

*Гладков А.Р.*

## **Интернет-торговля как перспективное направление таможенного регулирования**

Согласно «Основным направлениям бюджетной политики» в 2014-2016 годах дефицит федерального бюджета должен увеличиться с 361,5 до 543,7 млрд. руб. Главным источником его финансирования будут выступать государственные заимствования<sup>1</sup>, что может привести к повышению спроса и росту цен на финансовые ресурсы для реального сектора экономики. А значит негативно сказаться на темпах ее развития и объеме доходной части бюджета. С нашей точки зрения, более разумным представляется подход финансирования бюджета, основанный на потенциале растущих рынков. Частным случаем такого подхода является таможенное регулирование интернет-торговли.

Интернет-торговля как таковая зародилась и наиболее стремительно развивалась в США, с последующим распространением по всему миру. Для России моментом ее появления считается 1997 год. За 15 лет существования интернет-трейдинг шагнул далеко как в техническом, так и в экономическом плане. В самом общем виде интернет-торговля - коммерческая деятельность в сфере продажи товаров и услуг через интернет. Очевидно, что понятия «интернет-торговля», «электронная торговля», «электронная коммерция» и «электронный бизнес» соотносятся как часть и целое, являясь определенными разновидностями предпринимательской деятельности<sup>2</sup>. Стоит отметить, что в законодательных и правовых документах отражена недостаточная дифференциация понятийного аппарата электронной торговли.

Основная форма организации интернет-торговли - интернет – магазин. Он выполняет все основные бизнес-процессы торгового предприятия: выбор товаров покупателем, оформление заказов, проведение расчетов, доставка товаров покупателю, отслеживание исполнения заказов и гарантийный сервис<sup>3</sup>. По мнению авторитетного исследователя в области интернет-торговли, Валигурского С.Д., к числу преимуществ интернет-магазина можно отнести: экономию издержек обращения, широкий ассортимент товаров, экономию времени, ограниченный штат работников.

Стремительное развитие рынка интернет-торговли стало возможным благодаря широкому доступу населения к сети Интернет. Так, в России с 2005 по 2011 год его аудитория возросла более чем в 3 раза и достигла 70 млн. Число онлайн-покупателей в 2011 году составляло 9,3 млн. В 2012 году эта цифра насчитывала уже 14,4 млн. человек и

---

<sup>1</sup> Основные направления бюджетной политики на 2014 год и плановый период 2015 и 2016 годов

<sup>2</sup> Балабанов И.Т. Интернет-коммерция. СПб.: Питер, 2012.

<sup>3</sup> Валигурский С.Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли. - <http://pk.ruc.su/upload/documents/science/dissert/autoref/valigurskisd.pdf> (25/11/2013)

продолжает неуклонно расти<sup>1</sup>. Для точной оценки роста интернет-торговли в ближайшем будущем автором статьи был сделан прогноз его объемов на 2013-2015 годы. Этому прогнозу предшествовал анализ динамики российского рынка интернет-торговли, который позволил выявить тенденции и факторы его развития.

На фоне отставания от стран Западной Европы, США и Китая быстрое развитие российского онлайн-ритейла обусловлено региональной экспансией за счет широкого распространения интернета и увеличения доли домашних хозяйств, имеющие персональные компьютеры. В географическом разрезе быстрый рост в основном наблюдается на Юге, Северном Кавказе и Урале. Среди способов оплаты покупок лидируют наличные. Больше всего через интернет покупают электронику и бытовую технику, одежду, обувь, компьютеры, ноутбуки<sup>2</sup>.

Анализ динамики российского рынка интернет-торговли показал, что его развитие сочетало в себе два периода – умеренное увеличение показателей и последующий стремительный рост интернет-торговли. Это объяснялось совершенствованием аппаратно-программных средств, используемых в рамках интернета, повышением покупательной способности населения и расширением региональной сети интернет-провайдеров<sup>3</sup>.

На основе анализа данных о количественных характеристиках российского рынка интернет-торговли за период 2001-2012 гг. была выделена совокупность показателей, описывающих его развитие. С учетом того факта, что каждый рынок функционирует под влиянием внутренних и внешних факторов, были выделены 3 группы показателей: показатели развития рынка и показатели макроэкономической конъюнктуры, показатели развития сети Интернет. В состав первой группы входят следующие индикаторы: объем интернет-торговли; доля пользователей интернета, совершающих покупки; средняя сумма онлайн-покупки; количество интернет-магазинов. Вторая группа показателей включает: ВВП РФ в номинальных ценах; уровень инфляции; среднемесячная номинально начисленная заработная плата; реально располагаемые денежные доходы; оборот розничной торговли. И, наконец, характеристику развития сети Интернет образует показатель суточной аудитории.

Влияние приведенных факторов учитывалось при множественном корреляционно-регрессионном анализе. Наиболее тесная связь объема интернет-торговли наблюдается с суточной аудиторией интернета ( $r=0,997$ ) и долей покупающих в интернете ( $r=0,980$ ). Отрицательное влияние на результативный показатель оказывают уровень инфляции ( $x_6$ ) и

---

<sup>1</sup> Данные компании «Data Insight». <http://www.datainsight.ru> (1/12/2013)

<sup>2</sup> Исследование американского коммерческого банка Morgan Stanley «Развитие рынка электронной коммерции в России в 2013 году». - <http://www.slideshare.net/YandexBusDev/ecommerce-jan2013> (1/12/2013)

<sup>3</sup> Данные консалтинговой компании по маркетинговым интернет-исследованиям «Onlinemonitor».

темпа изменения реальных располагаемых денежных доходов ( $x_8$ ). Для рассматриваемых показателей частные коэффициенты корреляции составили -0,784 и -0,759 соответственно<sup>1</sup>.

Окончательная модель зависимости объема интернет – торговли от всех статистически значимых факторов имеет вид:

$$Y = 817,31 + 6,96 * X_2 + 10,76 * X_4 + 17,42 * X_5 + 105,49 * X_7 - 7,46 * X_8 - 171,70 * X_9$$

где  $X_2$  - доля пользователей интернета, совершающих покупки,  $X_4$  - количество интернет-магазинов,  $X_5$  - ВВП РФ в номинальных ценах,  $X_7$  - среднемесячная номинально начисленная заработная плата в целом по экономике Российской Федерации,  $X_8$  - реально располагаемые денежные доходы и  $X_9$  - оборот розничной торговли.

Анализ коэффициентов эластичности показал, что снижение розницы на 1% приводит к увеличению интернет-торговли на 6,17%, а увеличение среднемесячной номинально заработной платы на 1% ведет к увеличению объема интернет-торговли на 4,68%. Значения бета и дельта-коэффициентов свидетельствует о том, что на объем интернет-торговли наибольшее влияние оказывали оборот розничной торговли, среднемесячная заработная плата и номинальный ВВП<sup>2</sup>.

Прогнозирование объема рынка интернет-торговли требует знания не только формы зависимости рассматриваемого показателя от предложенных факторов, но и будущих значений факторных признаков. Для определения будущих значений факторных признаков были использованы модели ARIMA, основанные на авторегрессии и проинтегрированном скользящем среднем. Ценность данных методов заключается в том, что на основе моделирования полноценной временной структуры ряда динамики можно получить его прогнозные значения.

На основе прогнозных значений факторных признаков и полученной формы зависимости был сделан прогноз объем рынка интернет-торговли на 2013-2015 годы. Согласно произведенным расчетам, наиболее вероятное значение объема рынка интернет-торговли в 2013 году составит 956,36 млрд. руб., в 2014 – 1137,36 и в 2015 - 1245,97 млрд. руб. соответственно. Как видно на рис., построенная модель множественной регрессии имеет высокое качество, поскольку удачно аппроксимирует фактические значения рассматриваемого ряда и ее доверительные интервал покрывает прогнозные оценки отдельных компаний: Morgan Stanly – 1080; ВТБ Капитал – 1396,22; Bay.Ru – 960 и J'son & Partners Consulting – 1200 млрд. руб. Итак, поскольку рынок интернет-торговли в ближайшем

---

<sup>1</sup> Бурдин В.Е., Гладков А.Р., Волкогорова Ю.В., Манчу Я.А. Оценка рынка интернет-торговли в Российской Федерации и перспектив его развития.

<sup>2</sup> Там же.

будущем будет иметь оборот на триллионы рублей, его таможенное регулирование становится экономически целесообразным.

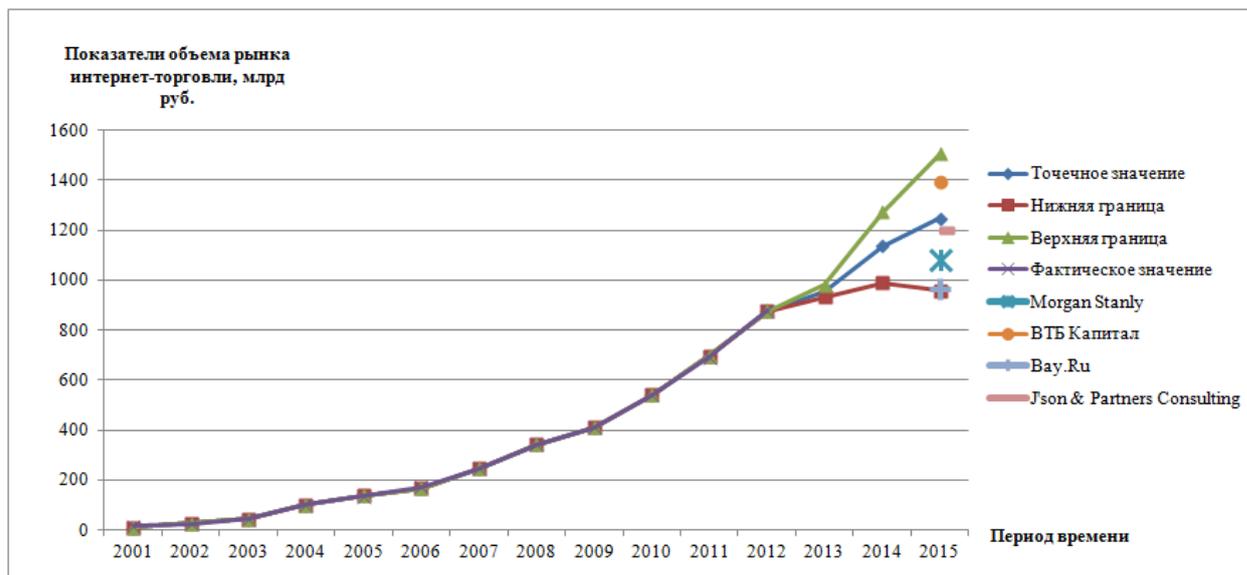


Рис. Прогнозные объемы рынка интернет-торговли

Формально таможенное регулирование интернет-торговли должно выполнять 3 задачи: контроль соблюдения запретов и ограничений, определения назначения посылки (коммерческая, для индивидуального пользования) и проверка соблюдения лимитов пересылки отправок (по стоимости и количеству) физическими лицами<sup>1</sup>. Однако фактически из-за отсутствия суммарного учета международных почтовых отправок (далее – МПО) на одного получателя в месяц возникают пробелы в информационном обеспечении таможенных органов, что затрудняет объективный контроль и обоснованное регулирование интернет-торговли.

На сегодняшний день существует 2 канала доставки товаров, торгуемых через интернет:

- с помощью государственной почтовой службы, обладающей правом работы с международными почтовыми отправлениями (Федеральное государственное унитарное предприятие «Почта России»).
- с помощью международных курьерских служб, не имеющих права работы с МПО (DHL, FedEx Corporation, United Parcel Service и др).

По почтовому каналу путешествие посылки в Россию начинается с местного отделения почтовой связи, в котором зарубежный отправитель заполняет при отправке все необходимые документы, включая таможенную декларацию. Отправлению присваивается уникальный почтовый идентификатор – специальный штриховой код. Он находится в чеке

<sup>1</sup> Приказ Государственного таможенного комитета России от 3 декабря 2003 г. N 1381 «Об утверждении правил таможенного оформления и таможенного контроля товаров, пересылаемых через таможенную границу Российской Федерации в международных почтовых отправлениях» (в ред. Приказов Федеральной таможенной службы Российской Федерации от 01.10.2009 N 1803, от 07.09.2010 N 1652).

(или квитанции), выдаваемом при приеме почтового отправления. В стране отправителя посылка проходит таможенное оформление и готовится к экспорту (вывозу из страны отправителя). Формируется депеша в адрес места международного почтового обмена (далее - ММПО) России. Депеша – это международные почтовые отправления, сгруппированные для удобства пересылки в емкости<sup>1</sup>.

Депеша передается иностранному перевозчику для доставки в одно из ММПО РФ авиа- или наземным путем. Вся почта, поступающая на территорию Российской Федерации с авиарейсов, начинает путь в авиационном отделении перевозки почты (далее - АОПП) – специальном почтовом складе в аэропорту, где отправления депеши регистрируются, проверяются их целостность и вес. Далее почта регистрируется в электронной базе данных. При регистрации сканируется штрих код, вносятся данные о том, куда адресована емкость (например, ММПО «Москва»), с какого она рейса поступила, о стране и дате формирования емкости и т. д.

Именно на этапе регистрации появляется возможность учета таможенными органами информации о товарах, пересылаемых через интернет. Для собственного учета «Почта России» использует Общероссийскую автоматизированную систему учёта и контроля за прохождением регистрируемых почтовых отправлений (ОАСУ РПО). Она обеспечивает прямой доступ работников почтовой связи к статистической и аналитической информации о регистрируемых почтовых отправлениях. Поэтому при доставке почтой техническая осуществимость таможенного регулирования интернет-торговли заключается в обеспечении совместимости программных продуктов почты и таможенных органов.

Основное различие между курьерским и почтовым каналом доставки заключается в том, что товары доставляются не единственным государственным оператором, а ведущими компаниями экспресс-доставки. Данные компании отслеживают отправления по их номеру. Номер отправления указан на чеке, который выдается при приемке посылки или письма.

Для таможенных целей Федеральной таможенной службой ведется реестр таможенных перевозчиков. На наш, взгляд, из этого реестра целесообразно отдельно выделить реестр международных перевозчиков. Затем по аналогии с «Почтой России» для осуществления полного учета товаров необходимо обеспечить совместимость программных продуктов перевозчиков с информационными системами таможенных органов, обязав последних пересылать запрашиваемые данные в таможенные органы Российской Федерации.

Таким образом, в условиях нарастающего дефицита федерального бюджета таможенное регулирование интернет-торговли становится экономически целесообразным и технически осуществимым. В итоге срабатывает подход финансирования бюджета,

---

<sup>1</sup> Официальный сайт «Почты России». - <http://www.russianpost.ru> (30.11.2013)

основанный на потенциале растущих рынков, не приводящий к удорожанию финансовых ресурсов для реального сектора экономики. Что и требовалось доказать.

#### *Список литературы*

1. Балабанов И.Т. Интернет-коммерция. СПб.: Питер, 2012.
2. Бурдин В.Е., Гладков А.Р., Волконогова Ю.В., Манчу Я.А. Оценка рынка интернет-торговли в Российской Федерации и перспектив его развития. Люберцы: Редакционно-издательский отдел Российской таможенной академии, 2013.
3. Валигурский С.Д. Организационно-экономические основы формирования и развития интернет-торговли. - <http://pk.ruc.su/upload/documents/science/dissert/autoref/valigurskisd.pdf> (25.11.2013)
4. Данные компании «Data Insight». - <http://www.datainsight.ru> (1.12.2013)
5. Данные консалтинговой компании по маркетинговым интернет-исследованиям «Onlinemonitor». - <http://www.onlinemonitor.ru> (1.12.2013)
6. Исследование американского коммерческого банка Morgan Stanley «Развитие рынка электронной коммерции в России в 2013 году». - <http://www.slideshare.net/YandexBusDev/ecommerce-jan2013> (1.12.2013)
7. Основные направления бюджетной политики на 2014 год и плановый период 2015 и 2016 годов.
8. Официальный сайт «Почты России». - <http://www.russianpost.ru> (30.11.2013)
9. Приказ Государственного таможенного комитета России от 3 декабря 2003 г. N 1381 «Об утверждении правил таможенного оформления и таможенного контроля товаров, пересылаемых через таможенную границу Российской Федерации в международных почтовых отправлениях» (в ред. Приказов Федеральной таможенной службы Российской Федерации от 01.10.2009 N 1803, от 07.09.2010 N 1652).