

В результате проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Введение дифференцированного необлагаемого минимума и введение налога солидарности призваны стать значительными факторами в совершенствовании налогообложения доходов физических лиц в Латвии.

Применение дифференцированного необлагаемого минимума при расчете подоходного налога с населения должно обеспечить снижение налогового бремени для низкооплачиваемых работников.

Налог солидарности призван переложить часть налогового бремени на более высокооплачиваемых работников. Чтобы не снижать налоговых поступлений в бюджет, но при этом ограничить размер пособий, который зависит от уплаченных взносов, с 1 января 2016 года и вводится налог солидарности.

Порядок расчета дифференцированного необлагаемого минимума является громоздкой процедурой, она вызовет достаточно сложную работу по заполнению и представлению годовых деклараций для налогоплательщиков.

Н.Н. Анохина, к.э.н., доцент

Г.А. Щербич, к.э.н., доцент

*УО «Белорусский государственный экономический университет»,
Минск (Беларусь)*

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО И БЕЛОРУССКОГО РЫНКА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

В настоящее время интернет-торговля стала неотъемлемой частью экономики любой развитой страны мира. По оценкам аналитического агентства eMarketer в 2014 г. интернет-торговля достигла отметки в 1,251 триллиона долларов США, а темп роста по сравнению с предыдущим годом составил 18,3%. В 2015 г. оборот интернет-покупок составил более 1,5 триллионов долларов, а к 2017 г. общий объем интернет-торговли по данным прогноза будет равен 2,36 триллионов долларов.

Отметим, что темпы развития интернет-торговли на данный момент выше темпов развития мировой торговли в целом. На это указывает Всемирная торговая организация. Так, по данным данной организации общий объем мировой торговли товарами в 2013 г. увеличился лишь на 2,1%, а темпы роста интернет - торговли с 2012 г. ежегодно растут в среднем на 15% [1]. Наибольшую долю мировой интернет-торговли в 2015 г. составляют покупатели из Северной Америки (34%, 431 млрд. долларов), на втором месте – Азиатско-Тихоокеанский регион (31%, 383 млрд. долларов), третье место – Западная Европа (25%, 312 млрд. долларов), остальные регионы 10% (124 млрд. долларов). Согласно мнению экспертов eMarketer, после 2016 г. первое место будет занимать Азия.

Что касается лидерства по странам, то по объемам торговли сейчас лидируют США и Китай. По прогнозам экспертов после 2016 г. вперед также выйдут Аргентина, Мексика, Бразилия, Россия, Италия. При этом темпы роста интернет-торговли Китая по-прежнему останутся самыми высокими, это связано как с суммарной численностью интернет-покупателей, так и близостью логистических посредников (закупочных и распределительных служб интернет-магазинов) к производству.

Самые известные мировые порталы электронной торговли: Amazon, eBay, Walmart, BestBuy, Target, Alibaba, NewEgg. Большая часть интернет-магазинов основа-

на на базе отдельных подразделений крупных торговых сетей розничной торговли (ритейлеров).

Интернет-торговля в России развивается быстрыми темпами: 25-30% ежегодно. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), объем интернет-торговли в России за 2013 г. составил 17,1 млрд. долларов [1]. Из этой суммы 5,7 млрд. долларов пришлось на нематериальные товары (авиа и ж/д билеты, цифровой контент, билеты на концерты и в кинотеатры и т.д.). А 11,4 млрд. долларов пришлось на материальные товары.

Общее число интернет-магазинов по оценкам InSales в 2014 г. в России составило около 42 тысяч (40% работают в Москве и Московской области). В структуре интернет-торговли России преобладают операции с потребительской электроникой и техникой (42%), одеждой и обувью (13%) и автозапчастями (10%).

Что же касается белорусского рынка интернет-торговли, то на 30 июля 2014г. в Торговом реестре Беларуси зарегистрировано 9315 интернет-магазинов (из них на г. Минск и Минскую область приходится более 7,5 тысяч, что составляет почти 82 % от их общего числа). Несмотря на подавляющее число интернет-магазинов в Минском регионе, большинство крупных магазинов работают с покупателями по всей стране.

51% интернет-магазинов зарегистрировано индивидуальными предпринимателями, что свидетельствует о более быстром процессе электронной коммерциализации в Беларуси мелкого бизнеса. Отметим, что интернет-магазины дают предпринимателям возможность конкурировать с большими торговыми сетями, имеющих офлайн-вые точки продаж своей продукции в разных регионах страны.

Рынок розничной торговли в Беларуси представлен разнообразной продукцией, которую предлагают купить большое число продавцов. Лидирующими регионами являются г. Минск (71%) и Минская область (11%), на втором месте г. Брест и Брестская область (4,8%). Для получения информации о товарах, предлагаемых для продажи в белорусских интернет-магазинах, обратимся к статистике торгового реестра (таблица 1).

Как видно из таблицы 1, основную нишу продаваемых товаров в интернет-магазинах составляют электротовары, строительные материалы и инструменты, телерадиотовары, вычислительная техника, носители аудио- и видеoinформации, детские игрушки, одежда.

Рассмотрим статистику покупок товаров в интернет-магазинах. Согласно маркетинговому исследованию, проведенного отделом продаж интернет-магазина «КУПИ.ТУТ.ВУ» около 65% пользователей белорусского интернета имеют опыт покупок в Интернете [5]. При этом средний чек на покупку в интернете (за 2013 г.) составил 91 доллар США; 63 % заказов оплачиваются при получении; 60% заказов оплачиваются наличными; 53% заказов доставляется курьером; 8% купленных покупателем товаров забирается из пункта самовывоза.

Отметим, что 89% белорусских покупателей заказывают свои товары именно в белорусском сегменте Интернет-торговли. Побудительным мотивом покупок товаров (услуг) в интернет-магазинах среди белорусских покупателей являются: более низкие цены, чем в обычных магазинах, дистанционная форма заказа товара, большой выбор товарной продукции, возможность бесплатной доставки.

Больше половины покупателей в стране живут в г. Минске (53,3%), на каждый из остальных городов приходится не более 5% покупателей.

Технической особенностью работы интернет-магазинов в Беларуси является то, что 31% заказов делается посредством телефона. Большинство заказов (около 55 %) 20

Таблица 1- Количество белорусских интернет-магазинов в 2014 г.

Группы товаров	Кол-во интернет-магазинов
Электротовары	1516
Строительные материалы	816
Телерадиотовары	786
Вычислительная техника	743
Автомобили, запасные части и принадлежности	688
Инструменты	594
Мебель	571
Носители аудио- и видеoinформации	520
Игрушки	468
Хозяйственные товары	464
Одежда и белье	454
Товары для физической культуры, спорта и туризма (кроме спортивной одежды и обуви)	442
Сельскохозяйственный и садово-огородный инструмент	346
Верхний трикотаж, прочие изделия верхнего трикотажа	272
Парфюмерно-косметические товары	235
Галантерея	229
Школьно-письменные и канцелярские принадлежности, канцелярские машины	229
Часы	214

Примечание – Источник: [5]

делается непосредственно на сайте через форму заказов.

Что же касается оплаты за заказ, то большинство заказов оплачивается при доставке: на эту категорию приходится 60% заказов, оплаченных наличными, а также 3% банковской картой в момент получения. При этом всего 28% интернет-покупателей в Беларуси имеют хотя бы однократный опыт оплаты при помощи банковской карты через интернет.

Доставка в белорусских интернет-магазинах на 53% осуществляется курьерами, 29% заказов отсылаются почтой. Около 10% посылок забираются пользователями самостоятельно из пунктов выдачи заказов, а 8% заказов покупатели получили другими способами.

Крупнейшими площадками интернет-торговли (по количеству продаж) в Беларуси являются ресурсы: сайт «e-dostavka.by», онлайн гипермаркет «21 век», kupi.tut.by, deal.by, migom.by, onliner.by. Эти платформы представляют технологию продаж гипермаркетов, но только посредством интернета.

По результатам проведенного исследования можно сделать выводы.

1. Темпы развития интернет-торговли в мировом масштабе выше темпов развития торговли в целом.

2. Центрами Интернет-торговли являются: Северная Америка, Азиатско-Тихоокеанский регион и Западная Европа, а наиболее известными мировыми порталами электронной торговли являются: Amazon, eBay, Walmart, BestBuy, Target, Alibaba, NewEgg.

3. В Торговом реестре Беларуси зарегистрировано 9315 интернет-магазинов, из них на г. Минск и Минскую область приходится более 7,5 тысяч, что составляет почти 82% от их общего числа.

4. Согласно данным маркетинговых исследований белорусский покупатель предпочитает заказывать товары в белорусских интернет-магазинах. К этим товарам относятся одежда, обувь, бытовая и электронная техника. Предпочитаемой формой оплаты за товар является оплата наличными курьеру или оплата на складе магазина.

5. Покупатель заинтересован в том, чтобы заказываемый товар доставлялся ему бесплатно или с минимальной суммой оплаты. Снижение цены на товар и проведение скидок стимулирует покупателя на новые покупки.

Список использованных источников

1. Быркова, Е. Статистика интернет-торговли в странах мира: основные тенденции и показатели / Е. Быркова // Информационно-аналитическое издание «Провэд» [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analysis/16849-statistika-intepnet-topgovli-v-stpanah-mipa-osnovnye-tendentsii-i-pokazateli.html>. – Дата доступа: 26.02.2016.

2. Онлайн продажи становятся как никогда важными во время праздников // Отраслевой портал «logistics.ru» [Электронный ресурс]. – 1998–2014. – Режим доступа: <http://www.logistics.ru/eshops/news/onlayn-prodazhi-standovyatsya-kak-nikogdazhnyimi-vo-vremya-prazdnikov>. – Дата доступа: 26.02.2016.

3. Якунин, К. Почтоматы, постаматы... / К. Якунин // Интернет-маркетинг по нашему [Электронный ресурс]. – 2015. – Режим доступа: <http://geoseo.by/pochtomaty-postamaty-a-ya-malenkij-takoj-ili-kak-vyrastit-novuyu-uslugu>. – Дата доступа: 20.02.2016.

4. Сколько интернет-магазинов в Беларуси? // Сайт ООО «Masterlink.by» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://masterlink.by/kompaniya/blog/skolko-internet-magazinov-v-belarusi>. – Дата доступа: 20.03.2016.

5. Рынок электронной торговли Беларуси // Сайт ООО «Компания электронных платежей «АССИСТ» [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <http://www.belassist.by/upload/files/e-commerce-test.pdf>. – Дата доступа: 21.03.2016.

6. Круглый стол «Интернет-торговля в Беларуси: устаревшие стереотипы и нерешенные проблемы» // Новости Беларуси. Белорусское телеграфное агентство «Белта» [Электронный ресурс]. – 2010–2015. – Режим доступа: http://www.belta.by/ru/conference/i_422.html. – Дата доступа: 21.03.2016.

Атаманчук Е.Л., преподаватель БГУИР, Минск (Беларусь)

КАЧЕСТВЕННЫЕ МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ

Одним из способов доказательства эффективности проектов в области информационных технологий является принятие логичной тиражируемой методологии оценки. Данная схема помогает идентифицировать и установить контроль за теми инвестиция-