

Крохичева Г. Е., д. э. н., проф. кафедры «Экономическая безопасность, учет и право», ДГТУ, Ростов-на-Дону, Россия;
galina-krokhicheva@yandex.ru;

Сидоренко Е.Н., ассистент кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ФГБОУ ВО ДГТУ, Ростов – на – Дону, Россия;
sidorenko_elena@mail.ru

Ли Дзинань, магистрант кафедры «Экономическая безопасность, учет и право» ФГБОУ ВО ДГТУ, Ростов – на – Дону, Россия;
tangzhen0612@gmail.com

СТРУКТУРА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА, ЧАСТНОГО СЕКТОРА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Аннотация. В современном обществе наблюдается активное развитие цифровых отношений во всех сферах. Бизнес, как самостоятельная структура, также переходит на технологический режим функционирования на всех уровнях – крупный, средний и малый. Также цифровые технологии дают возможность всем желающим осуществлять деятельность, направленную на получение дохода, в связи с чем, физические лица нередко занимаются электронной коммерческой деятельностью. В статье проведен анализ структуры малого и среднего бизнеса в условиях функционирования цифровой экономики на примере интернет-магазинов, а также анализ структуры наиболее популярных способов получения доходов незарегистрированными физическими лицами. Приведены тенденции развития торговли в режиме цифровой экономики.

Ключевые слова: цифровая экономика; рынок электронной торговли; малый и средний бизнес; интернет-магазин; цифровизация; электронные коммерческие отношения; предприятия цифровой экономики.

Krokhicheva G.E., doctor of Economic Sciences, professor "Economic security, account and right" DGTU, Rostov-on-Don, Russia; galina-krokhicheva@yandex.ru

Sidorenko E.N., assistant of the chair "Economic security, account and right" of FGBOU in DSTU, Rostov-on - don, Russia; sidorenko_elena@mail.ru

Li Jingyan graduate student "Economic security, account and right" of FGBOU in DSTU, Rostov-on - don, Russia; tangzhen0612@gmail.com

STRUCTURE OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS, PRIVATE SECTOR IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY

Annotation. In modern society, there is an active development of digital relations in all spheres. Business, as an independent structure, also moves to the technological mode of operation at all levels - large, medium and small. Also, digital technologies make it possible for everyone to carry out activities aimed at generating income, in connection with which individuals often engage in electronic commerce. The article analyzes the structure of small and medium businesses in the conditions of the digital economy on the example of online stores, as well as the analysis of the structure of the most popular ways of generating income by unregistered individuals. The trends in the development of trade in the digital economy are given.

Keywords: digital economy; e-commerce market; small and medium businesses; online store; digitalization; electronic commercial relations; digital economy enterprises.

Цифровая экономика – это часть экономических отношений, осуществляемых в рамках электронных, цифровых технологий, направленная на расширение экономических границ, улучшение делового климата, а также на развитие системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества. [5]

Объектами цифровой экономики можем назвать: технические средства; электронно-вычислительные машины; средства связи; сеть интернет; электронные денежные средства; товары, работы, услуги, реализуемые посредством цифровых технологий; информация; инновационные разработки. [3]

Субъектами цифровой экономики являются:

1. Финансовые институты – банки, страховые компании, пенсионные фонды.
2. Бизнес – организации (коммерческие предприятия), осуществляющие деятельность, направленную на получение прибыли путем продажи своих товаров или услуг в сети Интернет.

3. Потребители – юридические и физические лица, осуществляющие покупки товаров и услуг в сети Интернет. [2]

Исходя из определения субъектов цифровой экономики мы видим, что одним из субъектов являются бизнес-организации в сети Интернет. Поэтому рассмотрим структуру отдельных категорий бизнеса, а именно малого и среднего в цифровом режиме.

Малое и среднее предпринимательство значительно проще в создании и функционировании в сравнении с крупными предприятиями, однако и менее стабильны. Это определяет большой процент такого бизнеса в режиме функционирования цифровой экономики.

Малый и средний бизнес в рамках электронных коммерческих отношений в большей степени представлены интернет-магазинам товаров повседневного потребления: книги; одежда, обувь, аксессуары; автомобильные товары; косметика и парфюмерия; мебель; детские товары; услуги; сувенирная продукция; товары ручного производства. (Таблица 1.1, таблица 1.2) [4]

Таблица 1.1 – Структура среднего бизнеса в цифровой экономике по направлениям

Направление	2016 год		2017 год		Отклонение	
	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в %
1	2	3	4	5	6	7
Одежда, обувь	45	25	57	29	12	4
Автомобильные товары	19	11	23	12	4	1
Мебель	22	13	17	8	(5)	(5)
Детские товары	14	8	18	9	4	1
Косметика	23	13	27	13	4	0
Книги	22	13	21	11	(1)	(2)
Сувенирная продукция	8	5	10	5	2	0
Товары ручной работы	3	2	4	2	1	0
Услуги	7	4	9	5	2	1
Другое	10	6	11	6	1	0
Всего	173	100	197	100	24	0

Таблица 1.2 – Структура малого бизнеса в цифровой экономике по направлениям

Направление	2016 год		2017 год		Отклонение (+-)	
	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в %
1	2	3	4	5	6	7
Аксессуары	38	35	37	33	(1)	(2)
Детские товары	24	22	27	24	3	2
Косметика и парфюмерия	16	15	19	17	3	2
Книги	11	10	10	9	(1)	(1)
Сувенирная продукция	7	7	5	4	(2)	(3)
Товары ручной работы	1	1	1	1	0	0
Услуги	3	3	4	3	1	0
Другое	7	7	10	9	3	2
Всего	107	100	113	100	6	0

Более наглядно распределение структуры товаров интернет-магазинов можно наблюдать на рисунках 1, 2.

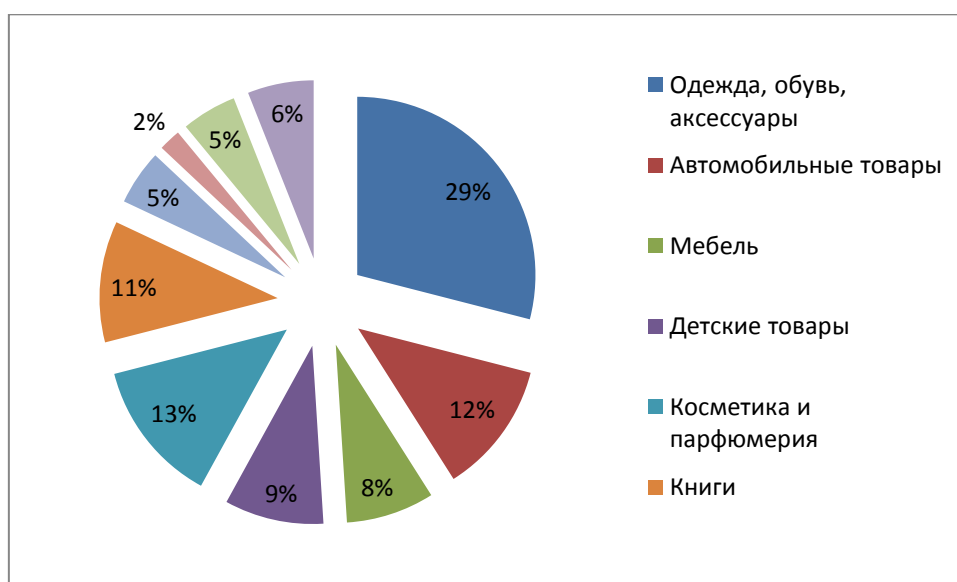


Рисунок 1 – Процентное соотношение товаров в рамках среднего бизнеса в режиме цифровой экономики за 2017 год

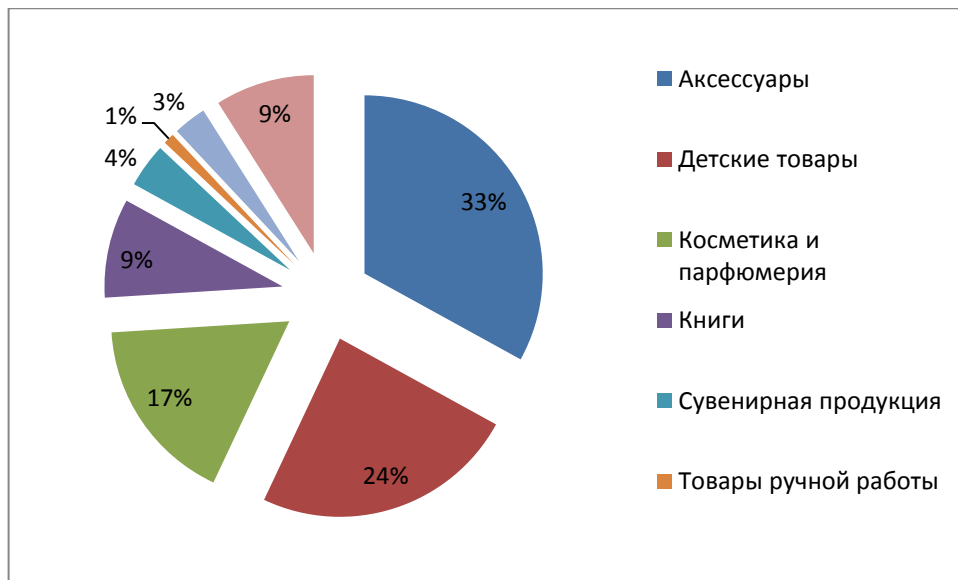


Рисунок 2 – Процентное соотношение товаров в рамках малого бизнеса в режиме цифровой экономики за 2017 год

Особенностями подобных интернет-магазинов можно определить следующие аспекты: узкая тематическая направленность отдельно взятого интернет-магазина; единоличное управление одного владельца несколькими интернет-магазинами. [3]

Отдельной категорией в электронной коммерции являются частные лица, занимающиеся также деятельностью, направленной на получение прибыли, но не зарегистрированные в качестве юридических лиц. Согласно данным статистики, доля частного сектора продаж в 2017 году составила 97 миллиардов рублей, что составляет 13% всего объема рынка и на 37 миллиардов рублей превышает показатель 2016 года. Подобные «предприятия» создают угрозу стабильности экономики страны, так как деятельность в данном аспекте предполагает сокрытие получаемого дохода и оборота денежных средств, что негативно влияет на пополнение государственного бюджета. [5]

Доход частных лиц в сети интернет состоит из консультаций, продажи изделий ручной работы, услуг дизайна, услуг off-line, услуг по написанию и переводу текстов. (Таблица 1.3) [4]

Таблица 1.3 – Структура частного сектора в электронной торговле по направлениям

Направление	2016 год		2017 год		Отклонение (+/-)	
	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в % к объему рынка	млрд. руб.	в %
1	2	3	4	5	6	7
Консультации	23	38	29	30	6	8
Изделия ручной работы	10	17	28	29	18	12
Услуги дизайна	17	28	22	23	5	(5)
Услуги off-line	4	7	7	7	3	0
Услуги по написанию и переводу текстов	6	10	11	11	5	1
Всего	60	100	97	100	37	0

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что российский рынок электронной торговли имеет стабильную тенденцию к росту по большинству исследуемых характеристик. Следовательно, с увеличением объемов рынка увеличивается доходная часть бюджета страны за счет поступления налогов и сборов.

Вопросами интернет-торговли в частном секторе активно занимаются сервисы, направленные на анализ и учет изменений в рамках цифровой экономики. Так, согласно исследованиям Data Insight совместно с сервисом «Авито», наблюдаются следующие тенденции и особенности торговли между физическими лицами с использованием электронных торговых площадок:

1) Более 300 тысяч опрошенных можно назвать «профессиональными продавцами», так как их доход от С2С-продаж является основным либо существенным;

2) На 350 тысяч самых активных продавцов приходится 40% всех продаж;

3) Более 90% продавцов продают исключительно внутри своего города или региона и не стремятся выйти на всероссийский либо международный рынок;

4) Наибольший процент продаж относится к товарам бывшего употребления, однако более 30 процентов сделок приходится на другие категории товаров (новые – не подошедшие владельцу, товары ручной работы, товары у мелких перекупщиков);

5) Около 33 % С2С-покупателей не совершают покупки в интернет-магазинах;

6) Около 50% всех С2С-покупок приходится на 1 миллион самых активных покупателей;

7) Более 10 миллионов человек делают хотя бы 1 покупку в год у частного лица с использованием сети Интернет. [6]

Список литературы:

1. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденная распоряжением от 28.07.2017 № 1632-р;

2. Абдрахманова Г. И., Ковалева Г. Г. Цифровая экономика: Цифровые навыки населения М.: НИУ ВШЭ, 2017;

3. Крохичева Г.Е., Сидоренко Е.Н. Особенности начисления и уплаты налога на добавленную стоимость при проведении хозяйственных операций в цифровой экономике// Строительство и архитектура-2017. Факультет информационно-экономических систем. Материалы научно-практической конференции. Министерство образования и науки российской федерации; Донской государственный технический университет, академия строительства и архитектуры. 2017 Издательство: Донской государственный технический университет (Ростов-на-Дону) (стр.117-119);

4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) РОССИЯ В ЦИФРАХ 2018 Краткий статистический сборник Москва 2018. . [Электронный ресурс] URL:

http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641;

5. Крохичева Г.Е., Сидоренко Е.Н. Электронная коммерция, как структурный элемент цифровой экономики // Научный электронный журнал «Матрица научного познания» №12/2017; . [Электронный ресурс] URL: <https://os-russia.com/nk/mnp-electron>;

6. Портал исследовательского агентства на рынке электронной коммерции. [Электронный ресурс] URL: <http://www.datainsight.ru/>

Reference:

1. The program "Digital Economy of the Russian Federation", approved by the order of 28.07.2017 No. 1632-p;

2. Abdrakhmanova G.I., Kovaleva G.G. Digital Economy: Digital Skills of the Population Moscow: HSE, 2017;

3. Krohicheva G.E., Sidorenko E.N. Features of the calculation and payment of value added tax when conducting business transactions in the digital economy // Construction and Architecture-2017. Faculty of Information and Economic Systems. Materials of the scientific-practical conference. Ministry of Education and Science of the Russian Federation; Don State Technical University, Academy of Construction and Architecture. 2017 Publisher: Don State Technical University (Rostov-on-Don) (pp.117-119);

4. Federal State Statistics Service (Rosstat) RUSSIA IN FIGURES 2018 A brief statistical compilation Moscow 2018.. [Electronic resource] URL:

http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1135075100641;

5. Krohicheva G.E., Sidorenko E.N. E-commerce as a structural element of the digital economy // Scientific electronic journal "The Matrix of Scientific Knowledge" №12 / 2017; . [Electronic resource] URL: <https://os-russia.com/nk/mnp-electron>;

6. Portal research agency in the e-commerce market. [Electronic resource] URL: <http://www.datainsight.ru/>