**ОНЛАЙН ТЪРГОВИЯТА НА ДРЕБНО В РУСИЯ: ПАЗАРЪТ Е НА ПЪТ ДА СЕ ПРОМЕНИ**

Делът на електронната търговия в общия обем на търговията на дребно постоянно нараства. Въпреки това, в близко време пазара може значително да се промени под влияние на нови законодателни инициативи. Новите правила, отнасящи се до цялата търговия, са написани предимно за офлайн търговците на дребно и онлайн търговците на дребно, но не винаги е ясно как да се прилагат по отношение на собствените магазини. На този етап, при отсъствието на точни формулировки, на участниците на пазара им се налага да измислят сами много неща.

**Руската провинция все повече купува от Китай.**

Пазара на електронната търговия открива нови перспективи за развитие на бизнеса и се превръща в един от най-бързо развиващите се канали за продажба. Той много по-добре от офлайн търговията се адаптира към промените в поведението на потребителите. По данни на Росстат, в номинално изражение за първите 9 месеца на 2016 г. ръста на оборота на търговията на дребно с хранителни и нехранителни стоки е 2.4%. Реалният показател, отчитайки потребителската инфлация, показва спад от 5,3%. В условията на криза, според РБК.research, пазара за електронна търговия показва положителна динамика (около 6%).

Според агенцията през 2016 г. оборотът на целия пазар на електронна търговия (с изключение на продажбите по купони за намаления) възлиза на 944.3 милиарда рубли, което е с 5.8% повече от 2015 г. Най-силно развит в електронната търговия е интернет сегмента (88.2% през 2016 г.), който включва и продажбите на авио- и железопътни билети. През последната година оборотът на този сегмент се е увеличил от 779.7 милиарда рубли до 833.3 милиарда рубли, като показва ръст с 6,9%.

Друг голям сегмент на електронната търговия са интернет услугите, който до момента отстъпва както по отношение на темповете на развитие, така и по дял. Ако през 2014 г. платените интернет услуги са заемали 14,1% от пазара на електронната търговия, то към 2016 г. делът им е спаднал до 11,8%. В парично отношение, сегментът на платените услуги не е претърпял значителни промени : ако през 2014 г. той е възлизал на 113.7 милиарда рубли, то през 2016 г. оборотът му не е превишил 111,0 милиарда рубли.

До настоящия момент, около 18.6 милиона руснаци, живеещи в руски градове с население над 100 хиляди души, имат опит в интернет пазаруването. Въпреки това, като се има предвид относително ниското ниво на разпространение на интернет в страната, пазарът все още има значителен потенциал за ръст на броя на интернет купувачите.

Според РБК.research, миналата година, най-голям дял в структурата на руския пазар на електронната търговия са заемали следните стоки: самолетни билети, дрехи, обувки и аксесоари, цифрова техника. Следват сегментите на домакински уреди и железопътни билети. Общо, размерът на тези сегменти на руския пазар за електронна търговия със стоки, заема около 55% от общия обем на пазара. През 2015 г. делът им е бил 60%. Останалите сегменти заемат в структурата на руския пазар за електронна търговия съответно 45%. Най-големият от тях е продажбата чрез интернет на мебели, детски продукти, козметика и парфюмерия, автомобилни стоки и строителни материали.

Ръстът на пазара се потвърждава и от резултатите от съвместните изследвания на компаниите Yandex. Маркет и GfK Rus. Според тях през 2016 г. всеки четвърти жител на Русия от 16 до 55 годишна възраст, за година са купили поне един продукт чрез интернет, а през пролетта на 2015 г. - всеки пети.

Показателно е, че с доста бързи темпове нараства делът на онлайн купувачите, оформящи поръчки чрез китайските онлайн магазини. През есента на 2016 г. за първи път той се изравнява с делът на купувачите, поръчвали стоки в Русия извън пределите на родния си град. Интересът към китайските онлайн магазини особено силно расте в градовете с население от 100 до 500 хиляди души. Това може да се дължи на факта, че изборът в магазините в тези градове е малък.

В чуждите магазини на първо място се купуват дрехи и обувки, детски стоки, козметика, стоки за дома и градината. В руските онлайн магазини, освен дрехи и козметика се поръчва и битова техника и стоки за здравето.

**Големите играчи искат нови закони.**

С всяка изминала година, в структурата на стоковия сегмент на руски пазар за електронна търговия, все повече се увеличава делът на трансграничната търговия. Чуждите интернет магазини се опитват да надиграят руските компании с цени и асортимент от продукти, като по този начин изострят конкуренцията.

Услугите за електронна търговия през граница с всяка година стават все по-популярен начин за пазаруване сред руснаците и модният сегмент заема лидиращо положение. Огромен асортимент и достъпни цени демонстрират западните и азиатските модни брандове. Лидер е Китай, от където пристигат стоки в средния и нисък ценови сегмент.

Тук възниква основният въпрос, който се състои в неприемливо ниските държавни данъци, създаващи неравни условия при конкуренцията на руските онлайн играчи с чуждестранните онлайн магазини.

Сега в Русия, не се плащат данъци за пратки със сумарна месечна стойност по-малко от 1000 € и с тегло по-малко от 31 кг. Над тази сума, данъкът е 30%, но не по-малко от 4 евро за 1 кг. Тази сума неможе да се сравнява с данъците в ЕС (22 евро). В тази връзка, на руските търговци трябва да помогне новият закон за покупките в чуждестранните онлайн магазини. Според него, след влизане в сила на Митническия кодекс на Евразийския икономически съюз, се очаква цената да се намали наполовина до 500 евро на месец (над тази сума, митото ще бъде 30%, но не по-малко от 4 евро за 1 кг), а след още една година - до 200 евро (15%, но не по-малко от 2 евро).

Според представители на Министерството на финансите, снижаването на прага за безмитен внос на стоки, не е достатъчно, за да се регулира електронната търговия. През декември 2016 г. е направено заявление, че трансграничната онлайн търговия следва да се облага със същите данъци, като офлайн търговията на дребно. За тази цел се предлага да се отхвърли формулировката "стоки за лична употреба", която се използва за покупки от онлайн магазините, което ще позволи да се облагат с ДДС в зависимост от митническите кодове.

Според Асоциацията на дружествата за интернет търговия (АКИТ), маргиналността на трансграничната онлайн търговия е по-висока от вътрешната, поради липсата на данъчно бреме, което прави руските онлайн магазини по-малко привлекателни за потребителите на вътрешния пазар.

АКИТ активно лобира за законопроект, който предполага блокиране на чуждите сайтове за онлайн търговия на дребно, които не плащат ДДС в Русия. За да може Федералната данъчна служба да следи трансграничните интернет търговци, авторите на законопроекта предлагат да и се разреши да изисква информация за транзакции от Националната система за платежни карти, операторите за парични преводи, банковите платежни агенции, клиринговите центрове, телекомуникационни оператори, куриерските и транспортни служби и др. Но към техническата изпълнимост на подобна инициатива възникват много въпроси.

**Логистика и обслужване.**

Характерна тенденция в областта на електронната търговия е консолидирането на логистични оператори. Най-ярък пример е съюза между SPSR Express и DPD. Въпреки очевидният монопол на пазара на „Поща Русия“, активно се развиват услугите за куриерска доставка. На монополиста с нищо не отстъпват комерческите оператори, залагащи на Packstation (автоматизирана пощенска станция с специален терминал за плащане и автоматизирана клетка за съхранение на стоките, които сте поръчали и които можете да вземете от всяко удобно за вас място и време, като следвате инструкциите в менюто на терминала). В резултат на нарастващата конкуренция, значение започва да играе не размерите на мрежата, а добрата ИТ интеграция и гъвкавата ценова политика.

Според проучване, проведено от Data Insight заедно с PickPoint, през пунктовете за получаване на поръчките и Packstation, през миналата година са минали около 20% от поръчките в интернет по Русия, а през 2017 г. се очаква броят на Packstation да се увеличи два пъти (около 9 000).

**Защо поскъпват услугите на агрегаторите?**

В Русия в електронната търговия в момента, двигатели на ръста са:

Първо, сross-border, откриващи за търговците на дребно региони и способстващи за развитието на логистичната инфраструктура.

Второ - агрегатори, които позволяват да се генерира значителен трафик. В това отношение играе решаваща роля закон №208-ФЗ "За информацията, информационните технологии и защита на информацията", по-известен като Закона за агрегаторите. Според закона, собствениците на търговски интернет площадки са отговорни пред потребителите за причинените вреди, като са длъжни да обезщетят клиента в размера на авансовото плащане на стоките или услугите, както и за предоставяне на невярна информация. Очевидно е, че агрегаторите ще зависят от доставчиците си и всичко това ще повлияе на цената за услуги на агрегатора, като в резултат косвено ще се отрази на цената на стоките и услугите.

С оглед на това, не е изненадващо, че удовлетвореността на клиентите в чуждестранните онлайн магазини е 92%, а според руски изследвания за руските сайтове тази цифра достига едва 42%.

Непонятна е и ситуацията с платежните агрегатори, които според закона N 161-ФЗ "За националната платежна система" без лиценз на кредитна организация не могат да приемат плащания в полза на трети лица. Следователно, всеки агрегатор на плащане трябва да е партньор на банка и няма достъп до клиентските пари, а само предоставя взаимодействие между платеца, платежната система/банката и онлайн магазина. Поради това, не е ясно защо именно агрегатора носи финансовата отговорност за неточна информация за услугите и стоките.

**Онлайн търговците на дребно не са готови за онлайн каси.**

Най- дискутираното събитие през изминалата година е приемането на Закона от 03 Юли 2016 г. N 290-ФЗ за изменение и допълнение ФЗ №54 „За използвате на касови апарати при осъществяване на плащанията в брой и (или) с използване на разплащателни карти“. Според него, се предвижда масова замяна до 1 юли 2017 г. на касовото оборудване във всички търговски пунктове, включително и онлайн магазините. Изключение (до 01 юли 2018 г.) е направено за фирми, които се облагат с патентен данък и вендинг автоматите.

Търговците на дребно прекрасно осъзнават факта, че основната цел на закона не е да се улесни дейността им, а по този начин държавата провежда по-строга регулаторна и фискална политика, с цел увеличаване на данъчната база.

Очевидно е, че във всички случай, революционни изменения в индустрията са неизбежни, както на пазара на дребно, така и в електронната търговия.

<https://www.retail.ru/>