

На территории Российской Федерации и странах СНГ очень много небольших городов, и если Вам посчастливилось проживать в одном из них, не следует думать будто Вы лишены возможности организовать свое прибыльное дело, которое бы кормило не только Вас, но и Вашу семью. Единственное, что требуется, так это первый шаг и любовь к выбранному направлению. Конечно, немного креатива и сообразительности не помешает, ведь придумав что-нибудь новое, чего бы еще не было в Вашем городе, но что бы обязательно понравилось людям, Вы почти наверняка гарантируете себе успех, даже в малонаселенном городе!

Литература

1. ВЦИОМ: главный мотив занимающихся бизнесом в России – возможность быть независимыми // ЗАО «Бонниер Бизнес Пресс», [1993-2014]. Дата обновления: 06.06.2013. – URL: http://www.dp.ru/a/2013/06/06/VCIOM_glavnij_motiv_zani/ (Дата обращения: 01.04.2014).
2. Государственная поддержка предпринимателей // Опора-кредит [2008-2014]. [Электронный ресурс] URL: <http://www.opora-credit.ru/programs/> (дата обращения 10.03.2014).
3. Д.Медведев: Доля малого и среднего бизнеса в ВВП страны составляет 20% // РосБизнесКонсалтинг, [1995-2014]. Дата обновления: 03.02.2014. – URL: <http://lf.rbc.ru/news/press/2014/02/03/236194.shtml> (Дата обращения: 01.04.2014).

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В СРАВНЕНИИ С ЗАРУБЕЖНЫМИ

М.С. Вайчук, студент группы 17Б00

Научный руководитель: Лисачев А.Н.

Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского

Томского политехнического университета

652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26

Цена, пожалуй, является наиболее значимой устанавливаемой величиной для компании. Именно от нее зависит доход компании. Тем не менее, установленная планка необязательно приводит к устойчивому спросу на товар, нежели при более сдержанном ценообразовании. Проблема ценообразования волнует многие умы. В то время как одни рассчитывают и выставляют определенную цену за продаваемый товар или услугу, то другие, потребители, рассуждают о справедливости выставленного ценника. В случае кажущегося завышения конечной цены, потенциальный покупатель старается найти альтернативное место покупки, с более выгодными для него условиями. Другим вариантом является приобретение товара через сеть «Интернет». Третий предполагает покупку в другой стране. Четвертый способ состоит в поиске альтернативного товара, имеющего те же покупательские свойства, а пятый и вовсе отказ от приобретения товара. И если последние два варианта отсекаются, в случае необходимости конкретного товара, а первый не подходит сугубо по ценовым характеристикам, на помощь приходят всевозможные распродажи и покупки через интернет, в том числе из иностранных магазинов.

Одним из методов, способствующих покупке товара, являются распродажи. Распродажи, в наиболее широком значении означает реализацию каких-либо товаров по сниженным ценам. Целью данного явления является освобождение складских торговых и складских запасов, привлечение новой клиентуры, ознакомление покупателей с новым товаром. Однако, несмотря на первоначальные благие цели, современные распродажи, в том числе проводимые на территории России, потеряли всю честность их проведения.

Согласно результатам опроса, проведенных исследовательским центром рекрутингового портала Superjob.ru, подавляющее большинство экономически активных россиян, а именно 70%, убеждены: распродажи – это скорее обман, нежели честное снижение цен. По мнению респондентов, честные распродажи существуют в Европе и США, в России же покупателей намеренно вводят в заблуждение. Респонденты отмечают, что перед проведением распродаж, цены на товары завышаются, когда как в период проведения, они, цены, под влиянием действия «скидок», спускаются до первоначального уровня цен, до проведения распродажи. Также, простые граждане отмечают попытку продать неликвид под знаменем проведения распродажи, взамен снижения цен на «актуальные» товары [1].

Проведение аналогичного опроса в США дало противоположный результат. Практически две трети, 63%, верят в распродажи и постоянно ищут их. Причем, среди положительно ответивших рес-

пондентов, 79% - женский пол. Когда как схожий процент, 80% от всех опрошенных мужчин, хоть и не так охотно верят в распродажи, но активно пользуются различными программами лояльности [2].

Как можно заметить из приведенной статистики, в большей степени вера в честность проведения распродаж в больше степени соответствует США и странам Евросоюза. При невозможности покупке товаров за рубежом в «живую», на помощь приходит распространённая интернет торговля, в интернет-магазинах которых можно приобрести практически любой товар по гораздо более низким ценам. Однако все может измениться, если вступят в силу ограничения на ввоз товаров, заказанных из-за границы.

Декабрь 2013 года отметился требованием президента Российской Федерации Владимиром Владимировичем Путиным упорядочить интернет торговлю, в результате чего Министерство финансов выступило с предложением, направленным на изменение закона о таможенных сборах. Если до сегодняшнего момента, беспошлинный лимит установлен на уровне 1000 евро и весом свыше 30 кг в месяц на одного получателя, превышение которых облагается пошлиной 30%, то сейчас же предлагается снизить беспошлинный лимит на зарубежные отправления до 150 евро и весом до 10 кг.

Инициатива связана с нежеланием бизнесменов, чей бизнес основан на зарубежных покупках, платить налоги, поскольку редкий товар превышает барьер беспошлинного лимита ввоза, тем самым позволяя обойти стороной дополнительные обязательства, в виде уплаты больших налогов. Подобными путями обходят стороной государство десятки миллиардов рублей.

Проблема усугублена внесением в марте 2014 года в Госдуму законопроекта, позволяющим правительству оперативно регулировать нормы беспошлинного ввоза товаров для личного пользования, пересылаемых в международных почтовых отправлениях и доставляемых перевозчиком в адрес физического лица.

Урезание нормы беспошлинного ввоза не затрагивает абсолютное большинство покупателей, именно так описывают перспективы изменения законодательства представители российских интернет-магазинов. По их данным, средняя стоимость покупки обычных покупателей в зарубежных магазинах составляет от 45 евро до 100 евро за посылку. И действительно, по данным различных экспертов, средняя стоимость покупки составляет 2700 рублей. Данное значение получилось благодаря увеличению количества отправок с недорогим содержимым из Китая на территорию России. Согласно отчету «Почты России», за прошедший 2013 год российские адресаты получили из-за рубежа около 35 миллионов почтовых отправок, среди которых абсолютное большинство содержало в себе «товарные вложения». Учитывая среднюю стоимость покупки, можно подсчитать, что за истекший год российские потребители потратили более 100 миллиардов рублей на покупку товаров в зарубежных интернет-магазинах. При этом, несмотря на подобный размах почтового «бума», серьезно ощущается недостаток статистики, и, как следствие, недостаток эффективности процесса контроля за всеми происходящими процессами и со стороны общества, и со стороны государства.

Среди опрошенного населения, в доступов в Интернет обладает 59% граждан, среди которых 29% – совершали покупки в сети Интернет. Так, 55% опрошенных сделали лишь 1-3 заказа за рубежом за последний год, 16% совершили 4-5 покупок, 13% – 5-10 покупок. Только 16% опрошенных заказывали за последний год в зарубежных онлайн-магазинах более 10 раз [3].

Самое популярное направление заграничного шопинга у респондентов – США: 45% из них ответили, что покупали здесь товары в течение последнего года. Следом идет Великобритания (37%), континентальный Китай (26%), Гонконг (25%), Канада (18%), Австралия (16%) и Германия (14%) [4].

Основной причиной для покупок в иностранных интернет-магазинах – желание сэкономить. Около 80% участников исследования сообщили, что ищут за границей более выгодные цены, чем на родине. Вторая по популярности причина, 79% опрошенных, это более широкий выбор товаров, недоступный у местных продавцов. Этой же причиной служит выбор интернет-магазинов среди обычных жителей Сибири и Дальнего Востока, в городах которых далеко не всегда имеется в наличии требуемый товар.

Непосредственно в Российской Федерации, по состоянию на 2013 года, работало 32,5 тысяч розничных интернет-магазинов, когда как в 2011 году их было на 7,5 тысячи меньше, то есть 25 тысяч. По оценке Inscapes текущее состояние рынка насчитывает более 39 тысяч интернет-магазинов. Несмотря на ежегодный рост числа интернет-магазинов, процент россиян, покупающих товары за границей, также растет, основные показатели которых представлены в таблице №1.

Таблица 1

Основные товарные показатели в России			
Товар	Структура покупок за границей, %	Доля импорта в России, %	Торговая наценка в России, %
Электроника и бытовая техника	23	96	30
Одежда и обувь	62	80	60
Продукты питания	12	31	40
Мебель	3	56	45

Приведенная статистика говорит, что на рядовые вещи разница в ценах действительно не превышает 15%-30%, когда как на все довольно редкие и брендовые товары наценки достигают 300% и выше. Очень многих товаров в России попросту нет. Ситуация могла бы измениться, в случае установления ограничения наценок на определенном уровне, примером которого служит предложение ограничить торговые наценки на уровне 15%, внесенное на рассмотрение в Государственную Думу РФ представителями фракции «Справедливая Россия». Однако, данная мера воздействия была в очередной раз отклонена [5].

В случае снижения границы беспошлинного таможенного лимита, основной удар придется на людей, заказывающих бытовую и компьютерную технику, а также брендовую одежду, предметы роскоши и коллекционеров. С большой долей вероятности, снижение лимита также подстегнет вверх и без того высокий уровень цен.

Приобретение товаров через интернет, зачастую, связано с большой долей рисков. Покупатель не может оценить ни качество товара, ни примерить его, ни пощупать, к тому же накладывается время ожидания доставки посылки, пород достигающее месяца в пределах России. Что уж говорить о покупках в зарубежных интернет-магазинах. В конце концов, какую цену платить, решает сам покупатель в зависимости от той пользы, которую он получает от товара, но хочется, чтобы Россияне имели право и возможность покупать товары по оригинальной цене, не финансируя находчивых предпринимателей, равным образом не имеющих никакого отношения к товару, помимо перепродажи на территории России по цене в два и более раз выше.

Литература

1. Большинство россиян считают новогодние скидки обманом // Superjob, [2000–2014]. Дата обновления: 07.01.2011. – URL: <http://www.superjob.ru/community/life/52094/> (Дата обращения: 02.04.2014).
2. Мужчины в США любят распродажи не менее, чем женщины - опрос// ФинМаркет, [1991–2014]. Дата обновления: 24.09.2013. – URL: <http://www.finmarket.ru/news/3487694/> (Дата обращения: 04.04.2014).
3. Таможенники ограничат он-лайн покупки из-за рубежа // Ура.Ру, [2006–2014]. Дата обновления: 29.11.2013. – URL: <http://ura.ru/content/svrd/29-11-2013/news/1052169965.html> (Дата обращения: 02.04.2014).
4. Интернет-торговля перешла все границы // ЗАО Бизнес Ньюс Медиа, [1999–2014]. Дата обновления: 25.07.2013. – URL: <http://www.vedomosti.ru/companies/news/14559221/torgovlya-pereshlagranicy> (Дата обращения: 03.04.2014).
5. Правительство не хочет ограничивать наценки в магазинах // РосБизнесКонсалтинг, [1995-2014]. Дата обновления: 30.05.2013. – URL: <http://rbcdaily.ru/market/562949987139400> (Дата обращения: 04.04.2014).