

Бюллетень о развитии
конкуренции

январь 2015

08

Регулирование интернет-торговли в России



АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Обзор новостей

Условия ведения предпринимательской деятельности в России

В 2014 году наблюдалось улучшение условий ведения бизнеса в России. 29 октября 2014 г. Всемирный банк опубликовал ежегодный доклад «Ведение бизнеса 2015» (Doing Business 2015). По результатам исследования, Россия заняла 62-е место (из 189 стран) в рейтинге благоприятности ведения бизнеса, поднявшись по сравнению с прошлым годом на две позиции¹. Рост уровня благоприятности ведения бизнеса в Российской Федерации по сравнению с другими странами был обеспечен относительным облегчением условий открытия нового бизнеса (движение на 24 позиции вверх в рейтинге по данному показателю), упрощением процедур получения разрешений на строительство (движение вверх на 16 позиций), а также процедур регистрации прав собственности (движение вверх на 5 позиций).

Текущее состояние розничной торговли в России

Объем продаж онлайн-ритейлеров демонстрировал существенный рост с 15 по 21 декабря 2014 г. 28 января 2015 г. Росстат опубликовал ежемесячный доклад «Информация о социально-экономическом положении России». По данным доклада оборот розничной торговли в целом в России в декабре 2014 г. составил 2941,8 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах превысило значение данного показателя в 2013 году на 5,3% (1,8% в ноябре 2014 года по сравнению с ноябрем 2013 года). По сравнению с ноябрем 2014 года оборот розничной торговли в сопоставимых ценах вырос на 23,6% (для сопоставления – в декабре 2013 года по сравнению с ноябрем 2013 года рост объемов розничной торговли составил 19,4%)..

В частности, согласно данным интернет-ритейлеров, представленным РБК², в декабре существенно выросли онлайн-продажи товаров. Так, 17 декабря 2014 г. онлайн-магазин Wikimart.ru реализовал товаров на 85 млн. рублей, что в 4 раза больше, чем обычно составляет средняя величина продаж в декабре. Продажи онлайн-ритейлера «Юлмарт» в декабре 2014 г. также выросли на 40% по сравнению с декабрем 2013 г. По данным Ассоциации компаний интернет-торговли, приведенным РБК, на рынке планшетов и смартфонов с 15 по 17 декабря был отмечен 80%-ный рост продаж по сравнению с предыдущими неделями декабря и ноября. Данные Яндекс. Маркета³ подтвердили

¹ В рейтинге «Ведение бизнеса 2014» Российская Федерация занимала 64-е место.

² Интернет-магазины зафиксировали ажиотажный спрос // РБК. 2014. 19 дек.

³ http://company.yandex.ru/researches/figures/2014/ya_market_prices.xml

описанные тенденции, показав рост активности российских пользователей на неделе с 15 по 21 декабря. При этом в декабре 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года больше всего вырос интерес пользователей в отношении бытовой техники (посудомоечные машины, кондиционеры, стиральные машины, холодильники, микроволновые печи и т.д.).

Оператор интернет-платежей ChronoPay (по собственным оценкам, осуществляет интернет-эквайринг (процессинг) 45% платежей по банковским картам в Рунете), как и непосредственно ритейлеры, отметил⁴, что на неделе с 15 по 21 декабря 2014 г. объем продаж онлайн-ритейлеров вырос на 52% по сравнению с неделей с 8 по 14 декабря 2014 г. Процессинговые компании UCS и ChronoPay на фоне падения курса рубля также зафиксировали рост спроса со стороны иностранных покупателей, главным образом из Казахстана, Армении, Китая и Беларуси.

«Почта России» станет участником рынка интернет-торговли. В ноябре 2014 г. ФГУП «Почта России» запустила пилотный проект по заказу новогодних подарков совместно с российским онлайн-ритейлером Biglion⁵. В рамках данного проекта покупатели могут заказывать товары как посредством сети Интернет, так и с помощью печатных каталогов в почтовых отделениях страны. По его итогам компания планирует организовать полноценную торговую интернет-площадку.

Регулирование цен потребительских товаров в Республике Беларусь

В Республике Беларусь «заморозили» цены на потребительские товары. В соответствии с постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 19 декабря 2014 г. № 1207 «О некоторых вопросах потребительского рынка»⁶ с 19 декабря 2014 г. временно запрещено повышать тарифы на услуги естественных монополий, а также цены на потребительские товары как в традиционных торговых точках, так и в интернет-магазинах. Данная мера была вызвана реакцией белорусских покупателей на сообщения⁷ о решениях Правительства Республики Беларусь и Национального банка Республики Беларусь от 19 декабря 2014 г., которые включали в себя введение 30%-ного сбора при приобретении юридическими или физическими лицами иностранной валюты. Несмотря на это, сообщения Правительства и Национального банка вызвали потребительскую панику и, как следствие, рост спроса на потребительские товары в розничных магазинах.

⁴ http://www.chronopay.com/ru/about_us/press_center/news/941/

⁵ <http://www.russianpost.ru/rp/press/ru/home/aboutus/item?newsid=5781>

⁶ <http://www.government.by/upload/docs/file3e03e2ce2f3055fc.PDF>

⁷ <http://www.nbrb.by/Press/?nId=1103>, <http://www.government.by/ru/content/5789>

В фокусе

Регулирование интернет-торговли в России

В течение последнего десятилетия развитие интернет-торговли стремительно набирает обороты как в России, так и по всему миру. С ростом влияния интернет-торговли на экономику страны растет необходимость ее нормативной регламентации. Например, уже около года в России ведутся дискуссии о необходимости и размере снижения порогового значения стоимости товаров, приобретаемых физическими лицами в зарубежных интернет-магазинах без уплаты ввозных пошлин. Кроме того, в ноябре 2014 г. был утвержден федеральный закон, предусматривающий возможность введения дополнительных муниципальных сборов на торговые объекты. В бюллетене рассмотрены возможные эффекты потенциальных нововведений на российских потребителей, на состояние конкуренции и на интернет-торговлю в целом⁸.

За последние годы в России значительно выросла доля населения, активно использующего сеть Интернет. Так, с 2005 по 2013 годы число пользователей сети Интернет и их доля в общей численности населения выросли примерно в 4 раза — с 20,8 млн. человек, или 15,2%, до 82,7 млн. человек, или 61,4%. Одновременно с этим все большую популярность у физических лиц приобретают покупки товаров и услуг в сети Интернет. Обороты розничной интернет-торговли с 2005 года по 2013 год увеличились более чем в 9 раз — с 50 млрд. рублей до 474 млрд. рублей (График 1). При этом доля оборота онлайн-торговли в общем обороте розничной торговли выросла более чем в 3 раза за рассматриваемый период времени — с 0,9% в 2005 году до 2,8% в 2013 году. Хотя доля интернет-торговли в России по всем товарам является достаточно низкой, на некоторых географических или продуктовых рынках она может достигать более высоких значений. Например, в 2013 году более 13%⁹ продукции на рынке

⁸ В бюллетене освещаются вопросы интернет-торговли непосредственно материальными товарами, не включающими в себя нематериальные объекты интеллектуальной собственности, в том числе авторского права (программное обеспечение, музыка, фильмы и т.д.), так как нормативное регулирование последних является значительно более широким.

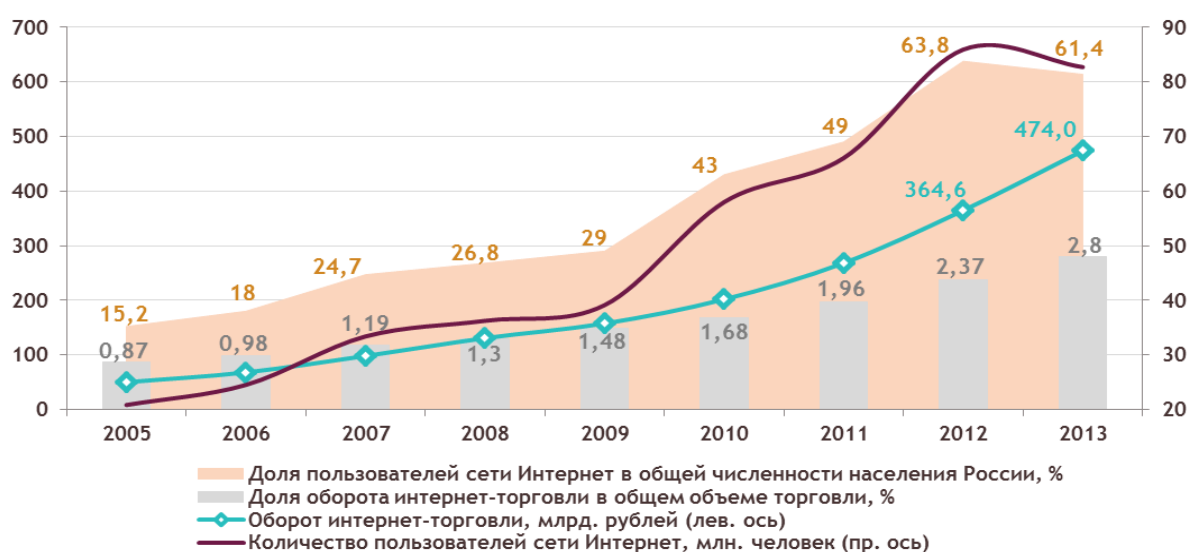
⁹ По результатам расчетов Аналитического центра на основе данных Euromonitor, аналитического подразделения компании InSales, GFK TEMAX.

бытовой техники и электроники (включая компьютеры и ноутбуки, а также мобильные телефоны) было реализовано через Интернет.

Следует также отметить наблюдаемые в последние годы высокие темпы прироста оборота интернет-торговли: прирост в 2010–2011 годы составил 33%, в 2011–2012 годы — 35,95%, в 2012–2013 годы — 30%.

График 1

Показатели распространения сети Интернет и развития интернет-торговли в России



Источник: Euromonitor, Росстат.

К тому же отметим высокие темпы роста числа интернет-магазинов, осуществляющих свою деятельность в России. По данным аналитического подразделения компании InSales, в 2013 году число российских онлайн-магазинов составило 39 000, что на 20% больше, чем в 2012 году (32 500 магазина), и в 6,5 раз выше, чем в 2007 году (6000 магазинов). При этом доли крупных (более 1000 заказов в сутки), средних (более 50 заказов в сутки), малых (более 10 заказов в сутки) и микро- (менее 10 заказов в сутки) магазинов составляют 27,8, 33,5, 22,4 и 16,3% соответственно. Эти цифры свидетельствуют, во-первых, о низких барьерах входа на рынки торговли отдельными товарами, во-вторых, о фактах и возможностях роста конкуренции на этих рынках за счет новых участников — интернет-продавцов.

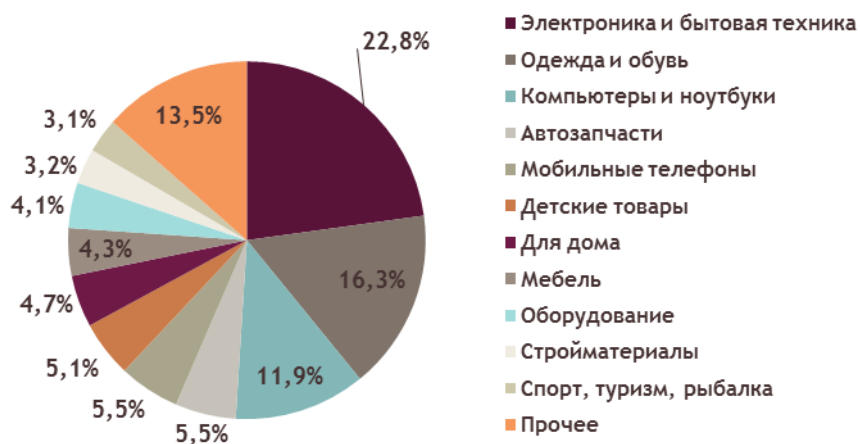
Высокие темпы прироста показателей интернет-торговли свидетельствуют о том, что население начинает изменять свои предпочтения, приобретая все больше необходимых товаров не в традиционных торговых точках, а в интернет-магазинах. Наиболее распространенной причиной для развития данной тенденции является желание потребителей избежать траты большого количества времени в очередях. Также

в качестве определяющих факторов, влияющих на выбор потребителей в пользу интернет-магазинов, выделяют удобство при оформлении заказов (скорость оформления, возможность оформить заказ круглосуточно), при сравнении характеристик товара и поиске необходимых товаров, возможность доставки товаров, более широкий ассортимент продукции. В дополнение к этому, по данным анализа PricewaterhouseCoopers, проведенного в феврале 2013 года, для российских потребителей наиболее важной является информационная составляющая, в том числе возможность ознакомиться с отзывами людей, ранее уже приобретавших представленную продукцию.

Что касается наиболее популярных покупок, совершаемых в сети Интернет, в 2013 году в России чаще всего реализовывались предметы электроники (22,8% общего оборота интернет-торговли), одежда и обувь (16,3%), компьютеры и ноутбуки (11,9%), мобильные телефоны (5,5%), а также автозапчасти (5,5%) (График 2).

График 2

Структура товаров, реализованных интернет-магазинами в 2013 году, % от общероссийского оборота интернет-торговли



Источник: данные аналитического подразделения компании InSales.

Рост сегмента интернет-торговли безусловно привлекает внимание регулирующих органов. Так, в частности, рост поставок из зарубежных интернет-магазинов привел к попытке ограничения режима беспошлинного ввоза таких товаров. С точки зрения макроэкономических эффектов данная мера призвана стимулировать потребителей тратить деньги на территории собственной страны, тем самым осуществляя дополнительный вклад в экономический рост. Вместе с тем следует признать, что потребитель может быть куда более чувствительным к изменениям валютного курса.

Российские и зарубежные интернет-магазины: выбор потребителей

Развитие рынка услуг доставки, рост числа пользователей банковскими картами и онлайн-платежными системами позволяет россиянам увеличивать количество покупок в интернет-магазинах как в России, так и за рубежом. В соответствии с данными АКИТ, 20% общего объема интернет-торговли приходится на приобретение товаров в зарубежных онлайн-магазинах. Такие покупки составляют наиболее быстро растущий сегмент рынка интернет-торговли.

Результаты анализа мнения покупателей в исследовании¹⁰, проведенном Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» (далее — НИУ ВШЭ) в 2013 году (далее — Аналитика ЛЭСИ 2013 года), выявили, что покупатели на рынках электроники, одежды и обуви обращают внимание на такие преимущества зарубежных магазинов, как возможность приобретения эксклюзивных товаров (61,4% и 63,3% опрошенных соответственно), низкие цены товаров (48,5% и 46,6%) и широкий ассортимент (38,3% и 39,3%). Также потребители отметили высокое качество товаров в иностранных интернет-магазинах (29,6% покупателей — на рынке электроники и 35,8% — на рынке одежды и обуви), качество изображения приобретаемого товара на сайте и его соответствие действительности (22,5% и 24,3% соответственно) и высокую степень защиты персональных данных (23,4% и 21,1% покупателей соответственно).

Анализ цен товаров в различных интернет-магазинах, проведенный в рамках исследования НИУ ВШЭ, подтвердил субъективное мнение потребителей и показал, что на некоторых рынках цены продукции у зарубежных поставщиков действительно ниже, чем у российских, что объясняет склонность покупателей переключаться на зарубежные магазины. Например, цены на фотоаппараты в интернет-магазинах крупных российских торговых сетей уступают ценам в некоторых европейских онлайн-магазинах, тогда как цены более дешевых независимых российских онлайн-поставщиков уступают ценам китайских интернет-магазинов. На рынке смартфонов также были выявлены ценовые преимущества иностранных интернет-магазинов по сравнению с российскими участниками рынка даже при учете высокой стоимости доставки товаров покупателю.

Несмотря на указанные сравнительные преимущества зарубежных интернет-магазинов, наибольшую популярность все еще имеют российские онлайн-ритейлеры (Таблица 1). Лишь два зарубежных онлайн-поставщика входят в состав 10 крупнейших интернет-магазинов в России по обороту торговли с российскими потребителями — eBay и Amazon. В настоящее время в число популярных зарубежных онлайн-ритейлеров,

¹⁰ Влияние трансграничной торговли на розничные рынки России. Аналитика Лаборатории экономико-социологических исследований (ЛЭСИ) НИУ «Высшая школа экономики». 2013. Вып. 14.

по данным РБК.Research, также вошел китайский поставщик AliExpress, который занимает 35%-ную долю трансграничных интернет-покупок россиян, тогда как eBay — 30%, а Amazon — 7,5%.

Таблица 1

Доли топовых брендов в общем обороте онлайн-магазинов в России, 2013 год

Наименование бренда	Доля	Наименование бренда	Доля
Юлмарт	4,0%	Amazon	1,4%
КупиVIP	3,2%	Wildberries	1,3%
Связной	2,4%	Holodilnik.ru	1,3%
Lamoda.ru	1,7%	Утконос	1,2%
eBay	1,7%	Прочие	80,2%
OZON.ru	1,6%		

Источник: Euromonitor.

Относительно невысокая доля покупок в зарубежных интернет-магазинах связана с рядом опасений российских потребителей. Например, потребители отмечают, что с точки зрения скорости доставки товаров российские магазины более предпочтительны. Это отметили 54,8% покупателей на рынке электроники и 49,2% покупателей на рынке одежды и обуви. В качестве иных достоинств российских онлайн-поставщиков по сравнению с зарубежными магазинами покупатели выделяют минимальный риск потери товара (27,8% и 23% соответственно), относительную простоту обмена и возврата товара (28,1% и 21,7% соответственно) и простоту возврата денежных средств в отсутствие доставки (25,7% и 17,6% потребителей). Также на рынке электроники 27,8% потребителей отметили преимущество российских интернет-магазинов по сравнению с иностранными участниками рынка в отношении обеспечения гарантии на приобретаемые товары.

Зарубежные интернет-магазины: привлекательность российского рынка

Если потребитель принимает решение приобретать желаемую продукцию у зарубежных онлайн-ритейлеров, он может столкнуться с проблемой выбора страны и конкретного поставщика, доставляющего свои товары в Россию. По данным eBay, представленным в отчете «Интернет-торговля в России», подготовленном East-WestDigitalNews совместно с НИУ ВШЭ и РБК в ноябре 2014 года, лидерами поставок товаров в Россию через торговую онлайн-платформу eBay как по стоимости, так и по объему приобретаемых российскими покупателями товаров являются Китай, США, Великобритания, Гонконг и Германия (таблица 2).

Таблица 2

Основные страны, участвующие в трансграничных поставках товаров в Россию на площадке eBay, 2012 год

Страны, лидирующие по общей стоимости закупок товаров российскими потребителями	Страны, лидирующие по объемам товаров, приобретаемых российскими покупателями
США	Китай
Китай	США
Великобритания	Гонконг
Гонконг	Великобритания
Германия	Германия
Южная Корея	Южная Корея
Япония	Таиланд
Канада	Канада
Италия	Япония
Таиланд	Италия

Источник: eBay.

Несмотря на достаточно обширный список государств, чьи магазины поставляют свои товары российским покупателями посредством онлайн-продаж, потребители могут столкнуться с тем, что многие зарубежные интернет-магазины не включают опцию поставок в Россию или не принимают для оплаты платежные карты, выпущенные отдельными российскими банками. Отказ от поставок в Россию связан в том числе с опасениями поставщиков в отношении доставки товаров покупателям, которые могут возникнуть в том числе при пересечении отправляемыми товарами границы.

При отправке из-за рубежа почтовые посылки поступают в места международного почтового обмена (далее — ММПО) «Почты России», где происходит сортировка и таможенное оформление международных почтовых отправлений. Именно на этапе сортировки ранее уже возникали проблемы, связанные с нехваткой площадей, выделенных для обработки поступающей корреспонденции. Так, в 2013 году на сортировочных узлах ММПО в аэропорту Шереметьево г. Москвы к середине апреля скопилось около 157 тонн отправлений¹¹, в связи с чем с 9 апреля был объявлен пятидневный запрет на дальнейший прием международных посылок. Общий объем посылок, скопившихся в московских аэропортах в это время, достигал 500 тонн¹². В настоящее время «Почта России» ведет активную работу по созданию новых ММПО (например, ММПО «Внуково», открытое в конце 2013 года), однако, несмотря на это,

¹¹ «Почта России» берет 2 недели на ликвидацию заторов // Интерфакс. 2013. 12 апр.

¹² Там же.

настороженность зарубежных онлайн-ритейлеров в отношении поставок в Россию все еще сохраняется.

Задержки при доставке могут также возникнуть при использовании для доставки услуг частных экспресс-перевозчиков, в частности по причине применения в таких случаях более сложных правил прохождения таможенного контроля. Если при доставке почтовым отправлением товары для личного пользования физического лица подлежат письменному декларированию только при превышении стоимостных и весовых норм¹³ для беспошлинного ввоза, то при осуществлении доставки перевозчиком они подлежат письменному декларированию в любом случае¹⁴.

Вместе с тем проблема отказа зарубежных интернет-магазинов от поставок товаров в Россию может быть решена покупателями самостоятельно с помощью использования сервисов пересылки товаров (компаний-посредников). В этом случае покупатели приобретают товары в иностранных интернет-магазинах и оформляют их доставку на адрес склада компании-посредника за рубежом, после чего посылки перенаправляются на их собственный адрес в России (при этом товары из разных интернет-магазинов могут пересылаться как по отдельности, так и консолидировано в одной посылке). К сервисам, предоставляющим такие услуги, относятся, например, Shipito в США, Alfaparcels в Великобритании, Maildrop24 в Германии, Shopotam, позволяющий оформить адрес в США, Великобритании, Германии или Китае.

Невозможность оплатить товары банковской картой является более серьезным препятствием в связи с тем, что, как правило, зарубежные интернет-магазины требуют приобретать их товары по предоплате. Причиной для отказа продавца от приема карт, эмитированных отдельными российскими банками, является недостаток у него доверия к этим банкам. Решением данной проблемы может стать использование карт других российских банков, признаваемых онлайн-ритейлером «надежными», или карт, выпущенных зарубежными банками.

Тем не менее на привлекательность российского рынка интернет-торговли для иностранных участников и потенциал его роста могут указывать текущие невысокие объемы данного рынка. Так, например, объем рынка интернет-торговли США более чем в 14 раз выше объема российского рынка при том, что численность населения больше всего в два раза. По данным Euromonitor, доля российского рынка интернет-торговли в общем обороте мирового рынка в 2013 году составила лишь 2,15%, в то время как доля США находилась на уровне 30,57%, ЕС — около 26,6%. О

¹³ В соответствии с Приложением 3 к Соглашению между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 18 июня 2010 г. «О порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу Таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском».

¹⁴ В соответствии с подпунктом 1 пункта 2 статьи 355 Таможенного кодекса Таможенного союза.

перспективности рынка говорит открытие поставок на российский рынок и русскоязычных сайтов крупными зарубежными интернет-магазинами. Так, в 2013 году американский интернет-магазин Amazon начал осуществлять доставку электроники в Россию. Чуть ранее Asos, интернет-магазин одежды и косметики в Великобритании, открыл русскоязычный сайт и поставки в Россию. Тогда же и компания Apple открыла первый официальный интернет-магазин в России.

Тем не менее ввиду низкой доли российского рынка в мировых оборотах при запрете или ограничении поставок из зарубежных интернет-магазинов пострадают в первую очередь конечные покупатели продукции (до 20% общего числа интернет-покупателей), а не зарубежные онлайн-ритейлеры.

Ужесточение условий беспошлинного ввоза товаров из зарубежных интернет-магазинов

В настоящее время положения Соглашения между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 18 июня 2010 г. «О порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу Таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском» (далее — Соглашение) предусматривают возможность ввоза товаров для личного пользования, пересылаемых в международных почтовых отправлениях или доставляемых перевозчиками в течение месяца в адрес одного физического лица, без уплаты таможенных платежей (таможенных пошлин, налогов, сборов), если таможенная стоимость этих товаров не превышает 1000 евро, а их совокупный вес — не больше 31 кг. В противном случае необходимо уплачивать таможенные платежи по единой ставке – 30% от их таможенной стоимости, но не менее 4 евро за 1 кг веса в части превышения стоимостной или весовой нормы¹⁵ (это не касается неделимых товаров¹⁶). Вместе с тем Соглашением допускается ужесточение данных норм законодательствами государств-членов Таможенного союза.

¹⁵ Приложение 3, Приложение 5 к Соглашению между Правительством Российской Федерации, Правительством Республики Беларусь и Правительством Республики Казахстан от 18 июня 2010 г. «О порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу Таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском».

¹⁶ Неделимый товар для личного пользования – товар для личного пользования, весом более 35 кг, состоящий из одной единицы или одного комплекта товара, в том числе перемещаемый в несобранном, некомплектном, незавершенном виде, при условии, что он обладает основным свойством собранного, комплектного, собранного товара (подпункт 4 пункта 1 статьи 2 Соглашения). В соответствии с Приложением 5 Соглашения ввоз неделимых товаров облагается таможенными платежами в виде совокупного таможенного платежа — суммы ввозных пошлин и налогов (пункт 2 статьи 360 Таможенного кодекса Таможенного союза), в том числе НДС, которым в соответствии с подпунктом 4 пункта 1 статьи 146 Налогового кодекса Российской Федерации облагается ввоз товаров на территорию Российской Федерации и иные территории, находящиеся под ее юрисдикцией.

В связи с этим в 2014 году Министерством финансов Российской Федерации был разработан проект постановления Правительства Российской Федерации «О нормах ввоза в Российскую Федерацию товаров для личного пользования, доставляемых перевозчиком в адрес одного физического лица, и нормах ввоза в Российскую Федерацию товаров для личного пользования, пересылаемых в международных почтовых отправлениях на таможенную территорию Таможенного союза в адрес одного получателя, являющегося физическим лицом, в части превышения которых уплачиваются таможенные пошлины, налоги» (далее — проект постановления). Проект постановления был размещен на сайте regulation.gov.ru для прохождения оценки регулирующего воздействия, в рамках которой с 31 июля по 15 августа 2014 г. проводилось публичное обсуждение его текста.

Согласно проекту постановления предлагалось ужесточить ограничения для беспошлинного ввоза товаров для личного использования физическими лицами в Россию, установив пороговое значение стоимости товаров, доставляемых или пересылаемых одновременно в адрес одного физического лица, на уровне 150 евро, а пороговое значение веса — 10 кг. За товары и посылки из-за рубежа, превышающие данные лимиты, физические лица должны были бы уплачивать ввозную пошлину в размере 30%.

В качестве обоснования предлагаемого стоимостного ограничения приводился международный опыт установления ограничений на беспошлинный ввоз товаров в размере 100–150 евро. Действительно, в некоторых странах лимит стоимости на ввоз товаров без уплаты пошлины установлен на низком уровне. Например, в США посылки из-за рубежа стоимостью до 200 долларов США ввозной пошлиной не облагаются. В Великобритании стоимостное ограничение для беспошлинного ввоза посылок из стран, не входящих в Европейский союз, установлено на уровне 135 фунтов стерлингов, а в государствах-членах Европейского союза в соответствии с постановлением Council Regulation (EC) № 1186/2009 от 16 ноября 2009 г. данное ограничение составляет 150 евро. При этом в США и Европейском союзе дополнительные условия применяются для ввоза алкогольной или табачной продукции, а также духов и туалетной воды.

Стоит отметить, что данное обоснование являлось достаточно убедительным с точки зрения международного опыта, однако оно не учитывало тот факт, что зачастую в указанных странах потребителям на их отечественных рынках может быть доступен более широкий ассортимент товаров, а также эксклюзивная продукция. Например, в соответствии с представленными в Аналитике ЛЭСИ 2013 года данными исследования¹⁷, проведенного в Европейском союзе, 42% потребителей,

¹⁷ Consumer Market Study on the Functioning of E-commerce and Internet Marketing and Selling Techniques in the Retail of Goods. Final Report prepared by Civic Consulting, Berlin, Germany. 09.09.2011.

не осуществлявших покупки за рубежом, отметили, что их устраивает выбор продукции в их странах. В связи с этим физические лица данных стран могут быть не заинтересованы в обращении к онлайн-поставщикам за рубежом.

Инициатива Минфина России активно поддерживалась Ассоциацией компаний интернет-торговли (далее – АКИТ), членами которой являются крупнейшие российские онлайн-магазины. Позиция АКИТ аргументировалась тем, что данный канал закупок может использоваться теми участниками рынка, которые приобретают продукцию в зарубежных интернет-магазинах для последующей перепродажи российским потребителям, уклоняясь от уплаты соответствующих пошлин и налогов.

Вместе с тем при осуществлении закупок крупных партий товаров в зарубежных интернет-магазинах ФТС России требует у покупателя представить доказательства того, что покупки действительно осуществляются для личного пользования. Это делает затруднительным ведение постоянного бизнеса по перепродаже зарубежных товаров на территории России, учитывая также, что закупки единичных товаров в пределах установленного лимита для беспошлинного ввоза маловероятно позволят такому бизнесу достигать минимально необходимых оборотов.

В дополнение к аргументам АКИТ некоторые крупные российские онлайн-магазины высказывали мнение о том, что в настоящее время зарубежные поставщики обладают несправедливым конкурентным преимуществом по сравнению с российскими участниками рынка в связи с тем, что их товары, которые физические лица приобретают для личного пользования, освобождены от уплаты ввозной пошлины и налогов. Кроме того, в этом случае российский государственный бюджет недополучает существенные суммы платежей.

Однако отсутствие у зарубежных онлайн-поставщиков обязанности уплаты российских налогов не является показателем наличия у них несправедливых конкурентных преимуществ. Зарубежные интернет-магазины обязаны уплачивать налог на прибыль и иные сборы (при наличии) в соответствии с налоговым законодательством той юрисдикции, где они зарегистрированы. К тому же не всегда иностранные поставщики реализуют свою продукцию российским потребителям за вычетом НДС своей юрисдикции или с последующим его возмещением. Уплачиваемые ими налоги так же, как и у российских организаций, отражаются в цене реализуемой продукции.

В связи с этим можно выделить два направления ценовой конкуренции между российскими и зарубежными онлайн-ритейлерами — конкуренция на уровне себестоимости реализуемой продукции и конкуренция на уровне налоговых условий юрисдикций. Даже при более суровых или аналогичных налоговых режимах цены в иностранных интернет-магазинах могут оказаться ниже из-за более низкого уровня их издержек. В частности, в таких случаях ужесточение норм беспошлинного ввоза

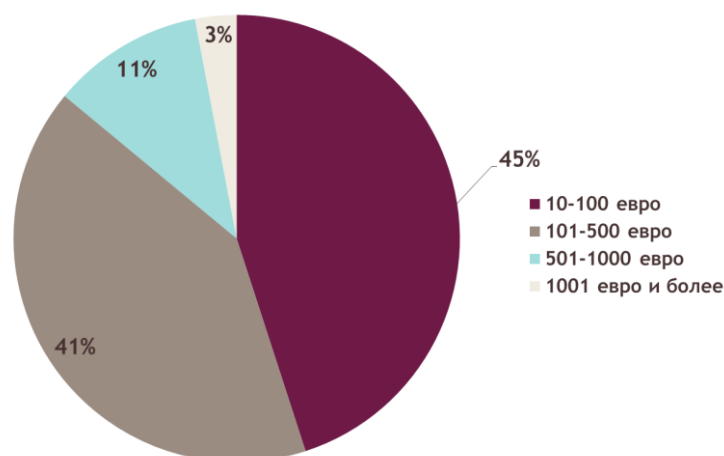
приведет к ограничению продаж более эффективных иностранных поставщиков и снижению стимулов российских магазинов к сокращению собственных издержек.

Снижение порогового значения стоимости для беспошлинного ввоза товаров, приобретаемых физическими лицами в зарубежных интернет-магазинах для личного пользования, не окажет заметного влияния на зарубежных онлайн-ритейлеров. Это связано со все еще невысокой долей российских покупателей. В текущих условиях снижения курса рубля (особенно с учетом существенного снижения, произошедшего в ноябре-декабре 2014 г.) товары зарубежных поставщиков становятся относительно более дорогими для российских покупателей по сравнению с товарами отечественных ритейлеров. Это неизбежно приведет к еще большему сокращению заказов в иностранных онлайн-магазинах.

По данным «Почты России»¹⁸, средняя стоимость посылки из-за рубежа, получаемой одним физическим лицом, составляет 250 евро, а стоимость мелких посылок весом до 2 кг, которые составляют 15% общего потока международной почты, как правило, не превышает 60 евро. Если ранее пошлину должны были уплачивать 3% физических лиц (по данным «Почты России» за 2012 год, представленным Аналитикой ЛЭСИ 2013 года), приобретающих товары для личного пользования в зарубежных интернет-магазинах, то при ограничении на уровне 150 евро за посылку была бы затронута значительно большая доля потребителей — до 50% (График 3).

График 3

Доли посылок физических лиц из-за рубежа в стоимостном разрезе в 2012 году



Источник: Аналитика ЛЭСИ 2013 года, «Почта России».

¹⁸ Почта России. 2014. № 01 (114).

Несмотря на то, что в заключении об оценке регулирующего воздействия было указано на необходимость отказа от введения пороговых значений для стоимости и веса товаров из зарубежных интернет-магазинов, поставляемых одновременно одному физическому лицу, на уровне 150 евро и 10 кг соответственно, до сих пор не утихают дискуссии о возможном снижении порогового значения стоимости. В настоящий момент обсуждается возможность введения иного стоимостного порога на уровне выше 150, но ниже 1000 евро, в частности, альтернативным вариантом является установление порогового значения на уровне 500 евро. Хотя тема не закрыта, ее остроту снизило падение курса российского рубля по отношению к основным мировым валютам.

Влияние налогового регулирования торговой деятельности на интернет-торговлю в России

С точки зрения потребителя потенциальное введение более жестких норм беспошлинного ввоза товаров зарубежных интернет-магазинов для личного использования физическими лицами выглядит еще более нецелесообразным в свете введения новых налоговых сборов на местном уровне для торговых предприятий.

29 ноября 2014 г. был принят Федеральный закон № 382-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации» (далее — Федеральный закон), в соответствии с пунктом 3 статьи 1 которого в число местных налогов и сборов включается также торговый сбор, ставка которого на территории муниципальных образований определяется органами местного самоуправления в зависимости от площади используемого для торговли помещения. В соответствии с пунктом 30 статьи 2 Федерального закона торговый сбор вводится в городах федерального значения — Москве, Санкт-Петербурге, Севастополе. При этом согласно пункту 4 статьи 4 Федерального закона торговый сбор может быть введен в городах федерального назначения не ранее 1 июля 2015 г. Плательщиками данного сбора признаются юридические лица и индивидуальные предприниматели, осуществляющие торговую деятельность с использованием объектов движимого или недвижимого имущества. В частности, при осуществлении торговли путем отпуска товаров со складов, а также через объекты стационарных и нестационарных торговых сетей в зависимости от площади используемого недвижимого имущества торговые предприятия должны будут уплачивать данный сбор.

В настоящее время ставки торгового сбора уже активно обсуждаются на местном уровне. Так, согласно положениям Закона г. Москвы от 17 декабря 2014 г. № 62

«О торговом сборе»¹⁹ с 1 июля 2015 г. будут применяться следующие поквартальные ставки торгового сбора:

1. для объектов стационарной торговли площадью до 50 кв. м:
 - 60 тыс. рублей — для объектов в пределах Центрального административного округа (далее – ЦАО) Москвы;
 - 30 тыс. рублей — для объектов в других административных округах в пределах МКАД;
 - 21 тыс. рублей — для объектов за пределами МКАД;
2. для объектов стационарной торговли площадью более 50 кв. м — на уровне 1200 (в пределах ЦАО Москвы), 600 (в других административных округах в пределах МКАД) и 420 рублей (за пределами МКАД) за 1 кв. м площади торгового зала, не превышающей 50 кв. м, и 50 руб. за каждый дополнительный квадратный метр площади;
3. для объектов стационарной торговли, осуществляющих торговую деятельность без торгового зала и торгового патента:
 - 81 тыс. рублей — для объектов в пределах ЦАО Москвы;
 - 40,5 тыс. рублей — для объектов в других административных округах в пределах МКАД;
 - 28,4 тыс. рублей — для объектов за пределами МКАД;
4. для объектов развозной и разносной розничной торговли — 40,5 тыс. рублей;
5. при организации розничных рынков — 50 рублей за 1 кв. м площади рынка.

Таким образом, российские интернет-магазины, отпускающие свои товары со складов, расположенных в границах городов федерального значения, также будут обязаны уплачивать торговый сбор, хотя и не в таком размере, как предприниматели, которые обладают широкой торговой сетью стационарных магазинов. При этом положения Федерального закона не раскрывают, должны ли онлайн-ритейлеры уплачивать данный сбор в отношении пунктов выдачи товаров, расположенных на территории Москвы, Санкт-Петербурга или Севастополя, иными словами, относятся ли пункты выдачи товаров к объектам осуществления торговли.

¹⁹ <http://www.garant.ru/hotlaw/moscow/591370/#review>

Как показывают результаты исследования аналитического подразделения компании InSales, в 2013 году Москва и Санкт-Петербург являются городами, население которых наиболее часто осуществляет покупки в интернет-магазинах (доля покупок г. Москвы составляет 40% всех онлайн-заказов на территории России, доля г. Санкт-Петербурга — 8,8% общего объема заказов). Перенос складов за пределы городов федерального значения может привести к частичному росту составляющей стоимости доставки в конечной цене товара. Однако уже сейчас многие онлайн-ритейлеры располагают свои складские помещения за пределами городов федерального значения, в связи с чем введение нового торгового сбора на их территории может не затронуть деятельность поставщиков по реализации продукции со складов. При этом их деятельность по реализации товаров через пункты выдачи, расположенные в городах федерального значения, потенциально может облагаться данным сбором. С другой стороны, торговые сборы создают большие издержки входа на рынок участникам рынка, которые планировали осуществлять торговлю в рамках стационарных магазинов, нежели интернет-магазинам. Именно поэтому конкуренция среди интернет-поставщиков начинает играть еще большее значение.

Выводы для «конкуренции»

Развитие сектора интернет-торговли оказывает положительное воздействие на состояние конкуренции. Это главным образом связано с более низкими издержками входа новых участников на товарные рынки. Более низкие издержки могут быть достигнуты в первую очередь за счет отсутствия расходов на приобретение или аренду торговых площадей и на содержание персонала. В свою очередь меньшие расходы могут позволять интернет-магазинам устанавливать более низкие цены. Таким образом, увеличение числа интернет-магазинов на том или ином рынке усиливает интенсивность конкуренции по цене.

Ценовые эффекты развития интернет-торговли отмечались ранее в научных исследованиях. Например, в 2000 году на примере рынков книг и CD-дисков было выявлено²⁰, что цены в интернет-магазинах, как правило, на 9–16% (в зависимости от того, включены ли в цену затраты на доставку, налоги и т.д.) ниже, чем в традиционных торговых точках США. Кроме того, было отмечено, что онлайн-ритейлеры значительно реже, чем традиционные магазины, изменяют цены на свою продукцию, что в результате снижает их издержки на изменение цен. Позднее данная тенденция была подтверждена, а также было отмечено, что даже при сравнении цен

²⁰ Brynjolfsson E., Smith M.D. Frictionless commerce? A comparison of Internet and conventional retailers // Management Science. 2000. № 46. P. 563–585.

ритейлеров, функционирующих и онлайн, и офлайн с онлайн-ритейлерами, не имеющими торговых площадей, цены последних оказывались ниже²¹.

Кроме ценовых преимуществ, развитие интернет-торговли несет в себе существенные выгоды для потребителей с точки зрения расширения ассортимента предлагаемой им продукции, а также снижение асимметрии информации и затрат на поиск необходимого товара при совершении покупок. Расширение ассортимента при реализации товаров онлайн возможно в том числе из-за отсутствия у поставщиков пространственного ограничения для демонстрации своей продукции (например, в традиционных магазинах место на витринах и полках может быть ограничено).

Оценки выигрыша потребителей от реализации товаров посредством сети Интернет на примере рынка книг показали, что потребители очень высоко оценивают доступность широкого выбора продукции. При этом данный фактор может оказывать даже более сильное влияние, чем снижение средних цен на приобретаемую продукцию²².

Возможность приобретения товаров не только в отечественных, но и в зарубежных интернет-магазинах способствует еще большему усилению конкуренции по цене, качеству и ассортименту продукции, усиливая в том числе внутрибрендовую конкуренцию за счет увеличения числа продавцов, предлагающих как различные виды продукции, так и однородные товары.

Таким образом, ужесточение условий приобретения товаров в интернет-магазинах (как в российских, так и в зарубежных) может негативно сказаться на состоянии конкуренции на отечественных товарных рынках, а также привести к ухудшению положения конечных потребителей продукции ритейлеров.

²¹ См., например: *Pan X., Shankar V., Ratchford B.* Price Competition Between Pure Play Versus Bricks-and-Clicks E-Tailers: Analytical Model and Empirical Analysis // *Advances in Applied Microeconomics: Economics of Internet and E-Commerce*. 2002. № 11. P. 29–62; *Ancarani F., Shankar V.* Price Levels and Price Dispersion Within and Across Multiple Retailer Types: Further Evidence and Extension // *Journal of Academy of Marketing Science*. 2004. № 32 (2). P. 176–187.

²² См., например: *Brynjolfsson E., Hu Y., Smith M.D.* Consumer surplus in the digital economy: Estimating the value of increased product variety at Online booksellers // *Management Science*. 2003. № 49. P. 1580–1596.

ac.gov.ru