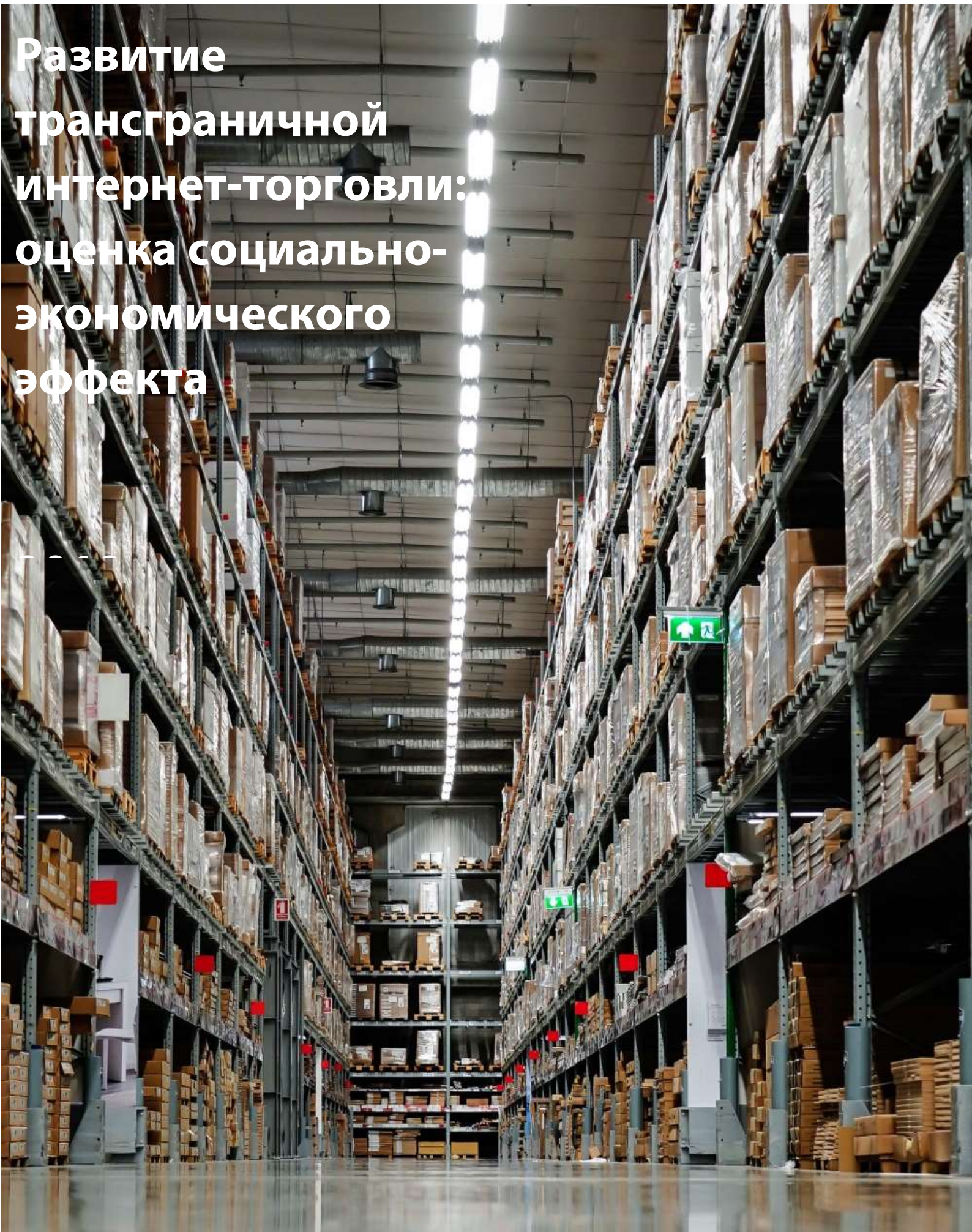


Развитие трансграничной интернет-торговли: оценка социально- экономического эффекта



Развитие трансграничной интернет-торговли: оценка социально-экономического эффекта

Ключевые выводы

- Предметом настоящего исследования является рынок трансграничной торговли, представленный в России рядом интернет-площадок: Joom, E-Bay, Farfetch, Amazon, ASOS, iHerb, AliExpress, Alibaba.com, JD.com и другие. Результаты исследования показывают общее состояние рынка трансграничной торговли. Полученные результаты могут быть не скоррелированы с финансовыми показателями компаний, представленных на рынке трансграничной торговли, и не могут быть использованы в качестве результатов работы отдельных компаний.
- 2020 г. стал поворотным моментом для всего рынка интернет-торговли. Пандемия усилила и ускорила формовавшиеся ранее тренды, связанные с «цифровизацией» всех потребительских сегментов. Из-за вводимых карантинных ограничений и распространения удаленной занятости глобальная Интернет-торговля значительно ускорилась в 2020 году.
- **Внутренний рынок** Интернет-торговли получил сильный импульс к развитию. По нашим оценкам, в стоимостном выражении внутренний сегмент **вырос более чем на 50% и составил 2,6 трлн рублей.**
- В 2020 г. лимит беспошлинного ввоза товаров для личного пользования, приобретенных в иностранных интернет-магазинах, был снижен до €200 (с €500 в 2019 г.). В настоящее время обсуждается вопрос дальнейшего снижения лимита. По нашим оценкам, снижение необлагаемого лимита на получаемые из-за рубежа посылки до €100 может привести к снижению общего потока заказов на 0,4 млн штук. При этом поток дорогих посылок (стоимостью свыше €100) сократится больше (-5,4% г/г). **При снижении необлагаемого лимита с €200 до €100 отрицательный нетто-эффект для экономики России в целом составит -15,4 млрд руб.** Начисленные таможенные платежи не покроют затраты на администрирование сборов, что приведет к появлению выпадающих доходов бюджета в 3,1 млрд руб. в год. **Потери почтовых операторов из-за увеличения затрат на обработку таких посылок могут достигнуть 4,9 млрд руб. в год.**
- Рост бюджетных доходов из-за снижения необлагаемого лимита до €200 в 2020 г. составил лишь 0,9 млрд руб. (до 1,9 млрд руб.) не позволил даже компенсировать выпадающие поступления в бюджет **(-5 млрд руб.)**. При этом фактические потери бюджета могут оказаться больше – из-за снижения занятости в смежных отраслях, сокращения заказов на российскую продукцию и ослабления конкуренции на потребительском рынке, что может привести к монополизации и опережающему росту цен во внутренней Интернет-торговле.



- **В рамках оценки роли трансграничной торговли в российской экономике НИУ ВШЭ оценила экономический эффект** (в терминах добавленной стоимости, занятости, налоговых поступлений) для почтовых и курьерских служб, а также влияние трансграничной торговли на смежные сектора. Для целей данного исследования рассчитывался как прямой эффект, так и влияние на смежные отрасли: например, для обслуживания посылок из-за рубежа почтовый оператор нанимает сотрудников, закупает оборудование и расходные материалы и т.д., создавая мультипликативный эффект для других отраслей. Для учета мультипликативного эффекта используется равновесная модель межотраслевого баланса, позволяющего оценить как рост расходов одной отрасли создает спрос на товары в других секторах. **В 2019 г. трансграничная торговля, по нашим оценкам, привела к созданию новой (дополнительной) валовой добавленной стоимости (ВДС) в 115 млрд руб., обеспечив поддержку 75 тыс. рабочих мест, в том числе 28 тыс. рабочих мест в почтовом секторе.** Дополнительные налоговые поступления составили 24 млрд руб. (в основном, за счет поступлений НДС и социальных взносов).
- В 2020 г. из-за снижения порога беспошлинного ввоза до €200 налоговые поступления в бюджет России, в том числе от развития смежных отраслей, **упали до 18 млрд руб. (-25% к 2019 г.).**
- Развитие трансграничной онлайн-торговли создает много эффектов для смежных отраслей, государства и потребителей. Смежные отрасли получают, по мере развития трансграничной торговли, дополнительное увеличение спроса на производимые ими товары и услуги, потребители – доступ к большему ассортименту товаров и экономию от снижения цен на рынке из-за высокой конкуренции между различными поставщиками, а государство – рост налоговых поступлений. По мере развития трансграничной торговли крупные международные игроки переходят к локализации закупок, допуская на свои площадки товары отечественных производителей, создавая альянсы с местными игроками, инвестируя в складскую и коммерческую инфраструктуру, что также создает условия для роста ВВП и занятости. При переходе сектора к зрелой фазе роста, трансграничная онлайн-торговля начинает играть роль «акселератора» для розничного экспорта.
- **Сравнение стоимости разных товаров в российских и иностранных онлайн-магазинах** показывает, что **основной вклад в формирование более высоких цен на российских онлайн-площадках вносит маржа российских магазинов**, а не фактор таможенных пошлин
- По нашим оценкам, объем трансграничной торговли в 2020 г. в рублевом выражении составил около 320 млрд. руб.
- **Спрос со стороны российских потребителей на трансграничную Интернет-торговлю характеризуется высокой эластичностью по изменению валютного курса.** В среднем повышение курса доллара к рублю на 1 п.п. приводит к снижению спроса на заказы в иностранных онлайн-магазинах на 2,4 п.п. в следующем месяце (по месячным данным 2018-2020 гг.). Это означает, что

снижение курса рубля является важным ограничивающим фактором для спроса.

- Трансграничная Интернет-торговля имеет важное значение для потребительского спроса жителей небольших населенных пунктов. Анализ данных заказам жителей 500 российских городов показал, что существует отрицательная взаимосвязь между численностью населения города и интенсивностью использования трансграничной Интернет-торговли. **Жители небольших городов являются наиболее активными пользователями трансграничной интернет-торговли в терминах удельного количества заказов.** В особенности, это касается небольших городов с численностью населения меньше 100 тысяч человек.
- В 2019-2020 гг. на рассматриваемые 500 городов пришлось 78% от общего количества заказов по РФ. На Москву и Санкт-Петербург пришлось 16% от общего количества заказов и 18% от стоимости заказов.



Оглавление

Введение	7
1. Текущие тенденции развития трансграничной интернет-торговли	8
1.1. Тенденции трансграничной интернет-торговли в 2020 году.....	8
1.2. Тенденции внутренней интернет-торговли в 2020 году.....	12
1.3. Влияние валютного курса на трансграничную интернет-торговлю	13
1.4. Подходы к установлению беспошлинного лимита ввоза (DMT)	14
1.5. Оценка эффектов от снижения лимита беспошлинного ввоза	15
2. Качество жизни и доступность товаров для конечных потребителей	18
2.1. Оценка региональной структуры рынка трансграничной торговли	18
2.2. Доступность выбора в трансграничной интернет-торговле.....	25
2.3. Затраты на логистику.....	26
3. Подходы к оценке социально-экономического эффекта от развития трансграничной торговли	29
3.1. Таблицы «Затраты-Выпуск».....	30
3.2. Оценка социально-экономических эффектов на основе равновесной модели МОБ... 31	
3.3. Используемые в расчетах данные	33
3.4. Оценка социально-экономического эффекта, возникающего от развития трансграничной торговли.....	34
3.5. Оценка отраслевого спроса на продукцию российских предприятий.....	36
3.6. Оценка социально-экономического эффекта от трансграничной интернет-торговли в 2019-25 гг.	37



Используемые сокращения

г/г	к соответствующему периоду прошлого года
К	квартал
МПО	Международные почтовые отправления (посылки)
НДС	Налог на добавленную стоимость
МОБ	Модель межотраслевого баланса
МСФО	Международные стандарты финансовой отчетности
РСБУ	Российские стандарты бухгалтерского учета
РФ	Российская Федерация
США	Соединенные Штаты Америки
ФТС	Федеральная таможенная служба

Англоязычные сокращения

B2B	Business to Business
B2C	Business to Consumer
CEP	Courier, Express, and Parcel (экспресс-операторы)
COVID-19	COronaVirus Disease 2019
DIY	Do It Yourself, рынок товаров для ремонта, строительных материалов и товаров для дома
GMV	Gross Merchandise Value
EMS	Express Mail Service
ICC	International Chamber of Commerce
SKU	Stock keeping unit, ассортиментная позиция



Введение

В 2020 г. на фоне пандемии COVID-19 интернет-торговля получила мощный стимул к развитию. Из-за введенных карантинных ограничений и желания обезопасить себя, многие потребители стали активнее использовать онлайн-форматы для заказа товаров и услуг. Пандемия усилила и ускорила формовавшиеся ранее тренды, связанные с «цифровизацией» всех потребительских сегментов. Пандемия существенно расширила потребительскую базу интернет-торговли: многие потребители, которые имели до этого ограниченный опыт использования онлайн-форматов, были вынуждены ими пользоваться и получить новый потребительский опыт. Другие пользователи стали активнее обращаться к онлайн-форматам при удаленной занятости и ограничениях на работу традиционной торговли. Многие традиционные ритейлеры осознали, что ориентация бизнеса только на офлайн-форматы связана со значительными рисками и стали активнее развивать онлайн-сегменты в новых условиях.

Трансграничная интернет-торговля является частью общего рынка интернет-торговли и связана с покупкой товаров из-за границы. Текущие данные показывают, что глобальная трансграничная интернет-торговля получила серьезный шок на фоне пандемии. Международная система транспорта и логистики была серьезным образом затронута вводимыми ограничениями и новыми требованиями безопасности в разных странах. Отмена значительной части международных авиарейсов, которые часто используются для перевозки международных почтовых отправлений, сократила мощности транспортных систем, а также привела к увеличению транспортных расходов на перемещение товаров через границу. С другой стороны, ограничения на зарубежные поездки частично привели к росту «замещающего» спроса на покупки онлайн на зарубежных интернет-площадках. По оценкам Euromonitor, рост мировой трансграничной торговли в 2020 г. составил 5-10% по сравнению с ростом на 27% в 2019 г. Глобальная интернет-торговля выросла на 25% в 2020 году при общем снижении розничной торговли на 2%.

В России наблюдаются противоположные тренды. Уже в 2019 г., до пандемии, объем трансграничной интернет-торговли сократился на 2,4% г/г. В 2020 г. трудности для трансграничной интернет-торговли, помимо общих с другими странами факторов, были усилены резкой девальвацией рубля, снижением необлагаемых таможенной пошлиной лимитов, а также усилением конкуренции с внутренней интернет-торговлей. Мы оцениваем, что в 2020 г., как и в 2019 г., трансграничная торговля в России сократилась как в физическом, так и в стоимостном выражении на фоне роста внутреннего сегмента. По нашим оценкам, внутренняя интернет-торговля выросла на 49,7% в стоимостном выражении в 2020 году. Таким образом, в 2020 году повторилась ситуация 2019 года – сокращение трансграничной торговли на фоне роста внутренней интернет-торговли.

В рамках этой работы была проведен анализ итогов 2020 г. развития трансграничной интернет-торговли, проведена оценка социально-экономических эффектов от развития трансграничной интернет-торговли с использованием методологии межотраслевого баланса (МОБ), приведены расчеты эффектов от снижения необлагаемого таможенной пошлиной лимитов.

В качестве источников информации использовался широкий набор данных, который включает в себя, но не ограничивается данными национальной статистики и отраслевых ассоциаций, данными самих участников рынка (публично раскрываемые показатели, отчетность по МСФО и РСБУ), данными АО «Почта России», Министерства экономического развития РФ и Банка России.



1. Текущие тенденции развития трансграничной интернет-торговли

1.1. Тенденции трансграничной интернет-торговли в 2020 году

Пандемия COVID-19 оказала значительное влияние на интернет-торговлю и поведение потребителей по всему миру. Именно цифровые каналы стали популярной альтернативой традиционному ритейлу. По оценкам Euromonitor, вся глобальная интернет-торговля выросла на 25% в 2020 году, до \$2,5 трлн. Крупнейшие интернет-ритейлеры, такие как Amazon, Alibaba, JD, увеличили выручку на 35-40% в прошлом году.

Рисунок 1. Размер мирового рынка Интернет-торговли, 2011-2020



Источник: Euromonitor

Рисунок 2. Размер мирового рынка Интернет-торговли по регионам, 2011-2020



Источник: Euromonitor

Пандемия стала катализатором для развития интернет-торговли и в России. По данным Росстата, за январь-ноябрь 2020 г. доля онлайн-продаж в общем обороте организаций составила 6,5% по сравнению с 3,4% в 2019 г. Рост составил 2,1 раза.

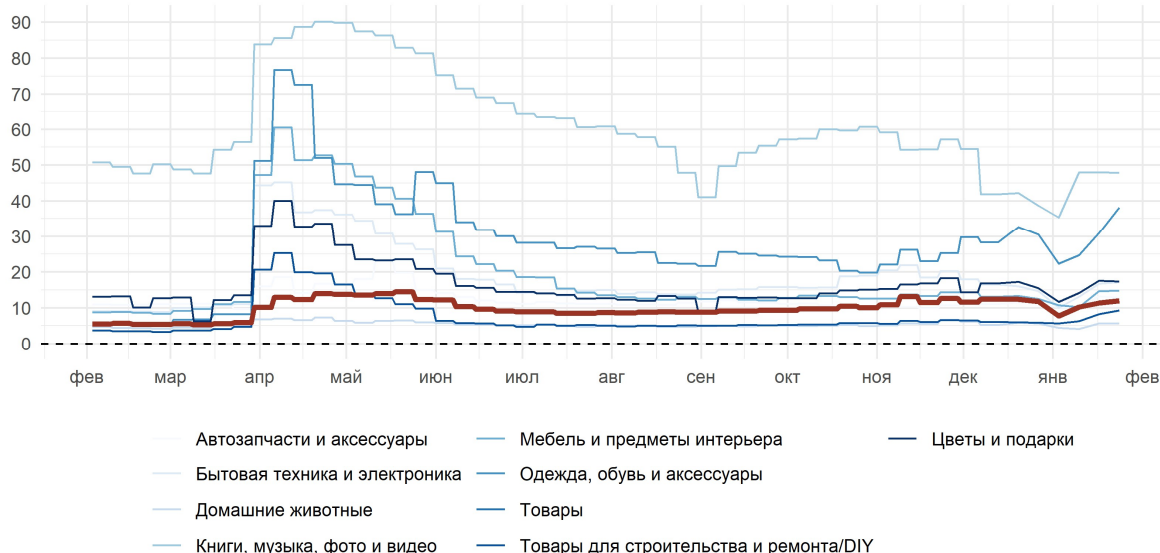
По данным отраслевых источников, эта доля может быть еще больше. К примеру, по данным Сбербанка, в 2020 г. доля онлайн-оплаты в категории «Товары» составила 9,7%¹. В категории «Одежда, обувь и аксессуары» она составила 28%, в категориях «Бытовая техника и электроника» и «Мебель и предметы интерьера» – по 20%. Наибольшей доли онлайн-оплата достигала в марте-мае, в период введенных карантинных ограничений. Однако и после снятия ограничений онлайн-оплата не снизилась до уровней начала года (5-6%), а осталась в пределах 8-9%.

Увеличение доли онлайн-сегментов на разных потребительских рынках отражает структурный сдвиг, который произошел в использовании интернет-торговли в 2020 году.

В конце 2020 г. доля онлайн-оплата вновь начала расти, что может привести к тому, что структурный переход к онлайн закрепится на более высоком уровне. К примеру, в начале 2021 года доля онлайн-оплаты составляла в среднем 11-12% по сравнению с 5-6% в начале 2020.

¹ Данные Сбербанка отражают безналичные платежи клиентов банка, а также данные эквайринговой сети. Так как эти данные не учитывают наличную форму оплаты, это верхняя граница распространения онлайн-формата.

Рисунок 3. Доля онлайн-оплат в России – по категориям товаров, февраль 2020 – январь 2021



Источник: Сбербанк

В то же время, в отличие от других стран, трансграничная интернет-торговля в России продолжила сокращаться в 2020 г.

Количество полученных россиянами посылок из зарубежных интернет-магазинов в 2020 году упало на 32% г/г.

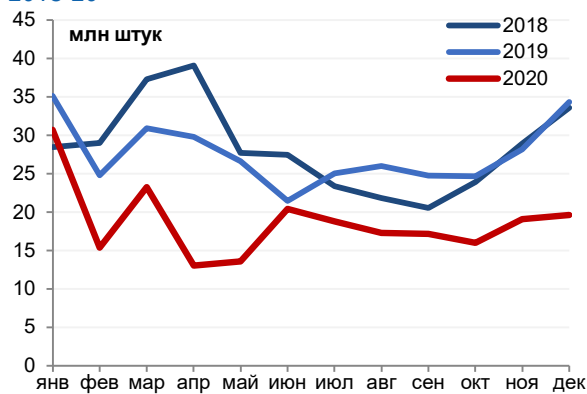
Наибольший обвал наблюдался в апреле-мае, когда физические объемы сократились на 45-50% г/г. Отчасти резкое падение было связано с изменением в спросе, отчасти – с эффектом неготовности поставщиков обеспечить выполнение заказов и увеличение сроком доставки. В июне 2020 г. темпы спада уменьшились до -5% г/г, но уже августе-сентябре вновь вернулись к двухзначным величинам снижения. Сильное сокращение потока продолжилось и в конце 2020 года – в 4К20 поток посылок сократился на 35-40% г/г.

В 2020 г. объемы трансграничной торговли снизились на 1,7% в стоимостном выражении, продолжив тем самым отрицательную динамику 2019 г. (-2,4%). При сохранении положительной динамики трансграничной интернет-торговли на глобальном уровне и в большинстве крупных экономик мира, в России наблюдаются противоположные тенденции.

Подавляющая часть покупок российских покупателей в зарубежных интернет-магазинах доставляется Почтой России и относится к категории «международных почтовых отправлений (МПО)». Подавляющая часть (98-99%) получаемых россиянами зарубежных МПО, приходится на мелкие пакеты (вес до 2 кг). Менее 1% приходится непосредственно на сами посылки в формальном определении². Еще 0,5-0,8% МПО доставляется по каналам экспресс-почты EMS. Доставку покупок из зарубежных интернет-магазинов также выполняют курьерские службы (СЕР-операторы), но на них приходится лишь 2,0-2,5% от потока Почты России. Таким образом, данные по МПО Почты России охватывают подавляющую часть трансграничной интернет-торговли в России.

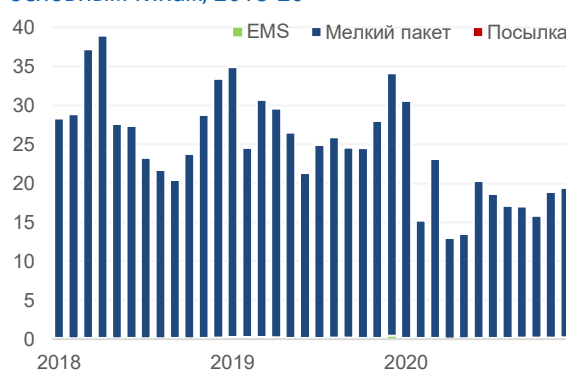
² Согласно Приложению № 2 к Правилам оказания услуг почтовой связи («Параметры международных почтовых отправлений, пересылаемых в рамках международного почтового обмена»), посылка – почтовое отправление, которое имеет предельную массу от 2 до 20 кг, «мелкий пакет» – до 2 кг. Здесь и далее под термином «посылка» мы понимаем все виды МПО суммарно – посылки, мелкие пакеты, экспресс-отправления. В 2020 году, по данным Почты России, на 221 млн мелких пакетов пришлось 1,5 млн посылок и 1,9 млн отправлений. По данным ФТС, в 2020 году было оформлено 219,6 МПО и 14,4 млн экспресс-грузов.

Рисунок 4. Динамика получаемых МПО по месяцам, 2018-20



Источник: Почта России, оценки ВШЭ

Рисунок 5. Динамика получаемых МПО по основным типам, 2018-20



Источник: Почта России, оценки ВШЭ

В 2016-18 гг. объемы трансграничной торговли (в физическом выражении, число посылок) в России выросли более чем в 2,6 раза. Схожую динамику показали и многие другие крупные страны – Франция, Великобритания, Украина.

Однако резкое сокращение объемов трансграничной торговли в 2019-20 гг. усилило отставание России от большинства развитых стран.

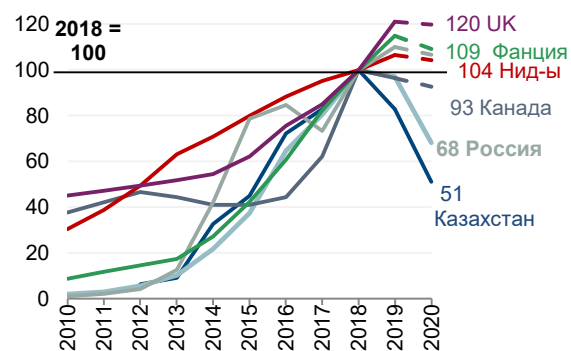
В 2020 г. россиянин «в среднем» получил 1,7 посылки (2,4 в 2019 г.) – это в два раза меньше, чем житель Франции. Серьезное негативное влияние на динамику трансграничной торговли в России в 2019-20 гг. оказали падение курса рубля и снижение необлагаемого лимита с €1000 до €500 в 2019 г., а также пандемия коронавируса.

Данные Банка России подтверждают представление о сокращении рынка трансграничной интернет-торговли в 2020 году.

По данным Банка России, расходы на товары, приобретенные в иностранных Интернет-магазинах, сократились на 23% (в долларах США) за январь-сентябрь 2020 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года³. С учетом ослабления валютного курса, снижение рынка могло составить 10-11% в рублях. Таким образом, данные Банка России подтверждают продолжающееся сокращение рынка трансграничной интернет-торговли в 2019-2020 гг.

³ Данные Банка России за полный 2020 год в настоящее время еще не опубликованы.

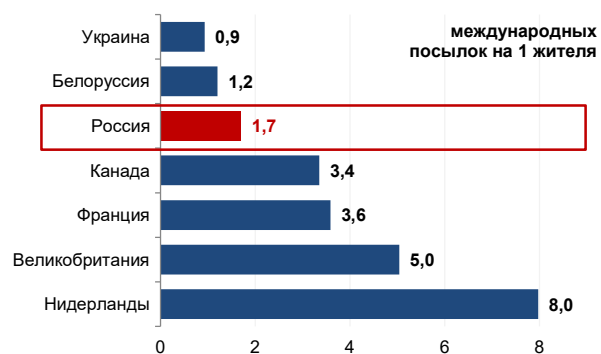
Рисунок 6. Динамика трансграничной онлайн-торговли в физическом выражении*, 2010-20 (2018 = 100%)



Источник: данные национальных регуляторов

Прим.: * - на основе данных об импорте посылок, курьерских отправок (сектор Courier, Express, Parcels, CEP) по отдельным странам, ** - оценка по 2020 г.

Рисунок 7. Подушевой объем МПО, полученный гражданами, 2020



Источник: данные национальных регуляторов, оценки ВШЭ

В 2019-20 гг., по предварительным данным, поток импортных посылок в Россию упал суммарно более чем на треть. Россия стала единственной из крупных стран, столкнувшихся с таким снижением количества посылок. В большинстве стран спад не превысил 5%, в ряде стран наблюдалась положительная динамика. По оценкам Euromonitor, глобальная трансграничная интернет-торговля в 2020 г. вырастет на 5-10% в стоимостном выражении.

В 2019-20 гг. на динамику российского рынка трансграничной торговли серьезное влияние оказали рост конкуренции со стороны российских онлайн-магазинов, падение курса рубля и снижение необлагаемого лимита с €1000 в 2018 г. до €200 в 2020 г.

Снижение необлагаемого лимита в России шло в противофазе с мировым трендом: в 2016-19 гг. сразу несколько крупных стран (США, Китай, Канада, Филиппины, др.) значительно повысили уровень необлагаемого лимита для импортных посылок для снижения затрат на администрирование таможенных платежей и стимулирования конкуренции на розничном рынке. Снижение необлагаемого лимита для получаемых из-за рубежа посылок наложило на падение (в 2019-20 гг.) курса рубля, что привело к резкому расхождению динамики внутренней (+63% по числу заказов за 2019-20 гг.) и трансграничной (-32%) интернет-торговли.

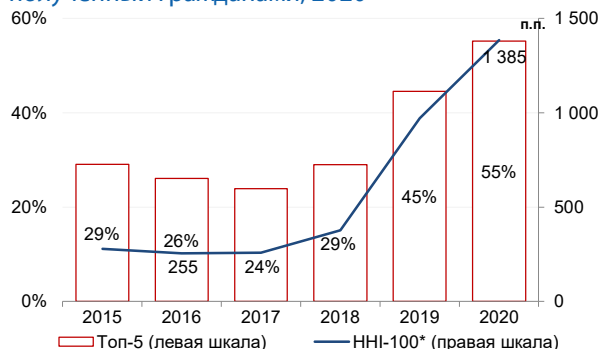
Рост внутренней интернет-торговли сопровождается заметным увеличением концентрации рынка, что создает риски монополизации и ухудшения положения российских потребителей.

Рисунок 8. Динамика трансграничной онлайн-торговли, 2016-20 гг.



Источник: оценки и прогнозы ВШЭ

Рисунок 9. Подушевой объем посылок, полученный гражданами, 2020**



Источник: данные компаний, оценки ВШЭ

Прим.: HHI-100 – индекс Херфиндаля-Хиршмана, рассчитывается как сумма квадратов доли продаж по Top-100 российским онлайн-магазинам (по данным Data Insight)

1.2. Тенденции внутренней интернет-торговли в 2020 году

В последние годы российская онлайн-торговля быстро росла благодаря переходу потребителей в онлайн, повышению качества и доступности логистической инфраструктуры и ценовому дифференциалу с оффлайн-сегментом. Рост внутренней онлайн-торговли сопровождался заметным увеличением концентрации: в 2017 г. Топ-5 российских онлайн-ритейлеров контролировали 24% рынка, сейчас – более 55%. Канал трансграничной интернет-торговли выступает важным элементом рыночного баланса и сохранения полезной для потребителя со сверхкрупными внутренними игроками.

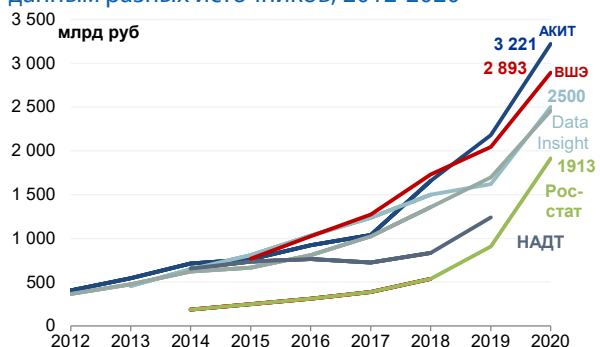
Сверхконцентрация внутренней-интернет-торговли может привести к монополизации и ухудшению положения потребителей, особенно при снижении для российских покупателей доступности товаров на иностранных онлайн-площадках.

Рисунок 10. Динамика рынка интернет-торговли в России, 2015-2020



Источник: оценки НИУ ВШЭ⁴

Рисунок 11. Динамика рынка интернет-торговли по данным разных источников, 2012-2020



Источник: оценки НИУ ВШЭ, АКИТ, Data Insight, НАДТ

2020 год подтверждает представление об усилении концентрации на внутреннем рынке и доминировании модели маркетплейсов. В частности, GMV Wildberries вырос на 96%, почти в два раза больше динамики внутреннего сегмента. GMV Ozon увеличился на 141%, группы

⁴ Методология и подходы к оценке рынка интернет-торговли, используемые НИУ ВШЭ, представлены в докладе «Российский рынок интернет-торговли: итоги 2019 года, тренды 2020-го»

МВидео/Эльдорадо – на 109%. На фоне ввода карантинных ограничений и роста обеспокоенности потребителей собственной безопасностью практически трехкратный рост показал онлайн-сегмент продовольственных товаров. В частности, онлайн-выручка сети Перекресток увеличилась практически в 5 раз в 2020 году.

По нашим оценкам, рынок интернет-торговли в России составил в 2020 году 2,9 трлн рублей, из которых 2,6 трлн рублей пришлось на внутреннюю торговлю. По сравнению с 2019 годом внутренний сегмент вырос на 49,7% в стоимостном выражении.

В ближайшие годы двухзначные темпы роста интернет-торговли в России сохранятся, но будут меньше рекордной динамики 2020 года. Многие потребители открыли для себя удобство онлайн-форматов, поэтому и после пандемии можно ожидать сохранения предпочтений в пользу онлайн. В целом, уровень проникновения интернет-торговли в России (~8,7% розничной торговли в 2020 году) остается относительно небольшим по сравнению с другими странами, что создает предпосылки для опережающего роста в будущем.

1.3. Влияние валютного курса на трансграничную интернет-торговлю

С 2017 г. курс рубля к основным валютам снизился на 30%, в 4К2020 оказавшись в среднем ниже уровней начала кризисного 2016 г. Резкое снижение курса рубля приводит к падению заказов в иностранных онлайн-магазинах, выступая своеобразной «дополнительной» пошлиной (причем для всех, даже самых дешевых покупок). Цены на зарубежных интернет-площадках номинированы в иностранной валюте, поэтому снижение курса рубля автоматически приводит к увеличению рублевых цен для российских потребителей. В условиях падения курса увеличивается и рублевая стоимость оплачиваемой таможенной пошлины.

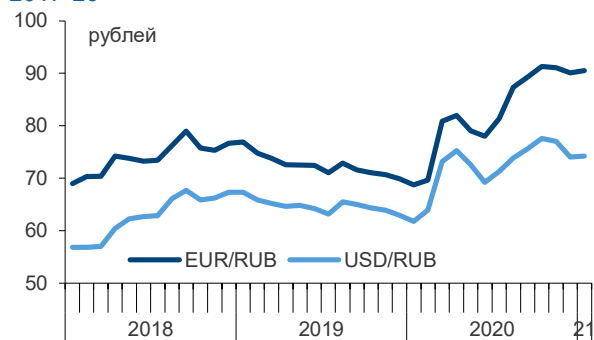
К примеру, в 4К2020 потребитель за посылку стоимостью €300 должен заплатить пошлину в размере 1,34 тыс. руб. (1,10 тыс. руб. в 1К2020).

Как показывают наши расчеты, трансграничная интернет-торговля в России характеризуется высокой эластичностью по изменению курса рубля.

В среднем повышение курса доллара к рублю на 1 п.п. приводит к снижению спроса на заказы в иностранных онлайн-магазинах на 2,4 п.п в следующем месяце (по месячным данным за январь 2018 – сентябрь 2020 гг.). Снижение курса рубля по-разному влияет на розничных и оптовых покупателей (в т.ч. на российские интернет-площадки). При резких колебаниях обменного курса последние часто получают от иностранных производителей так называемые «страновые» скидки и особые ценовые условия, что позволяет им частично компенсировать курсовые разницы. Как показывает анализ, в последние годы происходило снижение размеров эффекта переноса изменений валютного курса на инфляцию в целом. По оценкам ЦБ, полуэластичность инфляции по изменению курса рубля находится в пределах 0,1⁵. В случае трансграничной интернет-торговли происходит полный перенос изменения курса рубля на конечные цены для потребителя, так как доля российских потребителей для крупных интернет-площадок относительно невелика и не влияет на их общие стратегии ценообразования.

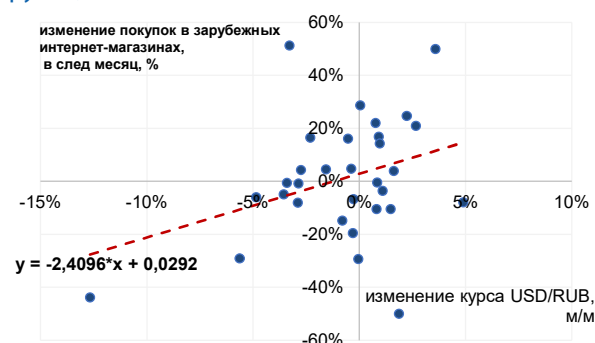
⁵ См. «Основные направления единой государственной денежно-кредитной политики на 2021 год и период 2022 и 2023 годов»

Рисунок 12. Динамика курса долл. США и евро, 2017-20



Источник: Банк России

Рисунок 13. Заказы в зарубежных магазинах и курс рубля, 2019-20



Источник: ФТС, оценки ВШЭ

Таким образом, девальвация курса рубля является «автоматически» увеличивает потребительские цены в трансграничной интернет-торговли и отрицательно сказывается на спросе.

1.4. Подходы к установлению беспошлинного лимита ввоза (DMT)

Важным фактором, влияющим на привлекательность покупок в зарубежных интернет-магазинах, является величина необлагаемого лимита таможенной пошлины для физических лиц (De Minimis Threshold, DMT).

Если лимит установлен на высоком уровне, то это будет означать, что лишь наиболее дорогие посылки будут облагаться таможенной пошлиной. Если на низком уровне – то значительная часть заказов будет подпадать под требование об уплате таможенной пошлины. Кроме того, потребители часто должны оплатить специальные сборы, начисляемые таможенными службами и почтовыми операторами за оформление таких посылок, и понести дополнительные временные затраты на осуществление всех этих операций. Все это обычно резко снижает желание потребителей что-либо покупать в иностранных онлайн-магазинах.

В многих странах мира необлагаемый лимит на зарубежные посылки установлен на сравнительно высоком уровне – €150-200, это соответствует оптимальному уровню определенному ICC в \$200-250.

В мире нет явной тенденции на явное увеличение или снижение нормы, в рамках которой товары могут ввозиться без уплаты таможенных платежей. В некоторых странах в последние годы были приняты решения о существенном снижении такой нормы, что означает относительное ужесточение условий для трансграничной интернет-торговли.

На снижение этой нормы, в частности, пошли следующие страны:

- *Республика Беларусь.* С апреля 2016 г. необлагаемая таможенными пошлинами норма была понижена с €200 до €22 (Указ №40 от 11.02.2016 Президента Республики Беларусь);
- *Турецкая Республика.* С мая 2019 г. эта норма DMT была отменена – все ввозимые товары облагаются таможенными пошлинами. Исключение было сделано лишь для книг и печатной продукции, для которых необлагаемая таможенными пошлинами норма сохранена на уровне €150 (Указ Президента Турецкой Республики №1111 от 15.05.2019).
- *Индонезия.* С декабря 2019 г. необлагаемый лимит пошлины был понижен с \$75 до \$3 за посылку. В результате, произошло увеличение расходов для потребителей на 20-30% по сравнению с принятыми ранее нормами.

В странах еврозоны установлена единая необлагаемая таможенными пошлинами норма в размере €150, для НДС необлагаемый порог составляет €22. Вместе с тем, необходимо отметить, что ряд

стран в последние годы, напротив, шли на существенное увеличение необлагаемой таможенными платежами нормы:

- *Соединенные Штаты Америки.* Необлагаемая таможенными пошлинами норма в марте 2016 г. была повышена с \$200 до \$800 за одно отправление (H.R.644 – Trade Facilitation and Trade Enforcement Act of 2015) ;
- *Филиппины.* Необлагаемая таможенными пошлинами норма в октябре 2016 г. была повышена с PHP10 (€0,2) до PHP10 000 (€196) за одно отправление (Customs Administration Order №02-2014);
- *Канада.* В ноябре 2018 г. Канада в рамках обновленного соглашения о торговле и инвестициях, подписанного США, Канадой и Мексикой (Canada-United States-Mexico Agreement, CUSMA), согласилась повысить необлагаемую таможенными пошлинами норму с C\$20 до C\$150 (для отправок из США и Мексики);
- *Китай* с 01 января 2019 г. повысил необлагаемый лимит с 2 000 юаней (€250) до 5 000 юаней (€620).

Как правило, основные аргументы, связанные со снижением DMT, основаны на аргументах о защите внутреннего рынка от конкуренции с импортом, а также получении дополнительных источников доходов для бюджета.

Среди аргументов в пользу повышения необлагаемой таможенными пошлинами нормы – высокая стоимость администрирования, сравнительно небольшие поступления начисленных таможенных пошлин и широко распространенная практика по занижению стоимости покупаемых товаров (для избегания налогообложения). Как показывает практика разных стран, фактические расходы на администрирование сбора таможенных пошлин могут быть сопоставимы со стоимостью пересылаемых товаров. Также, как показывает зарубежный опыт, снижение величины DMT создает стимулы к занижению таможенной стоимости, что приводит к меньшей величине дополнительных доходов. Занижение стоимости приводит к тому, что таможенным органам необходимо увеличивать нормы проверки и досмотра отправок, что также увеличивает издержки на администрирование.

Таким образом, при анализе целесообразности снижения необлагаемой таможенными платежами нормы необходимо учитывать не только внутриэкономические факторы и цели экономической политики, но и затраты на администрирование и соотношение полученных дополнительных бюджетных доходов и понесенных затрат.

Рисунок 14. Необлагаемый лимит (De minimis threshold, DMT), 2020

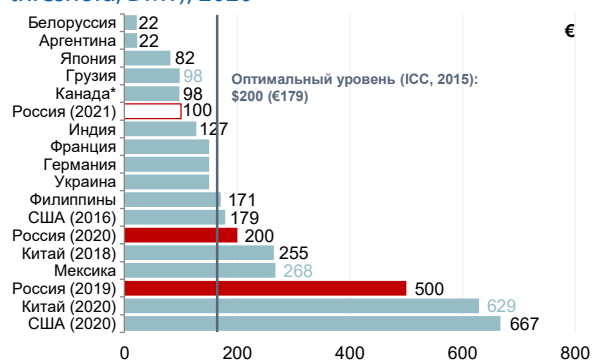
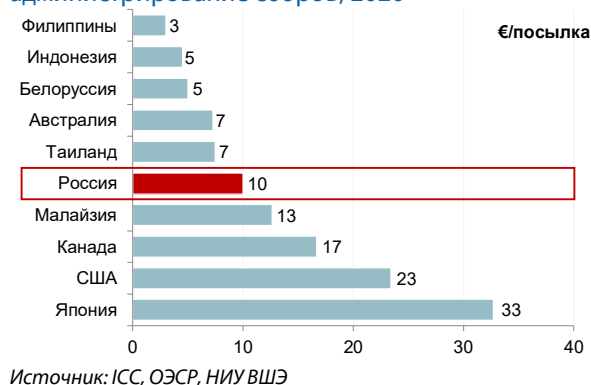


Рисунок 15. Затраты таможенных органов на администрирование сборов, 2020



1.5. Оценка эффектов от снижения лимита беспошлинного ввоза

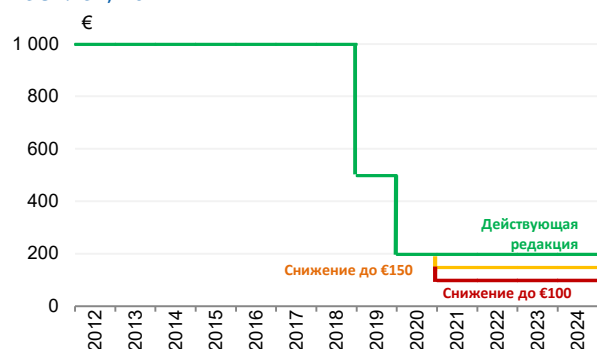
В России до 2018 г. был установлен достаточно высокий по международным меркам уровень DMT (€1000). Но в 2018 г. Правительство приняло решение о поэтапном снижении необлагаемого лимита до €500 в 2019 г. и до €200 в 2020 г. Текущие планы предусматривают дальнейшее снижение величины DMT: с 1 июля 2020 г. планировалось снижение лимита до €100. Но из-за пандемии и сокращения потока посылок эти планы были перенесены на год.

По нашим оценкам, снижение DMT с €200 до €100 принесет нетто-потери для российской экономики в размере 15,4 млрд рублей в 2021 г.

При снижении необлагаемого лимита для импортных посылок с €200 в 2020 г. до €100 в 2021 г., поток посылок и экспресс-отправлений из-за рубежа может сократиться на 0,4 млн штук в год (-0,1%), при этом падение спроса в сегменте «дорогих» заказов будет намного существеннее: поток посылок стоимостью €100-200 упадет на 10,4%, свыше €200 – на 8%.

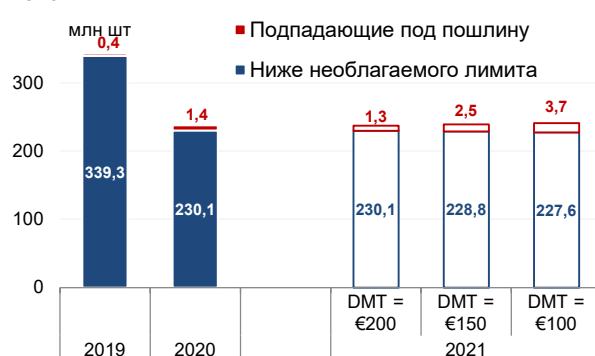
Количество посылок, требующих проведения операций по таможенному оформлению за 2019-21 гг. может возрасти более чем в 10 раз (до 4 млн штук), что потребует расширения складских помещений и кратного увеличения персонала, занятого досмотром и начислением таможенных пошлин на МПО. Для компенсации части расходов ФТС и почтовые операторы могут ввести дополнительные сборы.

Рисунок 16. Необлагаемый лимит для импортных посылок, 2012-21



Источник: ФТС, оценки ВШЭ

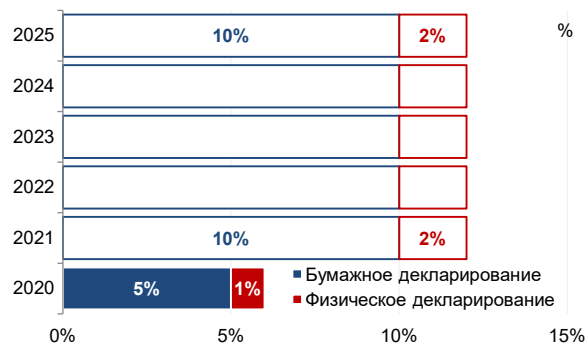
Рисунок 17. Количество МПО и СЕР-отправлений, 2019-21



Источник: ФТС, оценки ВШЭ

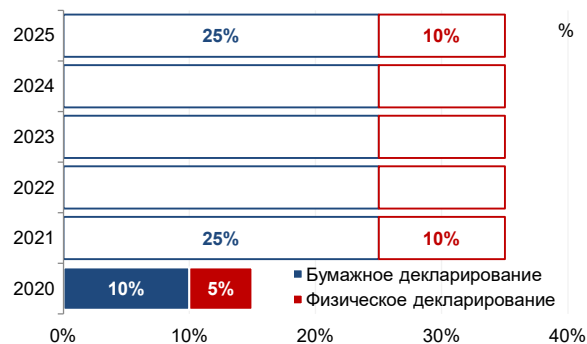
Из-за разного распределения по стоимости посылок, получаемых по почте (МПО) и экспресс-отправлений (СЕР), ожидается разный уровень досмотра МПО и СЕР-отправлений. К 2022 г. доля проверяемых МПО может вырасти до 12%, СЕР-отправлений – до 30-35%. Увеличение уровня досмотра будет связано, прежде всего, с ростом количества посылок, на которые необходимо начислять таможенные пошлины. Досмотр можно условно разделить на «физическое декларирование», включающее, вскрытие посылки, досмотр, сравнение прилагаемой документации, проверку стоимости и т.д. и «бумажное декларирование», проходящее по упрощенной процедуре.

Рисунок 18. Уровень досмотра посылок (МПО)*, 2020-25



Источник: ФТС, оценки ВШЭ

Рисунок 19. Уровень досмотра экспресс-отправлений (СЕР-отправления)*, 2020-25



Источник: ФТС, оценки ВШЭ

Прим.: * - ФТС не раскрывает данные о проценте досмотренных посылок, оценки сформированы исходя из данных европейских операторов. При оценке используются одни и те уровни досмотра и при DMT = €150 и DMT = €200.

Затраты на администрирование («физический» досмотр) 1 посылки для ФТС, по оценкам Минпромторга, составят €10⁶. По нашим оценкам, расходы для «Почты России» – €5, для операторов СЕР-доставки – €15. Затраты на «бумажное декларирование» приняты на уровне 17% от стоимости «физического досмотра».

Таблица 1. Оценка эффекта от снижения лимита беспошлинной торговли в 2021 году

Необлагаемый лимит, €	200	150	100
Количество посылок и экспресс-отправлений (СЕРs), млн штук	231,4	231,3	231,5
Количество посылок, облагаемых пошлинами и СЕРs, млн штук	1,3	2,5	3,8
млрд руб.			
Общий эффект, итого		-11,4	-15,4
Эффект для государства		-2,3	-3,1
Поступление таможенных пошлин		1,7	4,9
Затраты на администрирование сбора таможенных пошлин		-4,0	-8,0
Эффект для почтовых операторов		-3,8	-4,9
Рост затрат на обработку посылок		-3,7	-4,9
Снижение прибыли		-0,0	-0,1
Затраты потребителей		-5,3	-7,3
Уплата таможенной пошлины		-3,7	-4,9
Увеличение затрат времени на оформление		-1,6	-2,4

Источник: оценки НИУ ВШЭ

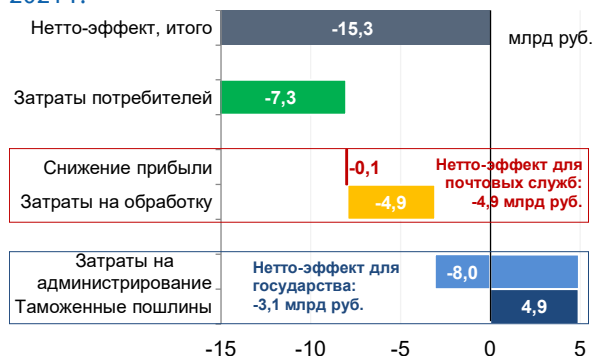
При снижении необлагаемого лимита до €100 нетто-эффект для экономики в целом в 2021 г. составит -15,4 млрд руб., значительные потери понесут почтовые службы (-4,9 млрд руб.) и потребители (-2,4 млрд руб. из-за увеличения временных затрат и -4,9 млрд руб. на оплату таможенных сборов). Дополнительные временные затраты потребителей оцениваются исходя из средней величины заработной платы в России и средних затрат времени на таможенное оформление. По нашим оценкам, эти величины могут составлять значимую величину общего эффекта.

⁶ По оценкам Минпромторга (<https://rg.ru/2018/06/19/v-minpromtorge-nazvali-vvedenie-poshlin-na-vse-internet-pokupki-nevygodnym.html>)

Начисленные таможенные пошлины (4,9 млрд руб.) могут не покрыть даже затраты на администрирование сборов, приведя к появлению выпадающих бюджетных расходов в 3,1 млрд руб.

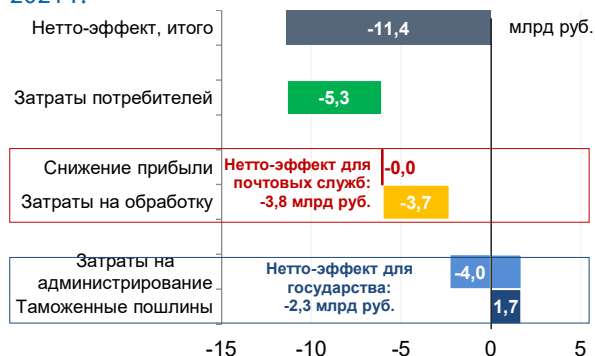
Снижение необлагаемого лимита до €150 позволяет снизить потери потребителей и почтовых операторов (в сравнении со сценарием снижения DMT до €100), но общий нетто-эффект останется отрицательным, составив 11,4 млрд руб. в год. Из-за относительно небольшого увеличения посылок, подпадающих под начисление таможенных сборов, поступления в бюджет вырастут лишь на 1,7 млрд руб., при этом затраты ФТС и почтовых служб на обработку таких посылок могут достигнуть 7,7 млрд руб. в год.

Рисунок 20. Нетто-эффект для экономики в целом при снижении необлагаемого лимита до €100 в 2021 г.



Источник: оценки ВШЭ

Рисунок 21. Нетто-эффект для экономики в целом при снижении необлагаемого лимита до €150 в 2021 г.



Источник: оценки ВШЭ

2. Качество жизни и доступность товаров для конечных потребителей

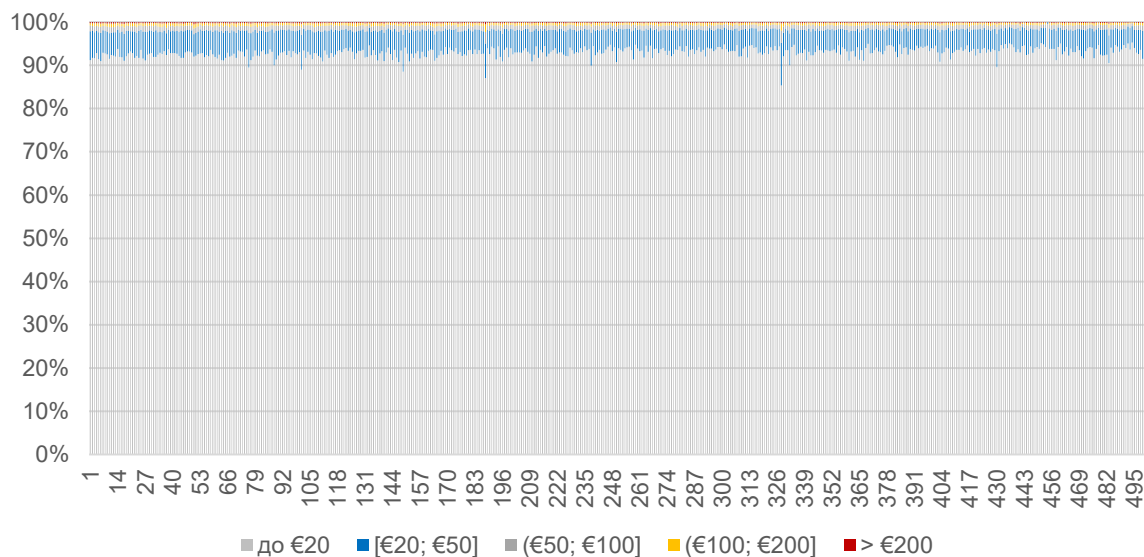
2.1. Оценка региональной структуры рынка трансграничной торговли

Для оценки подробной региональной структуры были использованы данные по количеству, стоимости и стоимостной структуре заказов отдельной широкой выборки российских населенных пунктов (500 городов, на которые приходится на наибольшее число заказов в физическом выражении) за период 2018-2019 годов.

В 2019 году на рассматриваемые 500 городов пришлось 78% от общего количества заказов по РФ. На Москву и Санкт-Петербург пришлось 16% от общего количества заказов и 18% от стоимости заказов.

Около 90-92% заказов приходится на заказы стоимостью меньше €20, что указывает на то, что большая часть российских покупателей в трансграничной торговле ориентирована на покупку относительно недорогих и доступных товаров. Лишь менее 1% заказов приходится на заказы стоимостью больше €100. Стоимостная структура заказов достаточно однородна между разными городами, включая крупнейшие агломерации. Потенциально это может указывать на то, что социально-демографический профиль пользователя трансграничной интернет-торговли довольно устойчив на региональном уровне.

Рисунок 22. Распределение заказов в трансграничной торговле по стоимости заказов (500 крупнейших городов по объему заказов, 2019)



Источник: оценки и расчеты ВШЭ

Рассматриваемые данные позволяют сделать достаточно широкий региональный охват и оценить территориальные паттерны использования потребителями трансграничной интернет-торговли.

Основной целью этого раздела является оценка связи использования/интенсивности трансграничной торговли с социально-экономическими характеристиками отдельных городов.

Для такого анализа данные отдельных субъектов РФ менее репрезентативны, так как могут включать одновременно жителей городской и сельской местности, а также жителей городов с принципиально разной численностью населения и разным уровнем доходов. Мы использовали «Базу данных показателей муниципальных образований» Росстата⁷⁷ для того, чтобы получить официальные социально-экономические индикаторы на муниципальном уровне. База данных БДМО содержит информацию по примерно 7,1 тыс. показателей по 23 тыс. муниципальных образований. Однако фактический охват показателями территорий отличается от показателя к показателю и меняется со временем. Значительную часть показателей составляют демографические индикаторы (структура населения по полу и возрасту). Поэтому фактический охват социально-экономическими показателями на муниципальном уровне достаточно низкий. Российская муниципальная статистика отличается относительно низкой детализацией и плохим качеством многих временных рядов. Кроме того, изменение границ муниципальных образований может приводить к тому, что экономические показатели могут быть не сопоставимы во времени. Эти ограничения осложняют анализ, однако позволяют сделать более на более подробном уровне по сравнению с анализом отдельных субъектов РФ.

В 2019 г. каждый россиянин в среднем сделал 2,4 заказа в зарубежных интернет-магазинах (в 2020 – 1,7).

Однако очевидно, что интенсивность заказов будет довольно отличаться среди разных категорий населения, в том числе с точки зрения города проживания. Анализ данных по отдельным городам подтверждает эту гипотезу.

⁷⁷ <https://rosstat.gov.ru/dbscripts/munst/>

Рисунок 23. Количество заказов в трансграничной интернет-торговле на душу по крупным городам, 2019



Источник: оценки и расчеты ВШЭ
Площадь круга пропорциональна среднему количеству заказов в расчете на одного жителя.

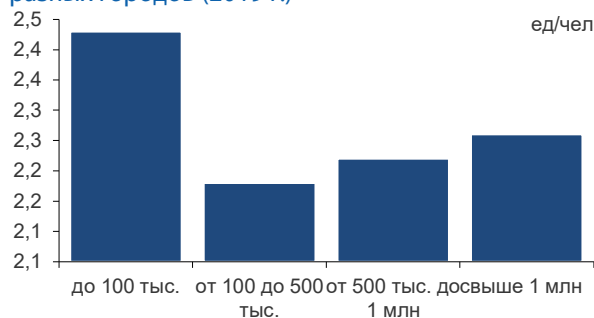
Существует значительная региональная дифференциация использования трансграничной интернет-торговли между жителями крупных и небольших городов. Чем меньше численность населения города, тем более высокая средняя интенсивность использования трансграничной интернет-торговли.

Как показал анализ, существует отрицательная взаимосвязь между численностью населения города и интенсивностью использования интернет-торговли. Жители небольших городов являются наиболее активными пользователями трансграничной интернет-торговли в терминах удельного количества заказов. В особенности, это касается небольших городов с численностью населения меньше 100 тысяч человек. В среднем жители городов с населением до 100 тыс. человек сделали в иностранных онлайн-магазинах 2,4-2,5 заказов в 2019 г. Жители городов-миллионников – лишь 2,2-2,3.

К примеру, если житель Москвы в 2019 г. сделал «в среднем» 2,4 заказа в зарубежной интернет-торговле, то житель Норильска – 4 заказа, а житель города Кировск Мурманской области (население – 26 тыс. человек) – 5,6 заказов. Таким образом, интернет-торговли является важным каналом обеспечения широкого товарного ассортимента для жителей удаленных и небольших регионов.

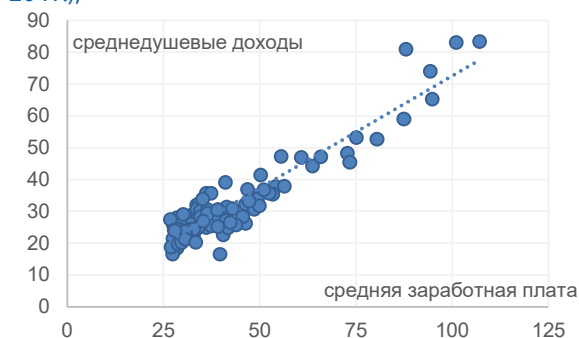
Рассматриваемые в данном разделе города представлены только крупнейшими 500 населенными пунктами. Небольшие населенные пункты, включая сельскую местность, не представлены в выборке. Возможно, в некоторых из них наблюдается еще более высокая интенсивность использования трансграничной интернет-торговли.

Рисунок 24. Интенсивность использования трансграничной интернет-торговли жителями разных городов (2019 г.)



Источник: оценки ВШЭ

Рисунок 25. Связь между заработной платой и среднедушевыми доходами населения (2019-20 гг.)



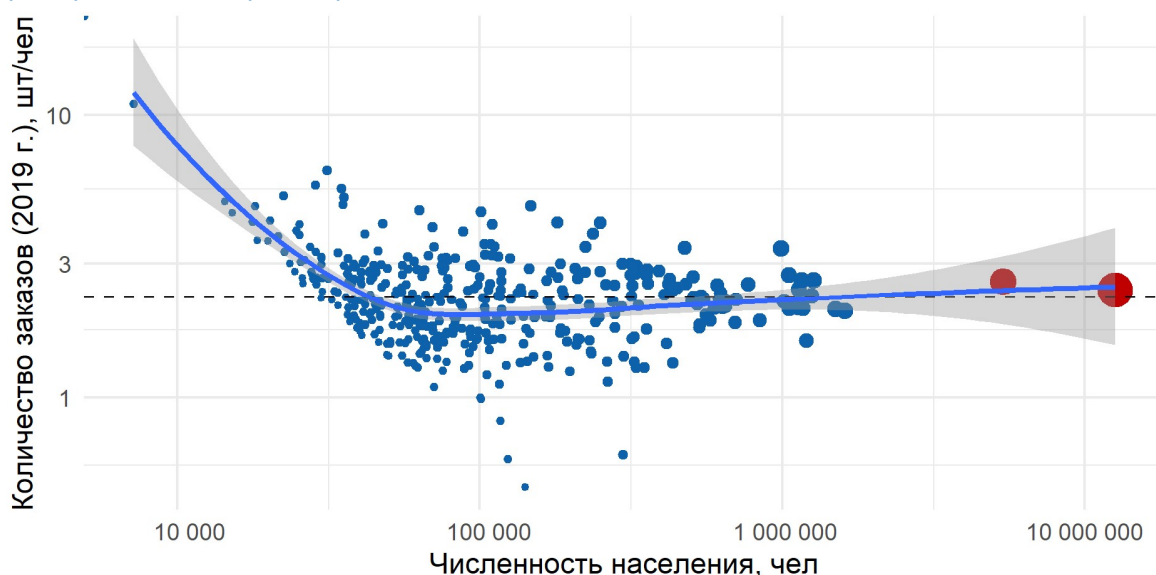
Источник: Росстат, оценки ВШЭ

Жители Москвы и Санкт-Петербурга не так часто обращаются в иностранные интернет-магазины, для них удельное количество заказов находится на среднероссийском уровне. Это может связано с высоким уровнем развития и офлайн, и онлайн-торговли в столицах, а также высоким уровнем конкуренции.

В то же время на иностранных онлайн-площадках достаточно редко покупают товары жители Северного Кавказа. К примеру, крайне редко среди рассматриваемых Топ-500 городов в зарубежных онлайн-магазинах покупали товары жители Хасавюрта, Дербента, Грозного. В среднем на одного жителя приходится лишь 0,5-0,6 заказов – то есть в 4-5 раз меньше среднероссийских показателей. По всей видимости, дополнительные факторы, связанные с социально-культурными и религиозными особенностями потребления также оказывают сильное влияние на региональную структуру интернет-торговли.

Доступность каналов трансграничной интернет-торговли выступает важным каналом регионального выравнивания и расширения потребительского выбора для жителей малых и средних российских городов.

Рисунок 26. Связь между численностью населения по городам и интенсивностью заказов в трансграничной интернет-торговле (2019)



Примечание: красным цветом выделены Москва и Санкт-Петербург. Площадь круга пропорциональна общему количеству заказов. Пунктирная линия – средний уровень интенсивности по рассматриваемым городам. Оси X и Y – логарифмические. Источник: оценки и расчеты ВШЭ

В России также сохраняется достаточно большой разрыв по уровню доходов между разными регионами и типами населенных пунктов. Поэтому важнейшим драйвером потребительских

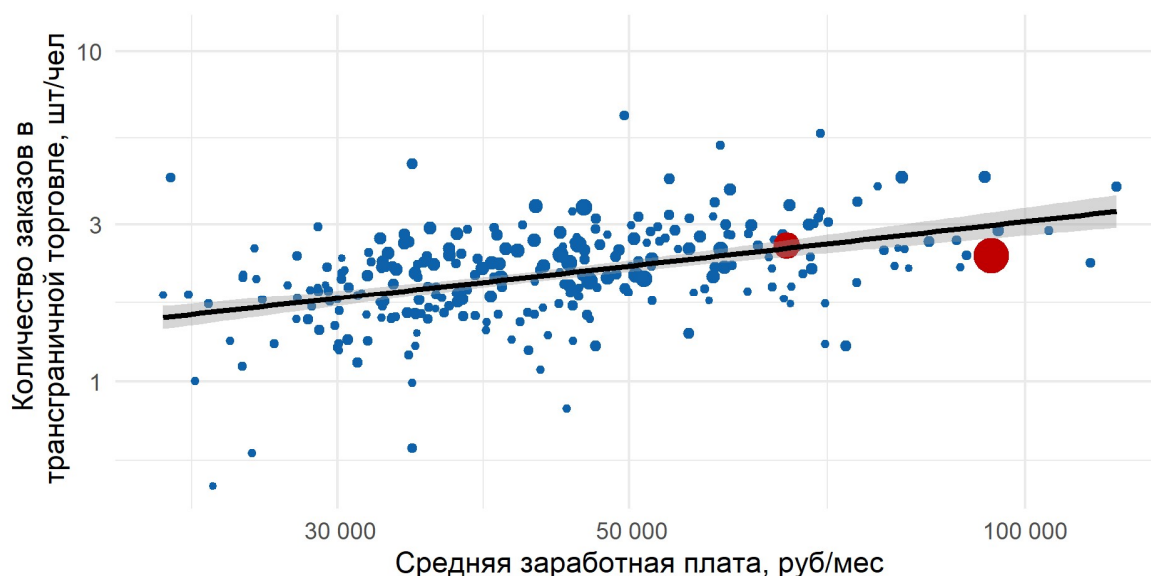
расходов является и уровень доходов. В качестве первого приближения о доходах были использованы данные о среднемесячной начисленной заработной плате работников организаций. В среднем для России в 2019 г. начисленная заработная плата была на 35% больше среднедушевого дохода.

Как показывает график ниже, действительно существует выраженная связь между средним уровнем заработной платы и удельным количеством заказов. В среднем эластичность спроса на заказы в трансграничной торговле по заработной плате составляет 0,44. То есть при повышении средней заработной платы в городе на 1 п.п. можно рассчитывать на прирост спроса на 0,44 п.п.

Москва отличается низким уровнем спроса относительно среднего уровня заработной платы в городе. По всей видимости, это связано с высоким уровнем развития и насыщения традиционным ритейлом, а также конкуренцией среди игроков внутренней торговли на московском рынке.

Высоким уровнем заказов (относительно размера заработной платы) отличаются жители Донецка (Ростовская область), Железнодорожска (Красноярский край) и Заречного (Свердловская область). Для них интенсивность спроса на 50-60% выше по сравнению с предсказанными значениями.

Рисунок 27. Связь между средней заработной платой по городам и интенсивностью заказов в трансграничной интернет-торговле (2019-20 г.)



Примечание: красным цветом выделены Москва и Санкт-Петербург. Площадь круга пропорциональна общему количеству заказов. Черная линия – линейная регрессия между двумя показателями. Оси X и Y – логарифмические.

Источник: оценки и расчеты ВШЭ, Росстат

В то же время официальная заработная плата отражает спрос со стороны лишь определенной части населения, трудоустроенной официально. Однако в 2019 году к ним относилось 43,8 млн человек (около 53% трудоспособного населения). Значительная часть россиян трудоустроена неофициально, еще 36 млн человек получают пенсии. Это в значительной степени может повлиять на потребительские паттерны, в том числе и с точки зрения использования интернет-торговли. Как показывает график ниже, существует довольно существенная отрицательная взаимосвязь между среднедушевым уровнем доходов населения на уровне отдельных городов и долей расходов на трансграничную торговлю.

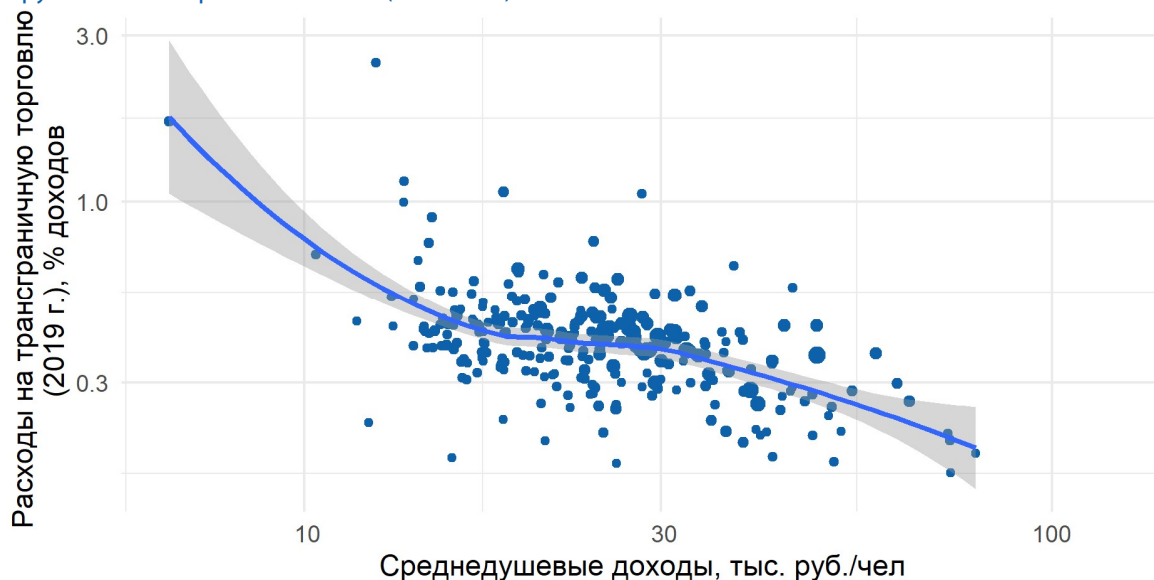
Иными словами, в среднем, чем ниже доходы, тем больше граждане тратят на покупки в зарубежных интернет-магазинах.

Это является свидетельством того, что канал трансграничной Интернет-торговли гораздо более интенсивно используется менее состоятельными слоями населения, с относительно небольшими

доходами и высокой эластичностью спроса по цене. Увеличение расходов, связанных с необходимостью оплаты таможенной пошлины и других обязательных платежей, может непропорционально сильно отразиться именно на этих категориях.

По нашим оценкам, в среднем снижение душевого дохода на 1% приводит к увеличению доли расходов на трансграничную интернет-торговлю на 0,22 процентных пункта.

Рисунок 28. Связь между среднедушевыми доходами населения и долей расходов на покупки зарубежных интернет-магазинах (2019-20 г.)



Примечание: Площадь круга пропорциональна общему количеству заказов. Черная линия – линейная регрессия между двумя показателями. Оси X и Y – логарифмические.

Источник: расчеты ВШЭ

Фактор разницы доходов также оказывает влияние на спрос на относительно дорогие товары. Доля подобных заказов довольно невелика и не превышает в среднем 1% от их общего количества. В то же время жители более крупных городов в среднем чаще заказывают такие товары, чем жители небольших городов. По всей видимости, в данном случае фактор разницы в уровне доходов оказывается более значимым по сравнению с фактором доступности выбора.

Рисунок 29. Связь между численностью населения и долей заказов свыше €100 (2019-20 гг.)



Примечание: красным цветом выделены Москва и Санкт-Петербург. Площадь круга пропорциональна общему количеству заказов.

Источник: расчеты ВШЭ

Средняя стоимость заказа довольно устойчива для рассматриваемых городов и находится в пределах \$9-10 за заказ.

В среднем существует некоторая положительная связь между численностью населения города и средней стоимостью заказов. То есть жители крупных городов заказывают более дорогие товары. Однако эта разница относительно небольшая относительно разницы в средних доходах.

Рисунок 30. Связь между численностью населения и средней стоимостью заказа в трансграничной онлайн-торговле, 2019



Примечание: красным цветом выделены Москва и Санкт-Петербург. Площадь круга пропорциональна общему количеству заказов.

Источник: расчеты ВШЭ

2.2. Доступность выбора в трансграничной интернет-торговле

Низкие цены являются одной из главных для покупателей причин выбора в пользу зарубежных онлайн-магазинах.

В России в 2019 г. об этом заявили 66% граждан, совершивших хотя бы одну покупку в иностранных онлайн-магазинах, в Белоруссии, где средние зарплаты в существенно ниже, – более 80%.

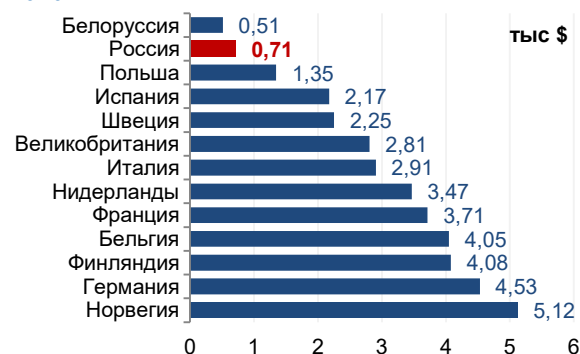
Такая ситуация наблюдается не только в России и в Белоруссии, но и в странах с высоким уровнем доходов – важность низких цен отмечают 65% норвежцев и более 60% голландцев, совершивших в 2019 г. хотя бы одну покупку в иностранных онлайн-магазинах.

Рисунок 31. Важность низких цен в зарубежных онлайн-магазинах, % пользователей, 2020



Источник: Data Insight, Postnord, национальные статистические комитеты

Рисунок 32. Средняя зарплата по странам, 2020



Источник: национальные статистические комитеты

Больше четверти россиян при покупке товаров в зарубежных онлайн-магазинах выбирают продукты, не продающиеся в России, или брендовые товары, не продающиеся в России, таким образом, трансграничная торговля увеличивает потенциальный выбор для потребителей, не создавая напрямую конкуренцию отечественным производителям и российским онлайн-магазинам.

Рисунок 33. Доля выбравших зарубежные онлайн-магазины из-за отсутствия аналогичных товаров в отечественном ритейле, 2020*



Источник: Data Insight, Postnord, национальные статистические комитеты

Рисунок 34. Доля выбравших зарубежные онлайн-магазины из-за «конкретных брендов», 2020*



Источник: Data Insight, Postnord, национальные статистические комитеты

* – данные по России и Белоруссии приведены по состоянию на 2019 год. По странам ЕС – по состоянию на 2020 год.

Больше четверти россиян при покупке товаров в зарубежных онлайн-магазинах выбирают продукты, не продающиеся в России, или брендовые товары, не продающиеся в России, таким образом, трансграничная торговля увеличивает потенциальный выбор для потребителей, не создавая напрямую конкуренцию отечественным производителям и российским онлайн-магазинам.

2.3. Затраты на логистику

Ассортимент крупных российских интернет-магазинов (как, впрочем, и большинства магазинов традиционных форматов, занимающихся продажей непродовольственных товаров) состоит в основном из импортных товаров, которые российские потребители могут напрямую купить на иностранных онлайн-площадках. При этом (добросовестные) российские онлайн-магазины при ввозе таких товаров в Россию платят таможенные пошлины и НДС, тогда как все частные покупатели, приобретающие товары в зарубежных онлайн-магазинах не платят НДС, а при стоимости заказа до €200 – освобождаются от уплаты таможенной пошлины. Формально это создает неравные условия для работы российских и зарубежных онлайн-площадок и ведет к потенциальному снижению таможенных (и налоговых) поступлений. Однако, де-факто ситуация оказывается сложнее, прежде всего, из-за разной стоимости логистики для товаров, купленных российскими ритейлерами у оптовых поставщиков и частным российским покупателем – в иностранном интернет-магазине.

При покупке товара в зарубежном онлайн-магазине затраты на логистику (плата почтовому оператору) могут превышать стоимость транспортировки при оптовом (организованном) импорте в 4-10 раз (и больше).

При этом значительную часть платы получают российские почтовые операторы, крупнейший из которых – «Почта России» – является государственной компанией. Эти платежи позволяют почтовым компаниям поддерживать операционную деятельность отделений, находящихся в удаленных районах, создавать рабочие места и платить налоги в российский бюджет. Поэтому сравнение цен на товары в российских и зарубежных онлайн-магазинах надо проводить в рамках сравнимого базиса (например, как стоимость для конечного потребителя с учетом доставки «до дома») и с учетом эффектов, которые оказывает онлайн-торговля на смежные отрасли.

Китай является крупнейшим экспортером потребительских товаров в России (69% всех мобильных телефонов, 52% всей обуви, более 40% всей одежды), а китайские онлайн-магазины – занимают лидирующие позиции в трансграничной онлайн-торговле. Поэтому в рамках дальнейшего анализа предполагается, что и продаваемые в российских онлайн-магазинах, и покупаемые российскими

потребителями на зарубежных онлайн-площадках товары произведены в Китае. Стоимость товара для конечного покупателя в российском онлайн-магазине в таком случае складывается из:

- *стоимости товара на заводе в Китае;*
- *стоимости логистики* (затрат на доставку в Россию) при организованном импорте (с последующей реализацией через интернет-магазин) в предположении, что:
 - товары закупаются в Китае и транспортируются в Россию по маршруту Гуанчжоу-Ворсино (Москва) по железной дороге. Для транспортировки используются стандартные 40-футовые контейнеры. В стоимость логистики помимо тарифа на перевозку включаются расходы на таможенное декларирование и оформление документов, охрана и агентский сбор, а также оплата вывоза растаможенного контейнера из Ворсино до г. Москвы. При расчете используются стандартные тарифы «РЖД Логистика»;
- *таможенной пошлины*, определяемой в соответствии с единым таможенным тарифом ЕАЭС;
- *НДС*, ставка которого определяется в соответствии с Налоговым кодексом Российской Федерации;
- *маржинальности продаж* для российского онлайн-магазина, оцениваемой исходя из средней торговой наценки по виду деятельности 47.91.2 «Торговля розничная, осуществляемая непосредственно при помощи информационно-коммуникационной сети Интернет»;
- *стоимости доставки по России*, принятой на уровне 250 руб. для недорогих товаров⁸ (стоимостью до 2 тыс. руб.);

Аналогично, стоимость товара для конечного покупателя в иностранном интернет-магазине будет состоять из:

- *стоимости товара в китайском онлайн-магазине;*
- *стоимости логистики:* почтовый тариф на пересылку товаров в Россию, определяемый на основе стандартных тарифов почтовых операторов;

Как показывает сравнение для разных товаров стоимость при покупке в российском и зарубежном онлайн-магазинах может заметно отличаться. Тем не менее, в большинстве случаев основной вклад

⁸ <https://www.topdelivery.ru/blog/stoimost-dostavki/>

в формирование высоких цен в российском интернет-магазине вносит наценка магазина, а не уплаченные российскими компаниями таможенные сборы.

Таблица 1. Сравнение стоимости товаров, купленных в российских и зарубежных интернет-магазинах, руб., 2021

	Кроссовки Xiaomi		Мужская футболка		Смартфон Xiaomi POCO M3 4/64GB	
	Покупка в России	Покупка в Китае	Покупка в России	Покупка в Китае	Покупка в России	Покупка в Китае
Стоимость в Китае	1 434	1 562	814	600	3 805	9 485
Затраты на логистику	\$2	404	\$0,5	420	225	420
Таможенная пошлина	€1,5/пара		€1,75/кг		5%	
Наценка российского интернет-магазина	772		411		3 457	
НДС (20%)	498		265		2 230	
Цена в российском интернет-магазине	2 990		1 590		13 380	
Доставка по России	250		250		250	
Конечная цена	3 240	1 966	1 840	1 020	13 630	9 905
<i>Справочно:</i>						
Средняя торговая наценка в российских интернет-магазинах:					31,1%	
Средний курс доллара:					75	

Источник: открытые данные Яндекс.Маркета, Али Экспресс, «Почта России», оценки НИУ ВШЭ

3. Подходы к оценке социально-экономического эффекта от развития трансграничной торговли

Инвестиции и международная торговля являются одними из основных факторов экономического роста. Привлекая инвестиции, компания, отрасль или экономика в целом могут повысить эффективность имеющихся мощностей или создать новые, обеспечив рост производительности труда и увеличение прибыли и налоговой базы. Международная торговля позволяет получить доступ к лучшим технологиям, более качественным товарам, создавая условия для эффективной международной специализации (разделения труда).

Компании, работающие на мировом рынке, предъявляют спрос на товары и услуги отечественных производителей, способствуя увеличению выпуска внутри страны, в том числе при обслуживании импортных потоков. Так, например, зарубежные интернет-магазины создают спрос на услуги российских почтовых служб и операторов экспресс-доставки, услуги СМИ и рекламных агентств, различные коммерческие и профессиональные услуги. Дополнительный спрос на услуги этих компаний ведет к увеличению совокупного выпуска и валовой добавленной стоимости, созданию новых рабочих мест, что, в свою очередь, создает новый дополнительный спрос за счет действия экономического мультипликатора.

Оценка общего социально-экономического эффекта, таким образом, должна давать ответ на вопрос, как одна отрасль экономики (например, трансграничная интернет-торговля) влияет на другие отрасли экономики.

Для построения оценок того, как одна отрасль влияет на ситуацию в другой, как реализация крупного инвестиционного проекта отражается на экономике в целом можно использовать разные подходы. Среди таких подходов – построение эконометрических моделей, модели межотраслевого баланса и другие подходы.

Модели межотраслевого баланса (МОБ), основанные на таблицах «Затраты-выпуск», позволяют наиболее полно оценить социально-экономический эффект от работы отдельных отраслей или реализации крупных проектов.

Впервые построение баланса национальной экономики на основе такого подхода было осуществлено в СССР (Баланс народного хозяйства за 1923/24 г., ЦСУ СССР). В 1930-х гг. американский экономист русского происхождения Василий Леонтьев, основываясь в том числе на работах советских экономистов, создал метод «Затраты-выпуск». В 1973 году В. Леонтьев получил Нобелевскую премию по экономике за разработку метода «затраты – выпуск».

В настоящее время МОБ часто используются в США, странах ЕС и в Китае при оценке экономических эффектов для смежных отраслей. В США для этих целей созданы основанные на таблицах «Затраты-Выпуск» модели RIMS II (поддерживается американским государственным Бюро экономического анализа) и IMPLAN (создана в Университете Миннесоты). В Европейском Союзе при поддержке Еврокомиссии с использованием таблиц «Затраты-Выпуск» была создана модель FIDELIO ((Fully Interregional Dynamic Econometric Long-term Input-Output), широко используемая для оценки эффективности экономической политики. В Китае модели на основе таблиц «Затраты-Выпуск» используются для анализа эффективности промышленной и сельскохозяйственной политики, распределения ресурсов и решения прочих экономических задач.

В СССР и России модели МОБ широко применялись в экономическом планировании и прогнозировании в 1970-х и 1980-х гг., при оценке экономической эффективности крупных промышленных проектов, параметров работы территориально-производственных комплексов и т.д. В 1970-80-х гг. в ГВЦ Госплана был создан так называемый центральный комплекс расчетов (18-секторальная динамическая межотраслевая модель), используемый для расчетов 5-летних планов развития народного хозяйства.



Приостановка разработки таблиц «Затраты-Выпуск» Росстатом в 2000-х гг. (из-за перехода от ОКОНХ к ОКВЭД и ряда организационных трудностей) заметно осложнила построение моделей «Затраты-Выпуск» для российской экономики и проведение исследований в этом направлении;

Однако после возобновления Росстатом разработки и публикации таблиц «Затраты-выпуск» (в 2018 г. были опубликованы данные за 2011-15 гг.) построение таких моделей вновь стало возможным.

Модель межотраслевого баланса (МОБ) на основе таблиц «Затраты-выпуск» используется в дальнейшем при оценке экономических эффектов от трансграничной интернет-торговли (увеличение валовой добавленной стоимости, налоговых поступлений, рост занятости).

3.1. Таблицы «Затраты-Выпуск»

Модель «Затраты-выпуск» представляет собой систему уравнений, каждое из которых выражает требование баланса между произведенным отдельными экономическими агентами количеством продукции и совокупной потребностью в этой продукции. Модель «Затраты-выпуск» охватывает не только производство, но и распределение продукции, таким образом, показывая общую картину всего процесса воспроизводства в экономике.

Среди особенностей классической модели «Затраты-выпуск» можно отметить следующие:

- Однородность рассматриваемых отраслей⁹;
- Взаимосвязь между выпуском и затратами описывается линейными уравнениями (линейная и постоянная технология);
- Равновесие понимается как строгое равенство спроса и предложения;
- В модели отсутствуют как таковые оптимизационные задачи фирм (вектор выпуска считается заданным) и потребителей (вектор спроса также считается заданным).

Предположим, что экономика состоит из n отраслей. Часть из производимой i -й отраслью продукции (x_i) направляется на внутрипроизводственное потребление данной отраслью и другими отраслями, часть направляется на конечное потребление:

$$x_i = z_{i1} + z_{i2} + \dots + z_{in} + y_i = Z_i + y_i$$

где $Z_i = z_{i1} + z_{i2} + \dots + z_{in}$ – затраты i -й отрасли на продукцию. Если ввести коэффициенты $a_{ij} = z_{ij}/x_j$, то выпуск i -й отрасли можно определить как:

$$x_i = a_{i1} * x_1 + a_{i2} * x_2 + \dots + a_{in} * x_n + y_i$$

или в матричном виде как:

$$X = A * X + Y,$$

где $X = (x_i)$ – вектор выпуска размерности n , $Y = (y_i)$ – вектор конечного спроса размерности n , $A = (a_{ij})$ – $n \times n$ матрица коэффициентов прямых затрат, I – единичная матрица размера $n \times n$.

В случае если $I - A \neq 0$ (что соответствует вырожденной системе, когда каждая отрасль потребляет для производства только собственную продукцию и никак не зависит от других отраслей):

⁹ В модели МОБ рассматриваются т.н. «чистые» отрасли, которые представляют собой совокупность однородных продуктов и услуг, в отличие от «хозяйственных» отраслей, понимаемых как совокупность предприятий, сгруппированных по признаку отраслевой принадлежности продукции, преобладающей в производстве

$$X = (I - A)^{-1} * Y = L * Y,$$

$L = (I - A)^{-1}$ – матрица Леонтьева.

Рисунок 35. Структура таблиц «Затраты-выпуск»

		ПРОМЕЖУТОЧНЫЙ СПРОС			КОНЕЧНЫЙ СПРОС				ВАЛОВЫЙ ВЫПУСК (X)	
		1	...	N	Потребление населения	Госрасходы	Валовое накопление	Экспорт		
ПРОМЕЖУТОЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ	1	Z ₁₁	...	Z _{1N}	C ₁	G ₁	I ₁	E ₁	X ₁	
	
	N	Z _{1N}	...	Z _{NN}	C _N	G _N	I _N	E _N	X _N	
КОНЕЧНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ	ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ	Оплата труда	L ₁	...	L _N	L _C	L _G	L _I	L _E	L
		Прочие ВДС	V ₁	...	V _N	V _C	V _G	V _I	V _E	N
	ИМПОРТ	M ₁	...	M _N	M _C	M _G	M _I	M _E	M	
ВАЛОВОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ (X ^T)		X ₁	...	X _N	C	G	I	E		

Источник: НИУ ВШЭ на основе методологии БЭА

Для оценки эффекта роста отечественного производства X_d , базовое уравнение МОБ ($X=AX+Y$) может быть модифицировано и представлено в виде:

$$X_d = (I - M) * A * X_d + (I - M) * Y_d + E,$$

где M – вектор, определяющий долю импорта в конечном спросе, E – вектор экспорта, Y_d – вектор конечного внутреннего спроса, или же:

$$X_d = (I - (I - M) * A)^{-1} * ((I - M) * Y_d + E) = L^1 * ((I - M) * Y_d + E),$$

где $L^1 = (I - (I - M) * A)^{-1}$ – модифицированная матрица Леонтьева.

Такое уравнение используется нами для оценки социально-экономического эффекта от трансграничной интернет-торговли.

3.2. Оценка социально-экономических эффектов на основе равновесной модели МОБ

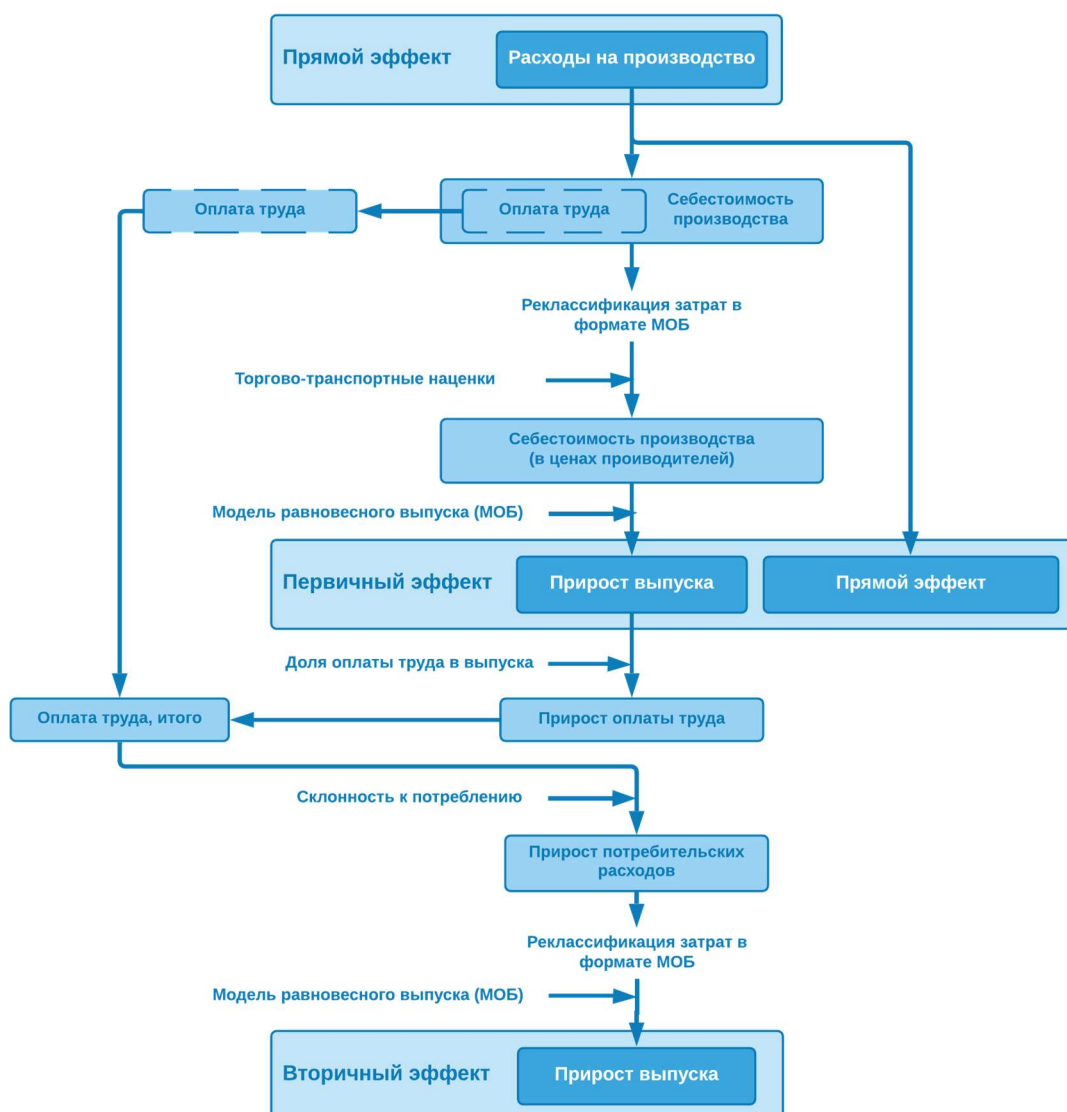
В общем случае оценку экономического эффекта для смежных секторов экономики можно разделить на две части:

- Увеличение закупки товаров и услуг;
- Увеличение потребительских расходов;

Увеличение закупок товаров и услуг происходит за счет роста спроса на товары и услуги компаниями, обслуживающими трансграничную онлайн-торговлю

(почтовых операторов, транспортно-логистических компаний и т.д.). Этот рост, в свою очередь, создает новый спрос в смежных отраслях (первичный эффект, или indirect effect), для оценки его величины используется модель равновесного выпуска на основе межотраслевого баланса (МОБ).

Рисунок 36. Оценка первичного и вторичного эффекта для смежных отраслей



Источник: НИУ ВШЭ на основе методологии БЭА

Изменение (рост) фонда оплаты труда (из-за наличия трансграничной онлайн-торговли) как непосредственно в компаниях, обслуживающих потоки трансграничной онлайн-торговли, так и в смежных отраслях (благодаря увеличению выпуска и, как следствие, росту занятости) приводит к изменению (росту) потребительских расходов. Рост потребительских расходов трансформируется в увеличение спроса на товары и услуги (вторичный эффект, или induced effect), для оценки величины этого увеличения также используется модель равновесного выпуска.

Для оценки увеличения внутреннего спроса, связанной с работой компаний, занимающихся трансграничной онлайн-торговлей, используется модель равновесного выпуска на основе межотраслевого баланса:

$$X=(I-(I-M)*A)^{-1}*(I-M)*Y,$$

где M – вектор затрат на покупку импортных товаров и услуг, I – единичная матрица, Y – вектор конечного спроса на продукцию отечественного производства. Матрица A – матрица прямых материальных затрат.

В рамках трансграничной интернет-торговли потребители, в основном, получают товары из-за рубежа, прямой эффект от работы сектора будет равен «0» так как создание добавленной стоимости происходит за рубежом. При этом первичный и вторичный эффекты будут положительны.

Для оценки параметров A , M , E , а также величины торгово-транспортных наценок используются рассчитанные и опубликованные Федеральной службой государственной статистики (Росстатом) таблицы «Затраты-выпуск». В качестве базы для расчетов выбраны таблицы за 2016 г как наиболее поздние и подробные из опубликованных данных.

Использование данных за 2016 г. означает достаточно сильное допущение о том, что структура затрат (в отраслевом разрезе) останется неизменной в сравнении с текущим уровнем (2020 г.). Построение альтернативных оценок (в текущей структуре затрат) потребовало бы фактической реконструкции таблиц «Затраты-выпуск» и введения большого количества дополнительных допущений для проведения перерасчетов ввиду отсутствия всех данных, необходимых для построения МОБ. Именно поэтому был выбран указанный выше подход.

3.3. Используемые в расчетах данные

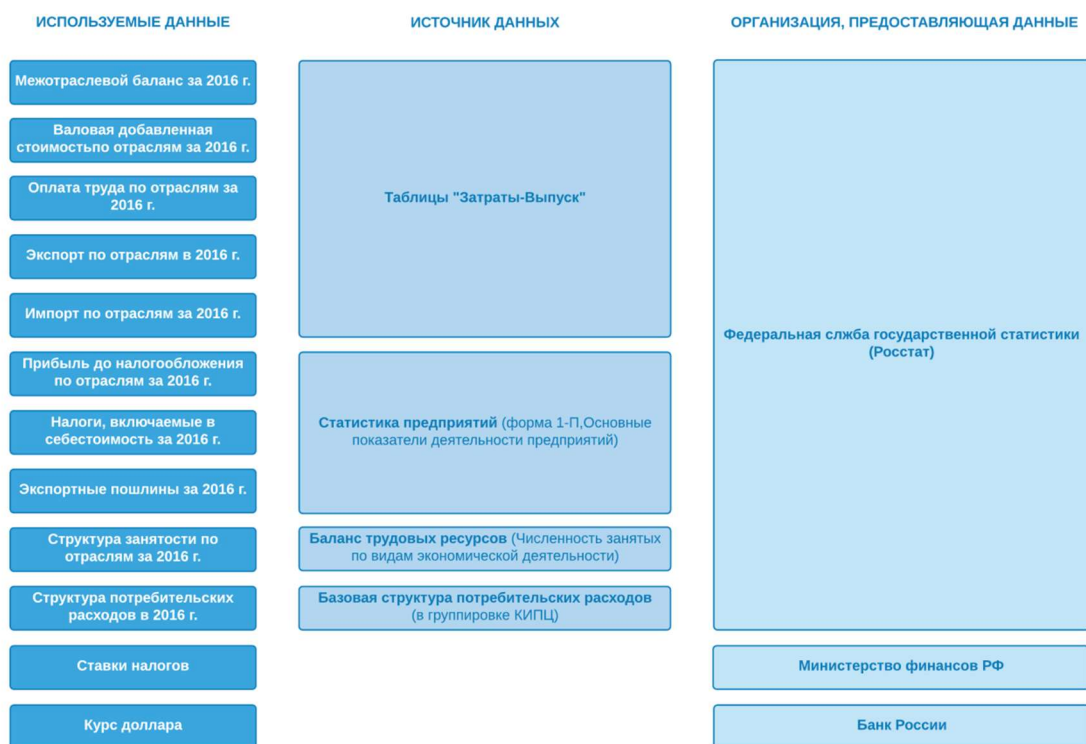
При построении оценок социально-экономического эффекта были использованы данные «Почты России», официальные данные Федеральной службы государственной статистики РФ (ФСГС, Росстат), а также Министерства экономического развития РФ (МЭР) и Банка России.

Оценка социально-экономического эффекта от работы компаний, занимающихся трансграничной онлайн-торговлей, производится для 2020 года (при наличии доступных данных или оценок, в противном случае использовались данные 2019 года).

Как указано выше, оценка прямого эффекта принимается равной «0» (добавленная стоимость создается за пределами Российской Федерации), для получения этого результата не привлекаются какие-либо дополнительные данные.

Для оценки социально-экономического эффекта используются таблицы «Затраты-выпуск», разработанные Росстатом. В качестве базового года выбран 2016 год как последний доступный год, для которого разработаны таблицы «Затраты-выпуск». При этом используются налоговые ставки; соотношения макроэкономических параметров, сложившихся в этот год (2016 г.), рассматриваемый в дальнейшем в качестве базового. Реклассификация расходов производится с использованием данных Росстата по структуре затрат на производство и реализацию продукции в отраслевом разрезе, а также данных «Почты России» (крупнейшего почтового оператора страны) по структуре себестоимости.

Рисунок 37. Основные данные, используемые при проведении расчетов



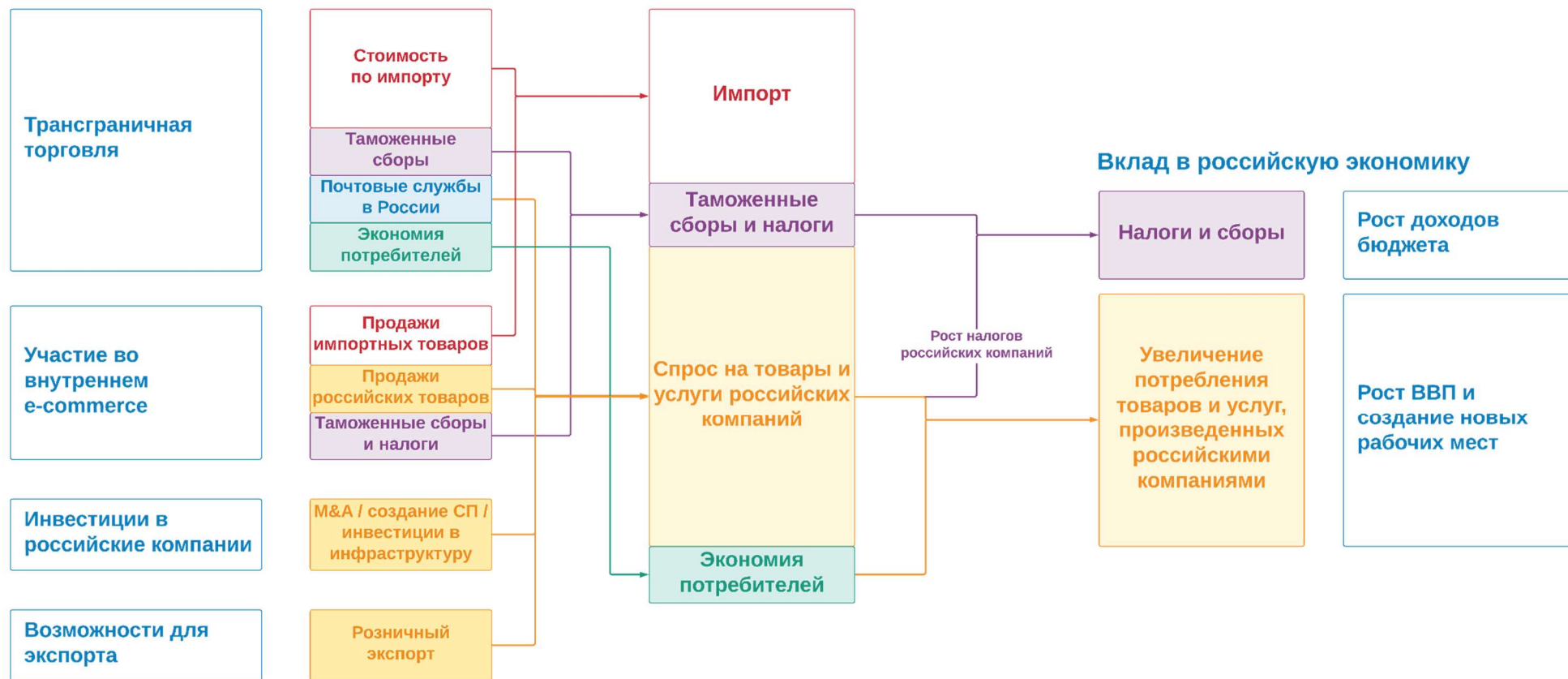
Источник: НИУ ВШЭ

3.4. Оценка социально-экономического эффекта, возникающего от развития трансграничной торговли

Развитие трансграничной онлайн-торговли приводит к увеличению спроса на услуги почтовых операторов, компаний, предоставляющих коммерческие услуги, и др. предприятий как в стране нахождения онлайн-площадки, так и в государствах, жители которых покупают такие товары. Однако возникающие в результате развития трансграничной онлайн-торговли эффекты обычно гораздо шире. В целом, социально-экономический эффект от развития трансграничной торговли для России можно рассматривать как сумму следующих составляющих:

- *Развитие трансграничной торговли.* Увеличение заказов приводит к росту таможенных платежей (для посылок стоимостью свыше €200) и создает дополнительный спрос на услуги почтовых служб, рекламных агентств и др. Важный вклад в общий эффект вносит рост благосостояния потребителей: увеличение трансграничной торговли позволяет поддерживать широкий товарный ассортимент и высокую конкуренцию на рынке, создавая для потребителей возможности для экономии – не за счет «низких» цен в зарубежных онлайн-магазинах, а за счет конкурентного давления и готовность всех участников рынка предлагать товары по более низким ценам;
- *Участие в развитии внутренней онлайн-торговли.* При переходе рынка трансграничной торговли к зрелой стадии развития, крупные международные игроки начинают создавать альянсы с локальными участниками рынка, инвестировать в развитие инфраструктуры и т.д., покупать локальные товары. К примеру, в 2018 г. AliExpress, РФПИ, «Мегафон» и MailRu Group договорились о создании совместного предприятия для развития онлайн-торговли в России.

Рисунок 38. Основные экономические эффекты, возникающие при развитии трансграничной онлайн-торговли



Источник: НИУ ВШЭ

- *Развитие розничного экспорта.* Небольшим производителям часто сложно выйти на внешние рынки, а российские онлайн-площадки, ориентированные на работу с отечественными покупателями, имеют небольшую зарубежную аудиторию, поэтому приход крупных международных игроков создает условия не только для роста розничного импорта, но и экспорта.

Таким образом, социально-экономический эффект на начальном этапе развития трансграничной торговли в основном состоит из роста таможенных сборов и увеличения спроса на транспортно-логистические услуги. В дальнейшем существенный вклад в общий эффект начинают вносить инвестиции в коммерческую и складскую инфраструктуру (в т.ч. сделки по слияниям и поглощениям), а также развитие розничного экспорта.

3.5. Оценка отраслевого спроса на продукцию российских предприятий

При оценке социально-экономического эффекта от развития трансграничной онлайн-торговли на национальном уровне используется равновесная модель межотраслевого баланса, построенная на основе таблиц «Затраты-выпуск», ежегодно разрабатываемых Федеральной службой государственной статистики (Росстатом). В качестве базового года был выбран 2016 г., как последний год, для которого доступны данные таблиц «Затраты-выпуск». При дальнейших оценках предполагается, что основные макроэкономические параметры, рассчитываемые в рамках таблиц «Затраты-выпуск», не изменяются (в сравнении с 2016 г.) в течение прогнозного периода. Такие предпосылки используются, в частности, в отношении коэффициентов прямых затрат, среднеотраслевых налоговых ставок, норм рентабельности и т.д.

При этом

данные по затратам корректируются на долю импорта, что позволяет в дальнейшем не учитывать в расчетах импортные закупки товаров и услуг, которые не приводят к росту отечественного производства.

Полученный вектор затрат (в отдельности для каждого из прогнозных лет) далее используется в равновесной модели межотраслевого баланса для оценки мультипликативного эффекта. В результате получается оценка общего увеличения выпуска в отраслевом разрезе (с учетом мультипликативного эффекта), вызванная увеличением затрат от реализации проекта.

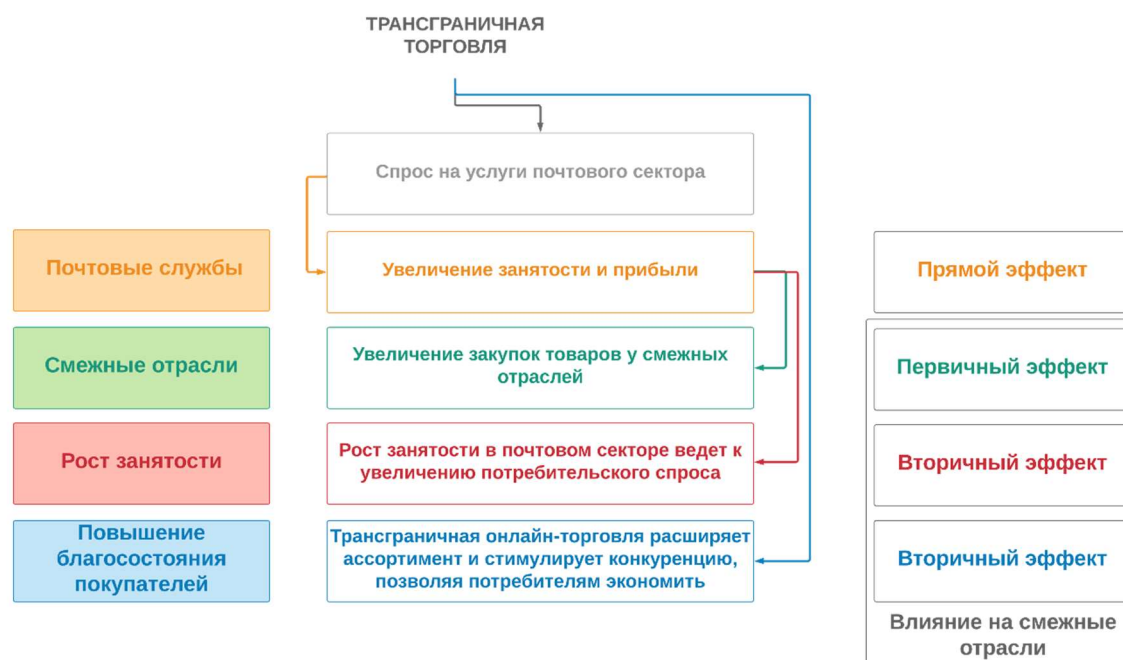
Оценка валовой добавленной стоимости (ВДС) и поступлений налогов основывается на предположении о сохранении основных структурных соотношений в экономике, характерных для базового года (2016 г.), и в оцениваемом периоде (2019 г.). Полученный вектор валового выпуска (в отраслевом разрезе) умножается на вектор доли ВДС в выпуске для базового года, и, таким образом, получается оценка ВДС для 2019 г. Аналогичным образом получают оценки будущей занятости и налоговых поступлений. Оценка будущей занятости производится в рамках двухшаговой процедуры: изначально рассчитывается оплата труда, получаемая умножением вектора валового выпуска на вектор доли затрат на оплату труда (в отраслевом разрезе, рассчитанном для базового года). Далее, полученные значения инфлируются индексом номинальной заработной платы. Полученные скорректированные данные умножаются на вектор занятости, рассчитанный для базового года как отношение численности занятых к затратам на оплату труда. Таким образом, получается оценка численности занятых в отраслевом разрезе в 2019 г.

Для оценки вторичных эффектов, связанных с ростом закупок товаров и услуг в результате увеличения потребительских расходов (увеличение заработных плат), учитывается увеличение затрат на оплату труда в смежных отраслях, формируемое на основе ранее произведенных оценок (роста оплаты труда в результате увеличения валового выпуска). Предполагается, что все полученные доходы будут потрачены работниками на приобретение товаров и услуг. Для реклассификации расходов в структуре МОБ используются данные по структуре потребительских

расходов в классификаторе индивидуального потребления по целям, при этом учитывается более высокий уровень расходов на импортные товары (в сравнении со среднеотраслевыми значениями). Далее, полученные оценки увеличения затрат на отечественные товары используются в равновесной модели межотраслевого баланса для построения оценок увеличения валового выпуска, валовой добавленной стоимости, налоговых поступлений и занятости аналогично процедуре при построении оценок первичного эффекта.

Сумма оценок первичного и вторичного эффекта дает общую оценку вклада трансграничной онлайн-торговли в социально-экономические показатели РФ.

Рисунок 39. Эффекты от трансграничной торговли для экономики



Источник: НИУ ВШЭ

Для оценки создаваемой в рамках трансграничной онлайн-торговли валовой добавленной стоимости, а также налоговых поступлений используются данные по структуре затрат почтовых служб. К валовой добавленной стоимости относятся расходы на оплату труда, расходы, связанные с потреблением основного капитала (амортизация, расходы на восстановление участка), а также чистая прибыль.

Прочие операционные расходы (помимо оплаты труда) относятся к т.н. «новому спросу», т.к. эти расходы фактически представляют собой покупку товаров и услуг в смежных отраслях. Налоги, включая налог на прибыль, относятся к прямым выплатам в бюджет. Потенциально, эти налоговые выплаты также создают новый спрос, т.к. позволяют государству увеличить расходы.

3.6. Оценка социально-экономического эффекта от трансграничной интернет-торговли в 2019-25 гг.

Как показывают расчеты НИУ ВШЭ на основе равновесной модели межотраслевого баланса,

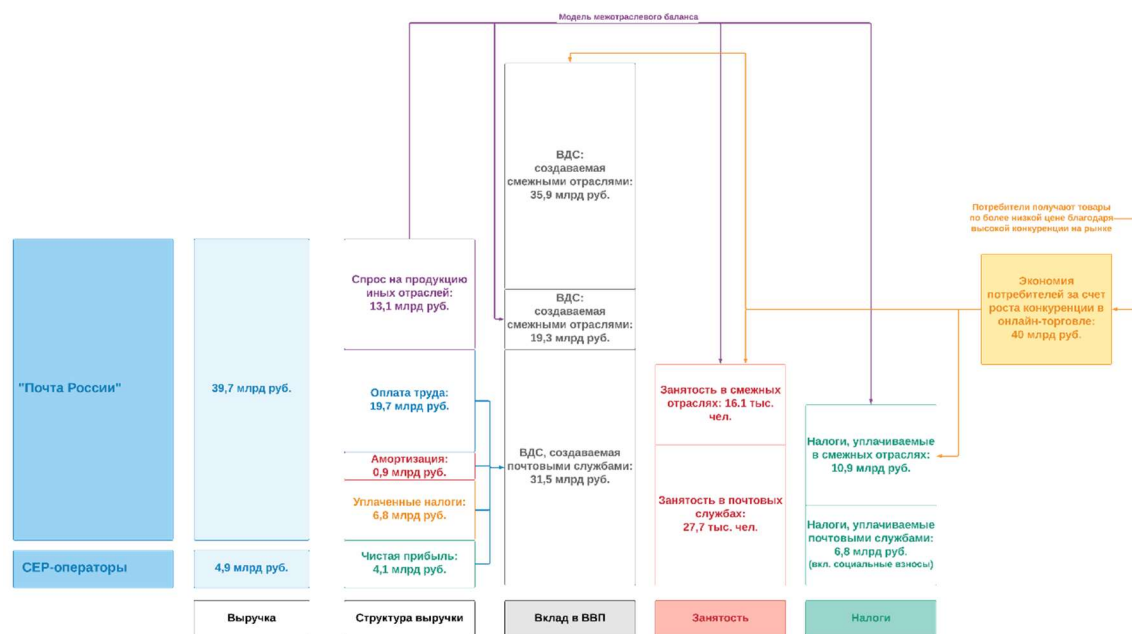
в 2019 г. трансграничная торговля привела к увеличению валовой добавленной стоимости (ВДС) на 115 млрд руб., обеспечив работой 75 тыс. человек по всей стране.

Для многих секторов российской экономики трансграничная интернет-торговля остается важным фактором создания новых рабочих мест и новой стоимости. Так, благодаря доставке купленных

россиянами в зарубежных онлайн-магазинах товаров российские почтовые службы создали 43 млрд руб. ВДС (23% всей добавленной стоимости сектора), заработав 6,9 млрд руб. прибыли. Не менее важным был дополнительный спрос, созданный почтовыми операторами и другими компаниями, обеспечивающими доставку посылок покупателям из России, на товары и услуги, производимые российскими предприятиями. В 2019 г. благодаря трансграничной онлайн-торговле российские компании получили дополнительные заказы на 110 млрд руб. (с учетом мультипликативных эффектов), создав более 26 млрд руб. ВДС и обеспечив работой 23 тыс. чел. Важным эффектом от развития трансграничной онлайн-торговли стал рост конкуренции и расширение ассортимента доступных для потребителя товаров, что позволяет покупателям получать дополнительную выгоду при покупках онлайн, тратя сэкономленные средства на приобретение других товаров и услуг, в том числе и у российских производителей. Для оценки этого эффекта предполагается, что при покупке дорогих товаров (стоимостью свыше €500) потребители делают выбор в пользу трансграничной торговли в случае, если цены в зарубежных онлайн-магазинах на 10% (и более) ниже, чем в России, для более дешевых товаров дифференциал может составлять 15-30%. Как результат, низкие цены в зарубежных онлайн-магазинах способствуют снижению цен и в онлайн-торговле внутри России. Как результат, в 2019 г. это позволило создать дополнительную ВДС в 45 млрд руб. (в 2020 г. созданная в рамках этого эффекта ВДС снизилась до 35,9 млрд руб.).

Создание благодаря трансграничной онлайн-торговле новой добавленной стоимости и поддержка десятков тысяч рабочих мест по всей стране обеспечили поступления в бюджет и внебюджетные фонды (уплата социальных взносов) 24 млрд руб., при этом почтовые службы уплатили лишь 9 млрд руб., тогда как платежи предприятий в смежных отраслях выросли на 15 млрд руб.

Рисунок 40. Вклад трансграничной онлайн-торговли в российскую экономику, млрд руб., 2020



Источник: НИУ ВШЭ на основе данных Росстата

В 2020 г. пандемия коронавируса и снижение необлагаемого лимита для посылок с €500 до €200 привели к резкому снижению показателей трансграничной онлайн-торговли: за год российские покупатели получили из-за рубежа всего 232 млн посылок (-32% г/г).

Падение спроса стало рекордным за последние 20 лет, а интенсивность спада в разы превысила показатели большинства развитых рынков, где в 2020 г. снижение трансграничной онлайн-

торговли составило лишь 4-5% г/г. Резкое падение потока посылок из-за рубежа привело к сокращению выручки почтовых служб на 15 млрд руб. и резкому сокращению спроса на продукцию смежных отраслей.

Рисунок 41. Выручка почтовых служб от обслуживания трансграничной онлайн-торговли



Источник: оценки НИУ ВШЭ на основе данных Росстата и данных компаний

Рисунок 42. Вклад трансграничной онлайн-торговли в ВВП России

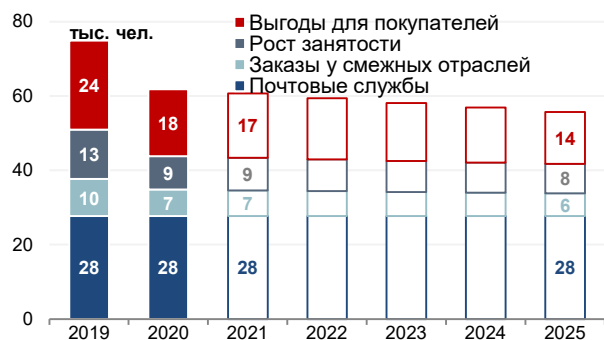


Источник: оценки НИУ ВШЭ на основе данных Росстата и данных компаний

В 2020 г. объем созданной благодаря трансграничной онлайн-торговле добавленной стоимости снизился до 87 млрд руб. (-24% г/г), налоговые поступления упали до 18 млрд руб. (-25% г/г).

Рост бюджетных доходов из-за снижения необлагаемого лимита до €200 в 2020 г. составил лишь 0,9 млрд руб. (1,8 млрд руб.¹⁰) не позволил даже компенсировать выпадающие поступления в бюджет (-6 млрд руб.), при этом фактические потери бюджета могут оказаться больше – из-за снижения занятости в смежных отраслях, сокращения заказов на российскую продукцию и ослабления конкуренции на потребительском рынке, что может привести к монополизации и опережающему росту цен во внутренней онлайн-торговле.

Рисунок 43. Рабочие места, поддерживаемые за счет трансграничной онлайн-торговли



Источник: оценки НИУ ВШЭ на основе данных Росстата и данных компаний

Рисунок 44. Поступления в бюджет благодаря трансграничной онлайн-торговле



Источник: оценки НИУ ВШЭ на основе данных Росстата и данных компаний

Удар, нанесенный по трансграничной онлайн-торговле пандемией коронавируса и ухудшением таможенных условий, оказался столь заметным, что на восстановление сектора до уровня «до пандемии» (2018-19 гг.) может потребоваться до 7-8 лет – даже в 2025 г. ВДС, налоговые поступления и прибыль сектора будет на 15-20% ниже уровня 2019 г.

¹⁰ Предварительная оценка на основе данных за 11 месяцев 2020 г.: <https://tass.ru/ekonomika/10340421>