

КЕШБЭК-ПЛАТФОРМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО БИЗНЕСА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

*Е.В. ИЛЯСОВА, кандидат экономических наук, доцент кафедры организации и планирования местного развития, Кубанский государственный университет
e-mail: lenailyasova@yandex.ru*

*К.И. ПОПОВА, студентка кафедры государственной политики и государственного управления, Кубанский государственный университет
e-mail: christina.popova98@mail.ru*

Аннотация

В статье освещена необходимость использования современных инструментов развития малого предпринимательства. Авторами предложено использовать кэшбэк-платформу для выхода малых предприятий на рынки без дополнительных затрат, что будет позволять малому бизнесу выдерживать конкурентную борьбу и развивать местную экономику.

Ключевые слова: Интернет, инструменты интернет-маркетинга, кэшбэк, интернет-платформа, малое предпринимательство, экономическое развитие.

В современных реалиях тема поддержки и развития малого предпринимательства в России особо актуальна. Именно малый бизнес способствует созданию конкурентной среды в стране, быстрой реакции на потребности рынка, увеличению налоговых поступлений в бюджет всех уровней, снижению социальной дифференциации.

Привлекает внимание в аспекте проблематики данного исследования именно тот факт, что в настоящее время для России приоритетным является инновационное развитие, а в сфере малого предпринимательства происходит большая часть всех инноваций в экономике.

Развитие малого предпринимательства – неотъемлемый фактор, который способствует созданию конкурентоспособной экономики. На современном этапе в развитых странах число малых и средних предприятий достигает 90% от числа всех предприятий в стране. К

тому же в этом секторе в среднем сосредоточено две трети численности населения, и как показывает практика, производится около половины валового внутреннего продукта.

На данный момент в России малое предпринимательства только начинает свое развитие, поэтому сильно отстает в доле малых предприятий по сравнению с другими развитыми странами. В России на 1 тыс. граждан приходится около 10 малых предприятий, когда за рубежом эта цифра составляет не менее 35 [2].

В перспективе отмены санкций против России конкуренция на рынке продовольственной продукции значительно увеличится. Слабые представители малого бизнеса могут не выдержать конкурентной борьбы, что приведет к плачевным результатам. Следовательно, поиск инструментов, помогающих развитию малого предпринимательства в России, выходит на первый план.

Одна из основных проблем предпринимательства в России заключается в том, что мелким производителям практически невозможно выйти на крупные рынки, так как у них нет денежных средств для продвижения своей продукции (размещение рекламы, создание оригинальных упаковки и бренда, возможности поставки в другие регионы).

Объектом исследования в работе был выбран Краснодарский край. Краснодарский край – один из общероссийских лидеров по развитию малого и среднего бизнеса. По данным департамента инвестиций и развития МСП Кубани, за 9 месяцев 2017 г. количество субъектов малого и среднего предпринимательства в регионе увеличилось на 12,4 тыс. ед. (до 333,5 тыс. ед.).

За этот же период численность населения, занятого в МСП, выросла на 12 тыс. чел. – до 798,5 тыс. чел. Оборот субъектов МСП увеличился на 4,2% – до 1,567 трлн р., а объем инвестиций в основной капитал на 9,9% – до 33 млрд р. При этом 70% предпринимателей Красно-дарского края заняты в сфере торговли и услуг.

В работе были рассмотрены крупные и мелкие компании Краснодарского края, которые обанкротились в 2015–2017 гг. (см. таблицу). Одной из главных причин разорения компаний является проблема реализации продукции. Из-за большой конкуренции предпринимателям очень сложно выйти на крупные рынки продуктов питания, даже если товар очень высокого качества и его цена уступает ценам крупных конкурентов. Следовательно, крупные производители являются основными поставщиками продуктов питания в магазины, а мелкие предприятия не имеют возможности для развития, чтобы покрывать свои затраты на производство и выходить на крупный рынок [3].

Очевидно, что необходимо решить проблему реализации продукции малого бизнеса в

условиях жесткой конкуренции. Одним из решений может стать интернет-торговля.

Торговля через Интернет стала важной частью экономики любого государства (рис. 1). Если недавно люди с осторожностью относились к покупке товаров в сети Интернет, то сегодня с трудом можно найти человека, который никогда не совершал покупки через интернет-магазин. Показатели количества покупок в этой сфере растут крайне быстро. Сфера интернет-торговли с каждым годом оказывает все большее воздействие на экономику.

Стремительный рост интернет-торговли понятен – это поиск потребителями наиболее выгодной для себя цены и скидки, также интернет-торговля дает возможность предпринимателям нести меньшие затраты.

Издержки на обслуживание интернет-магазина гораздо меньше, чем на содержание обычной торговой точки. В этом случае подразумевается, что экономия средств происходит за счет отсутствия необходимости в покупке или аренде помещения и затратах на оплату труда. По статистическим данным, каждый год число покупок через интернет-магазины увеличивается на 20%, а оборот неко-

Список предприятий, которые обанкротились в Краснодарском крае в течение 2015–2017 гг. [3]

Наименование предприятия	Основные виды деятельности:
ОАО «Консервный завод Динской»	Производство соков из овощей и фруктов
ЗАО «Сыркомбинат Калининский»	Молоко различной жирности, кисломолочные продукты, сметана, творог, творожные изделия, твердые, мягкие и плавленые сыры, сливочное масло
ООО «Агрофирма Александровская»	Производство мяса в охлажденном виде, производство в замороженном виде, производство соленого, копченного, вяленого и прочего мяса, производство колбасных изделий, производство мясных консервов и полуфабрикатов, торговля яйцами
ООО «Новороссийский винзавод»	Производство виноградного вина и дистиллированных алкогольных напитков, производство этилового спирта из сброженных материалов
АО «Усть-Лабинский комбинат хлебопродуктов»	Производство хлеба и мучных кондитерских изделий, тортов, пирожных, печенья, пирогов и бисквитов
Сахарный завод «Гирей Кубань сахар»/ОАО «Динксахар»	Производство и продажа сахара
ООО «Витязеская птицефабрика»/ЗАО «Птицефабрика Новомышастовская»	Производство мяса

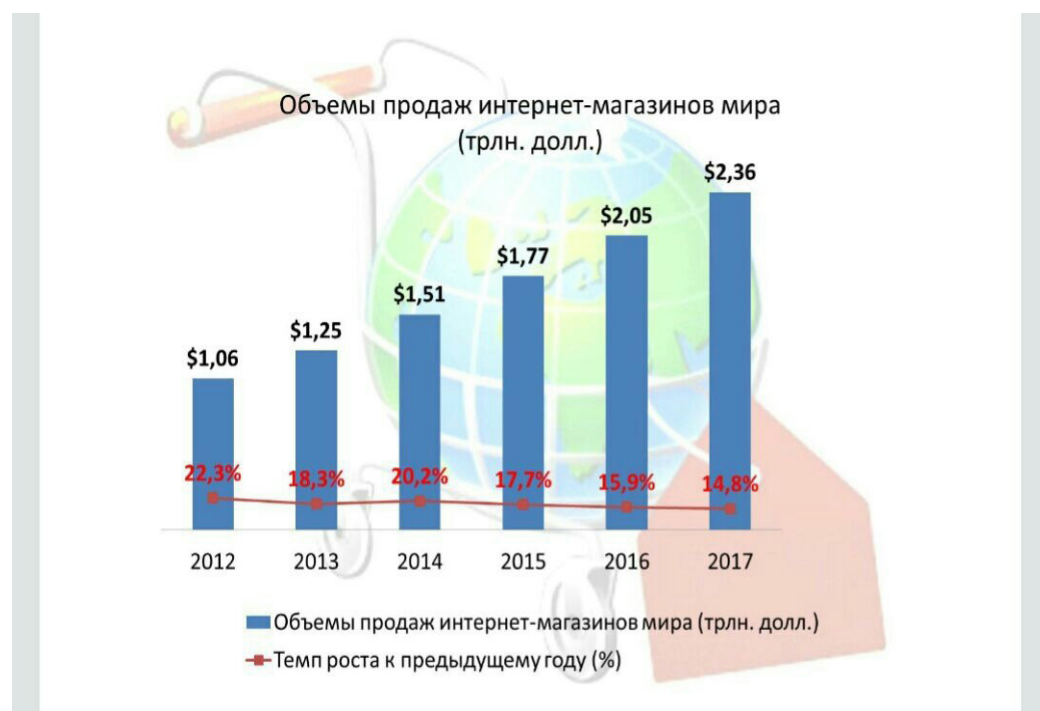


Рис. 1. Объем продаж через Интернет [5]

торых интернет-магазинов увеличивается в 2, а то и в 3 раза (рис. 2).

С 2015 г. количество покупок, совершаемых через Интернет, увеличилось практически в 2 раза. В 2015 г. на покупки через Интернет было потрачено 670 млрд р. В 2017 г. эта цифра составила 834,6 млрд р. [5].

С целью выхода малого бизнеса в сферу интернет-торговли в работе предлагается создание «Кешбэк-сервиса» для развития предпринимательского сектора в Краснодарском крае в качестве агентства при администрации Краснодарского края. В России с каждым годом расширяются возможности цифрового мира, и ключом являются именно интернет-сервисы. На уровне государственной поддержки предпринимательства это абсолютно новое понятие, но очень актуальное.

Кешбэк – термин, который применяется в сферах интернет-торговли для определения различных вариантов бонусной программы для привлечения клиентов и повышения их лояльности.

Под кешбэком понимается скидка в виде возврата части от стоимости покупки на счёт покупателя в личном кабинете кешбэк-сервиса. Вывести деньги можно на мобильный телефон, банковскую карту, Яндекс.Деньги, PayPal, Webmoney и т.д. [4].

Кешбэк-сервис – это навигационная площадка, которая перенаправляет покупателя на сайты конкретных интернет-магазинов. Интернет-магазины заключают с кешбэк-агрегатором партнёрские соглашения. Кешбэк-порталы предлагают покупателям сервис по поиску подходящего варианта товара, сравнение цены, скидочные программы и акции в различных интернет-магазинах.

Впервые кешбэк появился в Англии в начале 2000-х гг. Изначально смысл этого термина не имел никакого отношения к бонусам и скидкам. Кешбэком могли пользоваться только покупатели, которые имели пластиковую карту.

В России кешбэк-сайты только набирают популярность. В Европе и США такая схема успешно работает: там более 45% покупок в режиме онлайн проходит с использованием механизма кешбэка.

В России первый масштабный кешбэк-сервис SuperCashback появился в ноябре 2012 г., и сейчас имеет более 30 000 зарегистрированных пользователей. Если провести анализ востребованности кешбэк-сервисов в России, то можно прийти к выводу, что примерно 27% жителей от общего числа пользуются данной услугой [5].

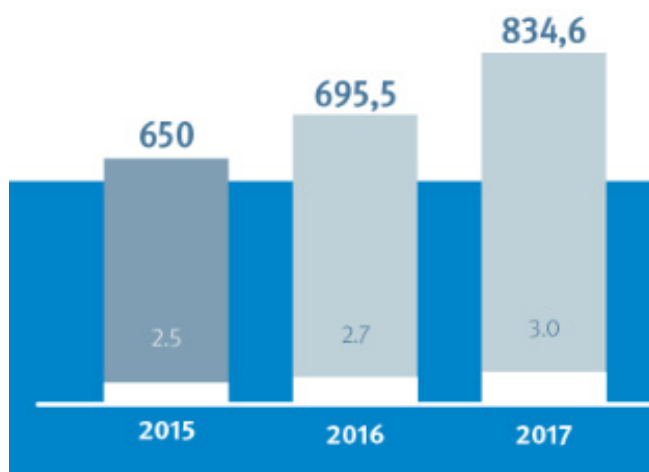


Рис. 2. Объем покупок в российском сегменте, совершаемых через Интернет, млрд р. [5]

Российский кешбэк-сервис Letyshops сообщил статистику по своим пользователям: средний размер кешбэка на одного покупателя в 2016 г. составил 1 800 р., за два года магазины (а их уже свыше 900 в каталоге) выплатили более 160 000 000 р. пользователям. В 2016 г. в системе зарегистрировался миллионный пользователь, а в 2017 г. количество клиентов кэшбэк-сервиса достигло отметки 3 100 000. За полгода рост почти в 3 раза.

Особенность работы кешбэк-сервиса заключается в том, что при проведении операции покупки товара через кешбэк-портал клиент получает возврат определенного процента стоимости товара именно от кешбэк-маркета, а не от продавца этого товара (партнерского интернет-магазина).

Между сервисом и интернет-магазином обычно заключается агентский договор. Для целей налогового учета из договора следует два вида расходов: кешбэк (скидка) и агентское вознаграждение аффилиата.

Агентское вознаграждение сервиса включается в состав прочих расходов, связанных с производством и реализацией, в соответствии с подп. 1 п. 3 ст. 264 НК РФ. Так как агентский договор – конструкция традиционная, то с этим проблем не возникает.

В исследовании авторами предложен и разработан сайт кешбэк-сервиса, который получил название «Кубань-кешбэк» (рис. 4). Специфика работы сайта проиллюстрирована на конкретном примере:

1. ИП и организации через платформу выбирают магазин и совершают покупку на 10 000 р.

2. Магазин благодарит платформу за то, что привела готового клиента и из этих 10 000 р. 1 000 отдает платформе.

3. «Кубань-кешбэк» из этих 1 000 р. 500 р. отдает клиенту кешбэком и 500 р. забирает себе.

Данный проект позволяет всем производителям продуктов питания, зарегистрированным и ведущим деятельность на территории Краснодарского края, на равных условиях реализовывать свой товар без финансовых затрат на рекламу и продвижение.

Особенность этого кешбэк-сервиса в том, что товар смогут покупать не просто клиенты, а ИП и организации. Примером может служить крупнейшая компания МЕТРО CashandCarry, ориентированная на профессиональных клиентов.

Для того чтобы вступить в кешбэк-платформу, необходимо предоставить нотариально заверенные копии учредительных документов, которые будут отличаться в зависимости от вида и деятельности компании.

Стоит заметить, что кэшбэк-сервис не увеличивает цену товаров. С его помощью клиенты будут фактически меньше тратить, причем, чем дороже покупка, тем больше от неё выгода. Это гибкая форма возврата процентов от покупки. В зависимости от магазина его размер может составлять от 1 до 20%.

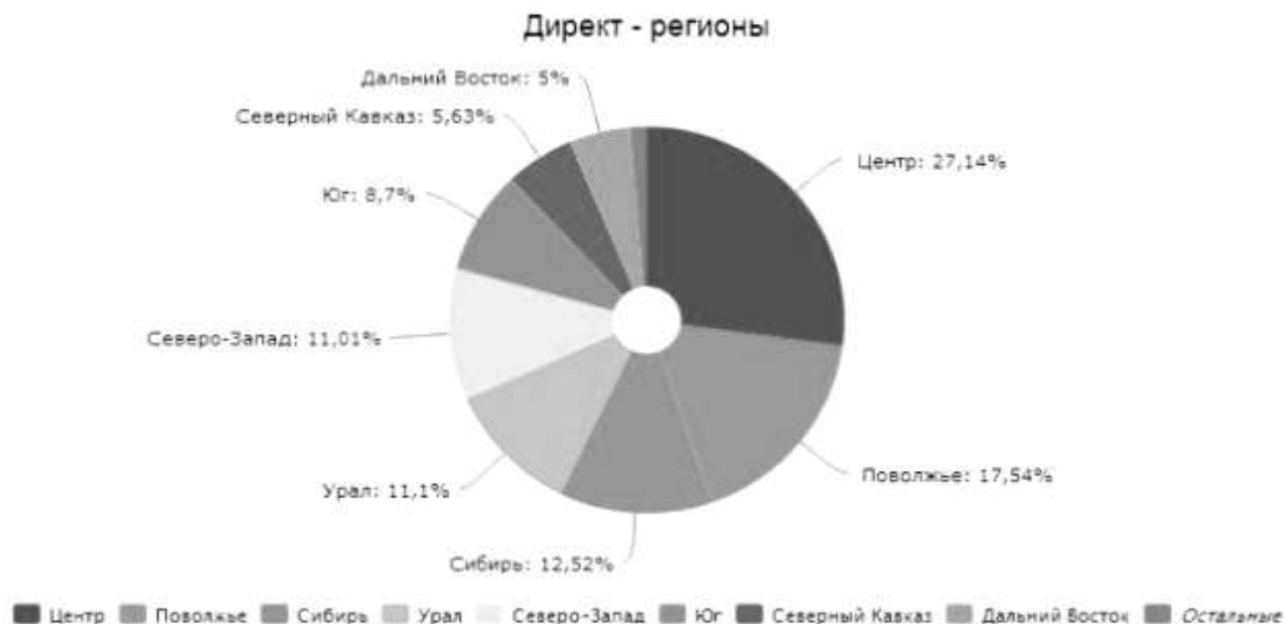


Рис. 3. География расположения кешбэк-сервисов в России [5]



Рис. 4. Иллюстрация работы кешбэк-сервиса «Кубань-кешбэк» (составлен авторами)

Накопленные на счету деньги можно вывести любым удобным способом.

В заключение хочется еще раз отметить, что эта тема очень актуальна в экономическом развитии страны, так как дает большие возможности для развития малых предпринимателей. Создание кешбэк-сервиса позволит решить ряд проблем предпринимателей Краснодарского края, прежде всего – экономия денежных средств на маркетинге компании, выход на крупный рынок независимо от объемов производства и выпускаемой продукции.

Библиографический список

1. В России появились первые кешбэк-сервисы. URL: <https://www.cossa.ru/155/35687/>
2. Дадаханова Р.Р. Современное состояние малого предпринимательства в России. СПб., 2013.
3. Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. URL: <https://bankrot.fedresurs.ru/>
4. Кешбэк: Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org>
5. Рынок интернет-торговли в РФ. URL: <https://dcenter.hse.ru>