашения, заключенные с помощью электронного обмена данными и средств передачи данных» [3, с. 83].

На сегодняшний день интернет-торговля является одним из самых динамично развивающихся рынков мира. А ее влияние на экономику наблюдается уже в течение длительного времени [4, с. 16]. Обратимся к данным по динамике доли розничных продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли в Российской Федерации (рис. 1).

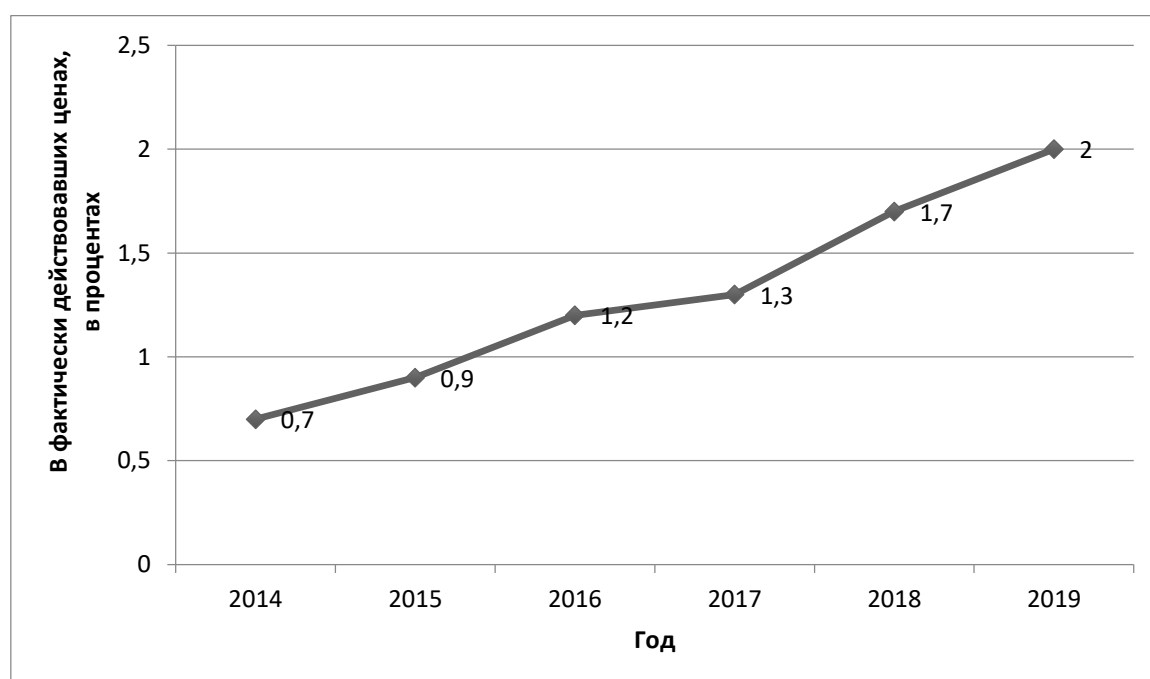


Рис. 1. Динамика продаж через Интернет в общем объеме оборота розничной торговли в 2014–2019 гг.*

*Составлено автором по данным www.gks.ru

По данным рисунка видно, что на протяжении 2014–2019 гг. доля розничных продаж через сеть Интернет в Российской Федерации увеличивалась, что говорит о распространении практики внедрения интернет-магазинов у предприятий розничной торговли, а также росте популярности интернет-покупок у населения. Также необходимо отметить, что по подсчетам аналитиков eMarketer, в 2019 г. Россия вошла в топ лидеров e-commerce (электронной коммерции), тем самым заняв десятую позицию среди всех стран [5]. Вклад электронной коммерции в экономику России в 2019 г. составил 4,1 трлн руб. [6]. На 2020 г. по данным аналитиков планировался рост сегмента «электронная коммерция» на 18% по итогам года, прогнозируемый объем сегмента составил бы 4 912 млрд руб. В настоящее время, в связи с событиями марта и апреля 2020 года, аналитики предполагают снижение изначально прогнозируемого роста данного сегмента до 6%, а в абсолютном значении электронная коммерция, по их прогнозам, составит 4 426 млрд руб. [6].

Несмотря на снижение прогнозируемых показателей, доля рынка электронной коммерции достаточно высока и будет расти в текущем году, а отсутствие возможности реализации товаров через розничные магазины делает интернет-торговлю с ее преимуществами единственным способом поддержания деятельности предприятий в современных условиях.

Плюсы данного способа торговли неоспоримы как для покупателей, так и для продавцов. Например, покупатель экономит время, интернет-магазины работают ежедневно и круглосуточно, покупатель не ограничен ассортиментом только одного магазина и выбором исключительно по территории его проживания, а также оплата товара может быть произведена любым удобным для него способом. Для продавцов плюсы заключаются в возможности составить реальную конкуренцию товарам, которые представлены в традиционных магазинах, есть возможность снижения цены на продукцию, так как в ее себестоимость не будут включаться арендные платежи, коммунальные услуги, заработная плата сотрудников, например, тех, которые в розничном магазине задействованы в качестве продавцов, а также нет необходимости в покупке и обслуживании торгового оборудования. В результате можно реализовать товар по той стоимости, которая будет лишь немного превышать цены производителя. Это дает большое конкурентное преимущество интернет-магазинов перед магазинами в традиционном понимании, а значит делает продукцию более привлекательной для покупателей. Еще одним из преимуществ реализации товаров через глобальную сеть является возможность более глубокого изучения продавцом индивидуальных потребностей каждого клиента, что позволяет удовлетворять их потребности в большей степени [4, с. 18]. Аудитория глобальной сети постоянно увеличивается, а значит перспективы данного рынка сбыта для малого и среднего бизнеса огромны. У продавцов появляется возможность выйти на международный рынок при минимуме затрат.

В законодательстве Российской Федерации онлайн-торговля является дистанционным способом продажи товаров. Она может быть реализована не только через собственные интернет-магазины, но также и через посреднические маркетплейсы. Урегулирована дистанционная продажа товаров специальными нормами ст. 497 ГК РФ, ст. 26.1 Закона о защите прав потребителей, Постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612 «Об утверждении Правил продажи товаров дистанционным способом» [7].

Но интернет-торговля не ограничивается только открытием интернет-магазинов. Для государственных и муниципальных бюджетных учреждений, а также для некоторых госкорпораций, практика по приобретению товаров, работ и услуг у малого и среднего бизнеса через глобальную сеть Интернет реализуется путем участия в государственных закупках. Данная практика так же является одним из возможных способов продолжения деятельности предприятий торговли в условиях закрытия магазинов. Спрос на продукцию со стороны бюджета призван облегчить доступ к получению финансовых ресурсов субъектами малого и среднего предпринимательства, так как посредством государственных закупок удастся снизить риски колебаний рыночной

конъюнктуры для данных субъектов [8, с. 17]. Вместе с тем государственные закупки способствуют производству более конкурентоспособных товаров, являясь важным компонентом индустриальной и социальной политики страны, который оказывает помощь российским производителям, в том числе малому бизнесу, а также другим организациям и лицам, нуждающимся в государственной помощи [9, с. 140].

Для предприятий малого и среднего бизнеса в системе госзакупок предоставляются преференции, как меры поддержки этих участников экономических отношений [10, с. 210]. Например, Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ и Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» № 223-ФЗ предусматривают квоту в годовом объеме закупок для размещения у малого и среднего бизнеса и определяют проведение специальной процедуры закупки, участниками которой могут выступать только субъекты малого и среднего бизнеса [11, с. 98]. Так же еще с середины 90-х годов XX в. положения о необходимости облегчения доступа этих участников экономических отношений к бюджетным контрактам неизменно включались в государственные программные документы [8, с. 18].

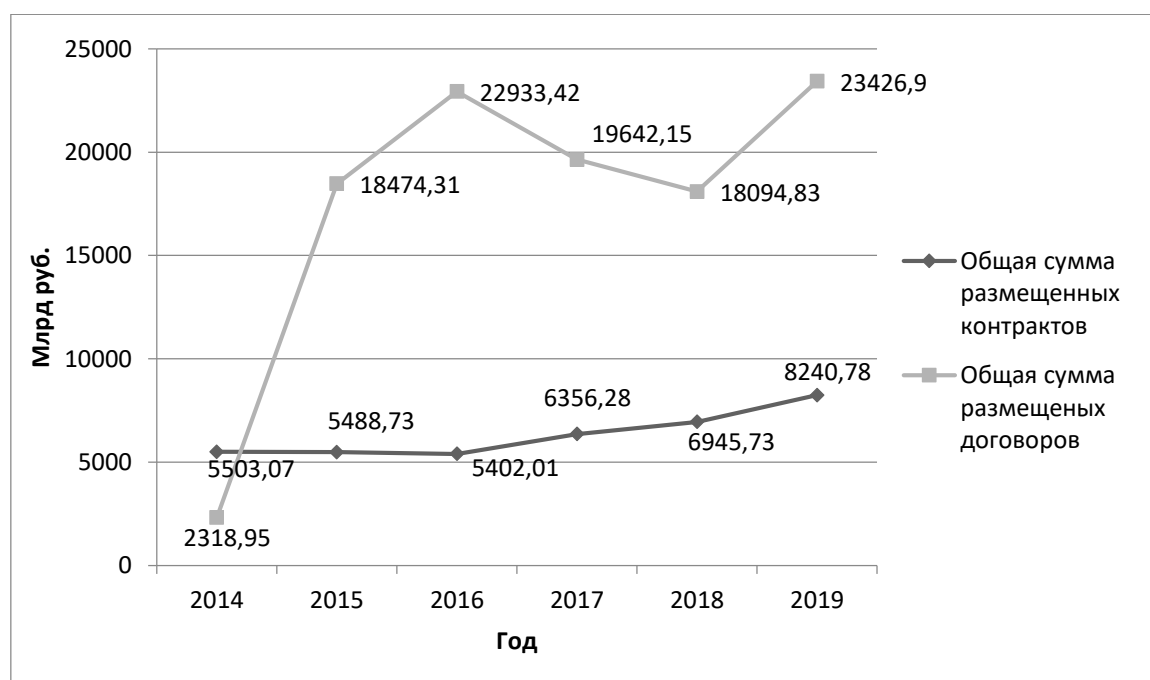


Рис. 2. Динамика объема заключенных контрактов и договоров через систему государственных закупок в 2014–2019 гг.*

*Составлено автором по данным www.zakupki.gov.ru

Современная контрактная система государственных закупок товаров, работ и услуг действует в России с момента принятия одноименного Федерального закона № 44-ФЗ от 05.04.2013 года. За время существования этой системы с 2014 по 2019 гг. произошло увеличение общей суммы размещенных контрактов с 5 503,07 млрд руб. до 8 240,78 млрд руб. (рис. 2). При этом

количество размещенных контрактов в рассматриваемый период возросло с 2 790 583 в 2014 году до 3 641 935 в 2019 году, что говорит о распространении данного вида электронной коммерции как среди заказчиков, так и среди поставщиков (по данным сводного аналитического отчета по результатам осуществления мониторинга закупок, товаров, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» по итогам 2018 года) [12, с. 207].

В рамках Федерального закона от 18 июля 2011 года № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» в 2014 году было заключено договоров на общую сумму 2 318,95 млрд руб., в 2019 году на сумму 23 426,9 млрд руб. (рис. 2), за пять лет объем заключенных договоров увеличился в 10 раз. Количество заключенных договоров в 2014–2019 гг. возросло с 13 897 до 1 518 929 соответственно (по данным мониторинга применения Федерального закона от 18 июля 2011 г. № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» в 2018 году).

Можно сделать вывод, что участие в государственных закупках для представителей малого и среднего бизнеса, в том числе предприятий розничной торговли, также является одним из возможных способов продолжения своей деятельности в нынешних условиях. Данная сфера активно развивается в последнее время, и аналитики прогнозируют ее рост и в текущем году. Главным преимуществом такого вида электронной торговли для предприятий является гарантия получения всей суммы контракта в срок, а также большие объемы заказа, которые не всегда может обеспечить интернет-магазин. А также, издержки по сопровождению сделки в данном случае минимальны.

Выводы. Таким образом, в ситуации, когда продолжение деятельности розничных магазинов невозможно, главным способом поддержания уровня выручки и продолжения их деятельности является электронная торговля, которая может осуществляться в виде открытия интернет-магазинов или участия предприятия в государственных закупках. Оба ее вида развиваются в настоящее время, и выход на этот рынок со стороны предприятий розничной торговли не только позволит поддержать их деятельность в период кризиса, но и будет способствовать расширению их рынка сбыта в долгосрочной перспективе.

Список использованной литературы

1. Веренич Н. А. Интернет-торговля как основа развития малого бизнеса в современной экономике: магистерская диссертация. Томск, 2017. — 121 с.
2. Бурдинский А. А. Интернет-маркетинг как новый инструмент развития бизнеса / Маркетинг и маркетинговые исследования в России // Маркетинг. — 2012. — № 2. — С. 23–26.
3. Царев В. В. Электронная коммерция / В. В. Царев, А. А. Кантарович — Спб.: Русская Редакция, 2012. — 240 с.
4. Абдрашитова Е. В. Влияние интернет торговли на экономическое развитие и конкурентоспособность экономики (на примере ООО «ОБНОВИ») :

