

ИНТЕРНЕТ В ОЖИДАНИИ НАЛОГОВ

ОБОРОТ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РОССИИ В 2013 ГОДУ СОСТАВИЛ \$17 МЛРД, ЭКСПЕРТЫ ПРОГНОЗИРУЮТ РОСТ НА 25–30% В ТЕЧЕНИЕ СЛЕДУЮЩИХ ТРЕХ ЛЕТ. ПРИ ЭТОМ ДОЛЯ ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА В ОБЩЕМ ОБЪЕМЕ РИТЕЙЛА СОСТАВЛЯЕТ ЛИШЬ ТРИ ПРОЦЕНТА. РАЗВИВАТЬСЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЕ МЕШАЮТ МНОЖЕСТВО ФАКТОРОВ, НАПРИМЕР, ПЛОХАЯ ЛОГИСТИКА, НИЗКОЕ ПРОНИКНОВЕНИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЕТОВ. А ОСНОВНЫМ ПОВОДОМ ДЛЯ БЕСПОКОЙСТВА ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-РИТЕЙЛЕРОВ СТАЛО ВОЗМОЖНОЕ ВВЕДЕНИЕ НАЛОГА С ПРОДАЖ В 2015 ГОДУ.

ЮЛИЯ ЧАЮН

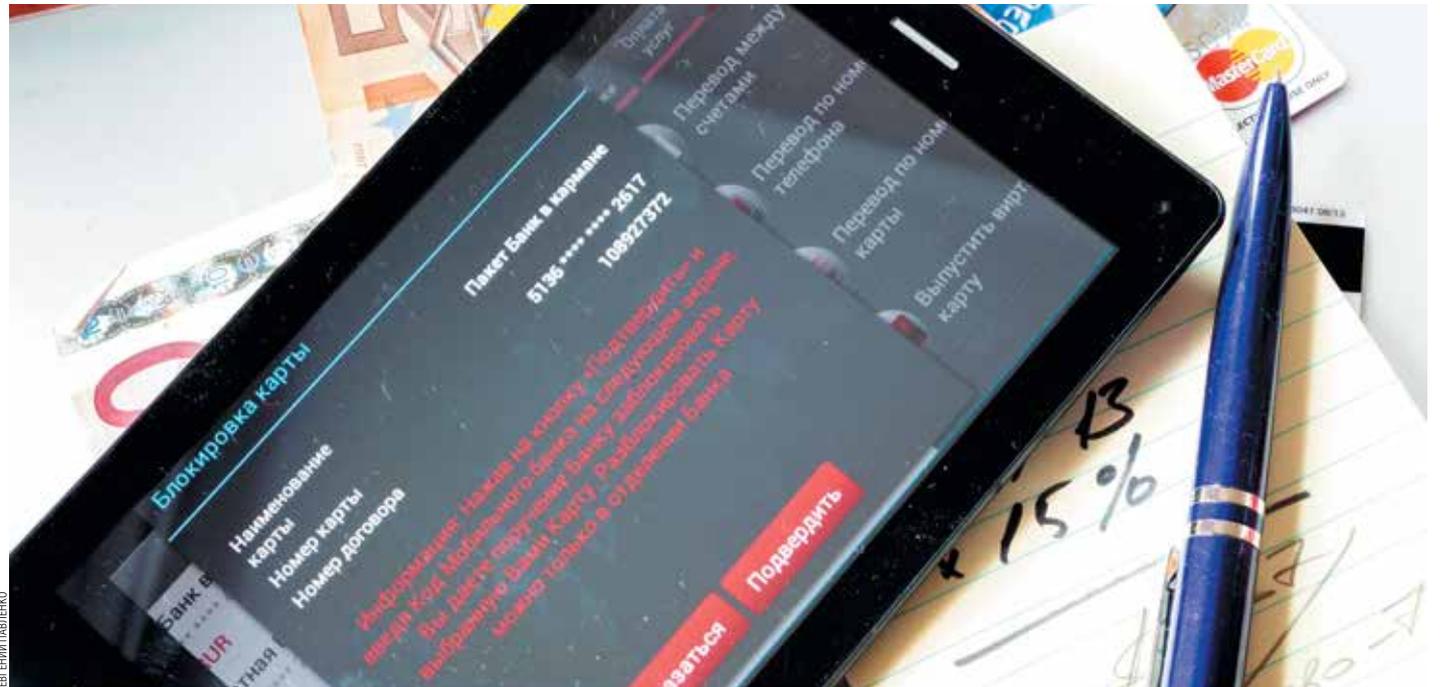
По оценкам разных исследовательских агентств, измеряющих рынок электронной торговли в России, в 2012 году рынок оценивался в 380–440 млрд рублей, в 2013 году оборот составил от 490 до 580 млрд рублей. В первом полугодии 2014 года средний рост по рынку несколько замедлился, но объем рынка интернет-торговли продолжает расти.

В частности, руководитель аналитического центра компании «Юлмарт» Николай Валиотти говорит о том, что в «Юлмарте» был зафиксирован рост объема продаж за первое полугодие 2014 года на 30,9% в сравнении с аналогичным периодом 2013 года.

Исполнительный директор Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ) Виталий Жигулин прогнозирует рост рынка на 25–30% в течение следующих трех лет. «Среди основных тенденций рынка e-commerce я могу выделить региональную экспансию, консолидацию игроков рынка, рост инвестиций, развитие логистики, построение мультимедийных форматов», — говорит господин Жигулин.

Николай Валиотти утверждает, что существует несколько основных потребительских трендов. «Следует отметить рост продаж „цифровых товаров“. Такие покупки, как авиа- и железнодорожные билеты, цифровой контент, набирают популярность в России. На данном этапе развития пользователей в интернете становится понятно, что многие готовы разбираться с тонкостями покупок билетов в сети, потратив свое время, особенно учитывая последние банкротства туристических компаний. Другим немаловажным аспектом развития интернет-отрасли можно назвать интенсивное появление многочисленных „материальных товаров“ в интернете. Так, например, еще недавно „Юлмарт“ был магазином электроники и компьютерной техники, а сегодня имеет в своем ассортименте детские товары, автозапчасти, DIY, развивает направление спортивных товаров и товаров для животных. И это далеко не единственный пример. Покупатель ищет возможность оптимизировать свое время в столь быстро движущемся мире, а интернет дает такие возможности», — рассказывает господин Валиотти.

Другим важным потребительским трендом эксперты считают развитие мобильных устройств и использование их в процессе покупки. При этом в России доля мобильных покупок пока еще незначительна, однако это вопрос нескольких лет, в течение которых она возрастет существенно.



ВАЖНЫМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ТРЕНДОМ ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНЫХ УСТРОЙСТВ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИХ В ПРОЦЕССЕ ПОКУПКИ. В РОССИИ ДОЛЯ МОБИЛЬНЫХ ПОКУПОК ПОКА ЕЩЕ НЕЗНАЧИТЕЛЬНА, ОДНАКО ЭТО ВОПРОС НЕСКОЛЬКИХ ЛЕТ, В ТЕЧЕНИЕ КОТОРЫХ ОНА ВОЗРАСТЕТ СУЩЕСТВЕННО

AMAZON НЕ СРАБОТАЕТ В РОССИИ

Опрошенные ВГ эксперты рассказали о трудностях, мешающих развиваться интернет-торговле. По словам господина Жигулина, основными проблемами e-commerce являются контрафакт, параллельный импорт, большая доля «серого» рынка, уклонение от уплаты налогов и обязательных платежей (НДС, НДСФЛ, таможенных пошлин), низкое проникновение безналичных платежей, обман потребителей. «Эти проблемы приводят к таким неприятным последствиям, как низкая привлекательность рынка для публичных инвесторов, конкуренция за счет незаконной оптимизации налогов, низкая рентабельность интернет-торговли, „канибализация“ российского рынка зарубежными компаниями, отток капитала», — подчеркивает он.

Господин Валиотти указывает на то, что для России сложностью является логистика. «Строить интернет-ритейл без стройной логистической модели в России невозможно. По ряду причин модель Amazon в России не сработает, потому что уровень почтовых и логистических услуг в России остается на невысоком уровне. Поэтому если вы не имеете своей логистики, вы не можете активно развивать бизнес и успеть за ростом, а собственная логистика — это сложно и требует инвестиций», — говорит он.

Впрочем, другие специалисты настроены довольно оптимистично в вопросах логистики.

В частности, Зоя Ефремова, директор по продажам Северо-Западного региона DPD в России, говорит, что раньше в России в силу ряда объективных факторов, прежде всего большой территории и некачественной инфраструктуры, логистика была одной из главных проблем. «Высокие тарифы и низкое качество доставки тормозили развитие онлайн-продаж в регионах. Однако в последние годы мы наблюдаем явное улучшение в этой сфере. Во-первых, сформировался пул курьерских компаний, предлагающих специальные решения для интернет-магазинов. Выработался определенный стандарт этих услуг: они включают в себя доставку по всей территории страны в стандартные сроки и ряд дополнительных сервисов. Важным элементом является возможность доставки с наложенным платежом, так как большинство заказов в России по-прежнему оплачивается наличными. Кроме того, изменились требования к самой доставке, поскольку на первое место выходит удобство покупателя: часто ему удобнее принять свою посылку вечером или в выходные», — рассказывает госпожа Ефремова.

Игорь Шапиро, управляющий директор Cironation.ru, крупного интернет-ресурса, бесплатно предлагающего промокоды и купоны, говорит, что работа в России сопряжена с некоторыми трудностями, главная из которых — это недостаток кадров с опытом работы в

онлайн-торговле. «Программисты, пусть и с не совсем профильным опытом есть, а вот во всех других сферах профессионалов не хватает. Многие компании сами занимаются обучением нужных специалистов, но на это уходит огромное количество времени и денег. В отличие от конкурентов, у нас есть преимущество — мы работали и продолжаем работать на различных рынках по всему миру, мы знаем потребителей, у нас есть нужные ресурсы и опыт. В команде Cironation собрались специалисты из различных проектов Rocket Internet. Именно за счет этого мы планируем преуспеть и на российском рынке», — говорит господин Шапиро.

ОТБИТЬСЯ ОТ НАЛОГА Помимо описанных выше сложностей, мешающих рынку электронной коммерции развиваться, интернет-ритейлерам грозит введение налога с продаж с 1 января 2015 года. В этом законопроекте, разработанном в недрах Минфина, налоговая база определяется как стоимость реализованных товаров или услуг с учетом НДС и акцизов. По данным «Интерфакса», ставку налога будут устанавливать субъекты РФ в пределах 3%. По расчетам Минфина, от введения налога в следующем году бюджеты субъектов РФ могут получить 194,8 млрд рублей, в 2016 году объем поступлений может возрасти до 210,7 млрд рублей, в 2017 году — до 230 млрд рублей. → 22