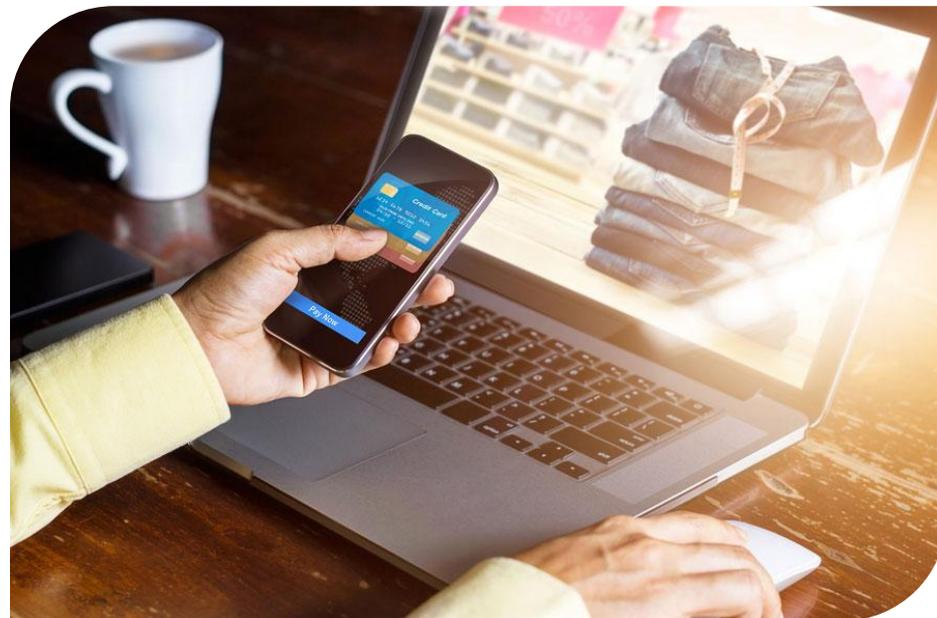


ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В ЕВРОПЕЙСКОМ СОЮЗЕ



Э-торговля

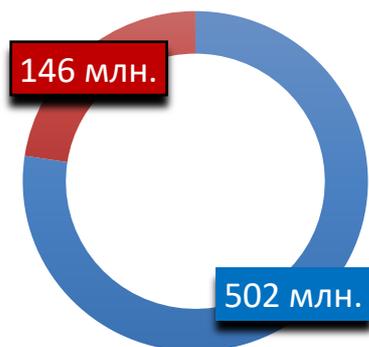


Заказ/покупка и продажа товаров и услуг через электронные средства передачи данных (интернет, в т.ч. мобильный интернет) или иную электронную сеть, при этом оплата товара или услуги или их доставка может происходить не электронным путем.

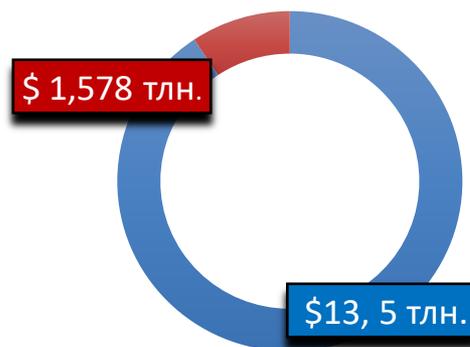
Трансграничная Э-торговля торговля (также называемая: трансбордерная торговля, кроссбордер, cross-border trade) — форма международной торговли товарами и услугами **через интернет (иные э-сети), при которой покупка-продажа товаров и услуг осуществляется за границей государства.**

Перспективы э-торговли в Евросоюзе

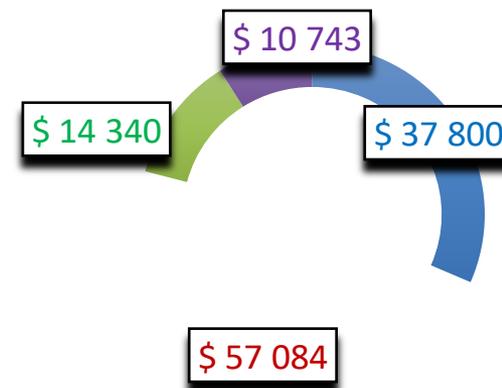
Население



ВВП



ВВП на душу населения



■ Население стран ЕС ■ Население России

■ Евросоюза ■ России

■ Евросоюза ■ США ■ Китай ■ Россия

Общие исходные данные:

Общее население стран ЕС **502 623 000 человек** (на 2018год)

ВВП Евросоюза оценивался в €15,3 трлн. (**\$13,53 трлн.**), что составляет примерно **22 % от объёма мирового ВВП**

ВВП на душу населения - ВВП на душу населения (ППС) составил **\$37 800 в 2018 году.**

По сравнению с **\$57 084** в Соединенных Штатах и **\$14 340** в Китае

Для сравнения рынок РФ:

Население страны по данным на 1 января 2019 года **составило 146 793 000 человек.**

ВВП - **\$1,578 трлн.** что составляет примерно **2,5 % от объёма мирового ВВП**

ВВП на душу населения - **\$ 10 743 (2018 г.)**

Перспективы э-торговли в Евросоюзе

Европейский рынок электронного бизнеса в настоящее время является наиболее перспективным: он включает

1

820 миллионов человек

2

в том числе **5,3 миллиона**
пользователей Интернета

3

259 миллионов
онлайн-покупателей.

4

Европейский мобильный телефон имеет скорость **более 100%**, это означает, что каждый человек имеет по крайней мере один или несколько мобильных телефонов.

5

5,5 % транзакций электронной торговли осуществляется с помощью мобильных устройств, и это число резко возрастет в будущем.

Преимущества электронной торговли

Для фирм:

- ✓ Глобальный масштаб
- ✓ Сокращение издержек
- ✓ Улучшение цепочек поставок
- ✓ Бизнес всегда открыт (24/7/365)
- ✓ Персонализация
- ✓ Быстрый вывод товара на рынок
- ✓ Низкая стоимость распространения цифровых продуктов



Преимущества для потребителей

Повсеместность

Анонимность

Большой выбор
товаров и услуг

Персонализация

Более дешевые
продукты
и услуги

Оперативная
доставка

Электронная
социализация

Недостатки электронной торговли

Для организаций

Возможные сомнения сторон по поводу принадлежности того или иного проекта к компании (негативная анонимность)

Некоторая сложность в ведении и узаконивании деятельности предприятия в интернете

Для потребителей

Недоверие потребителя к услугам, продаваемым посредством интернета

Невозможность «потрогать» товар руками

Ожидание доставки приобретенной продукции

Возможные трудности и расходы при возврате товара

Дополнительная стоимость за доставку товара

Для общества

Привлекательная платформа для мошенничества (снижение уровня сетевой безопасности)

Вытеснение с рынка коммерческих офлайн-предприятий

Для государства

Недополучение в бюджет государства налоговых выплат при ведении «серых» схем учёта

Формы электронной торговли в ЕС

Э-торговля осуществляется:

Дистанционная торговля

Особая э-форма торговли товарами

Электронная услуга

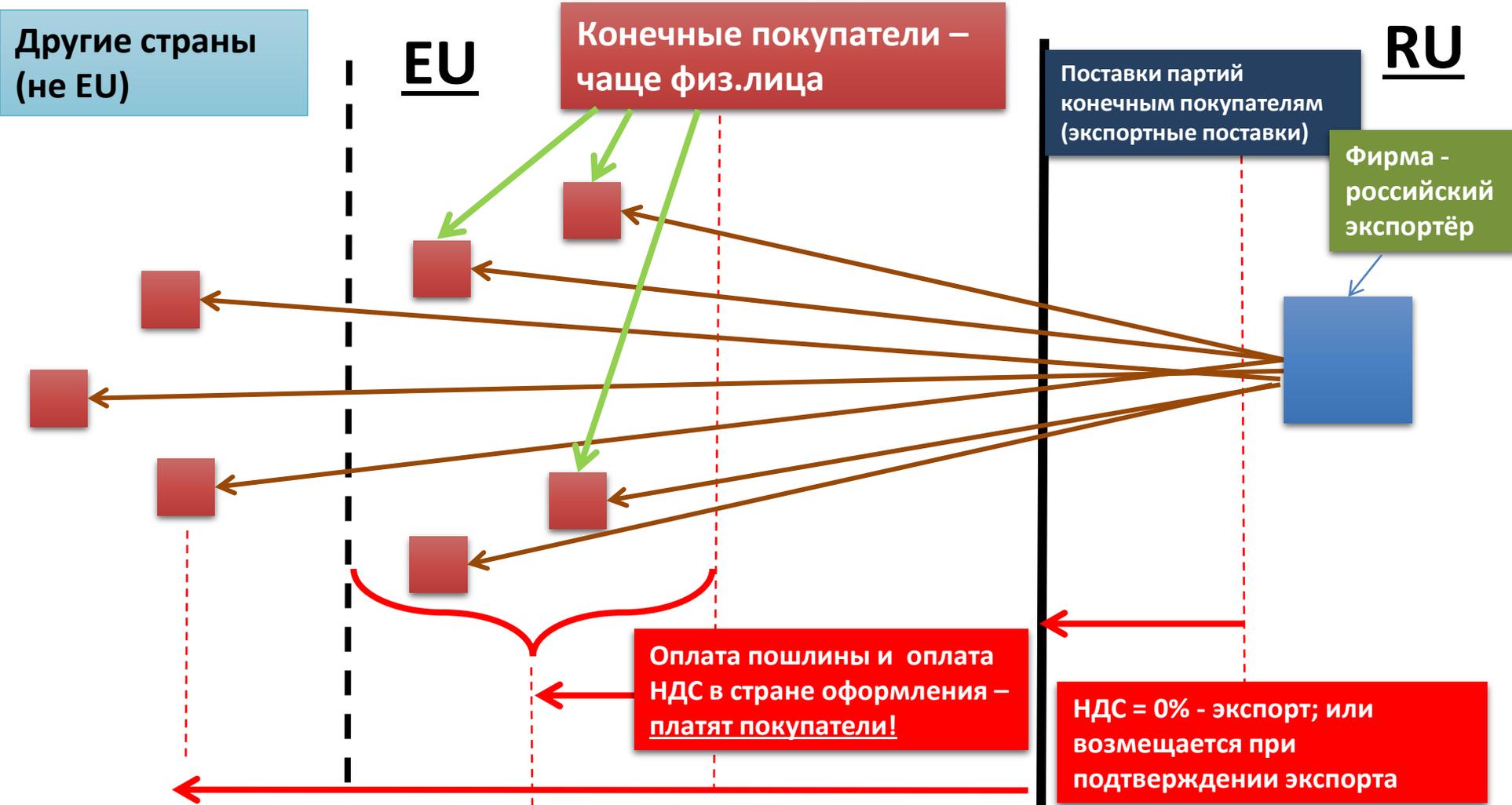
Особая форма представления э-услуг

Обычная торговля товарами и услугами

Форме э-торговли товарами и предоставления услуг либо резидентам своей страны; либо налогоплательщикам других стран

Стандартная модель е-торговли при экспорте из РФ

В стандартной модели э-торговли – это электронная форма предоставления ассортимента товара (сайт, сервис формирования инвойса, автоматизация оплаты и т.п.). Администрирование – не отличается.



Преимущества э-торговли через свою фирму в Евросоюзе (Эстония)

Эстония – одна из наиболее эффективных точек входа для внешней торговли на рынках стран Евросоюза.

Преимущества налогово-таможенного регулирования в ЕС и в Эстонии в частности:

- налог на нераспределённую прибыль – **0%**
- отсутствие других налогов (имущество, земля, транспорт)
- отсроченная оплата НДС при трансграничных сделках - фактическая ставка как вх. так и исх. **НДС=0%**

!

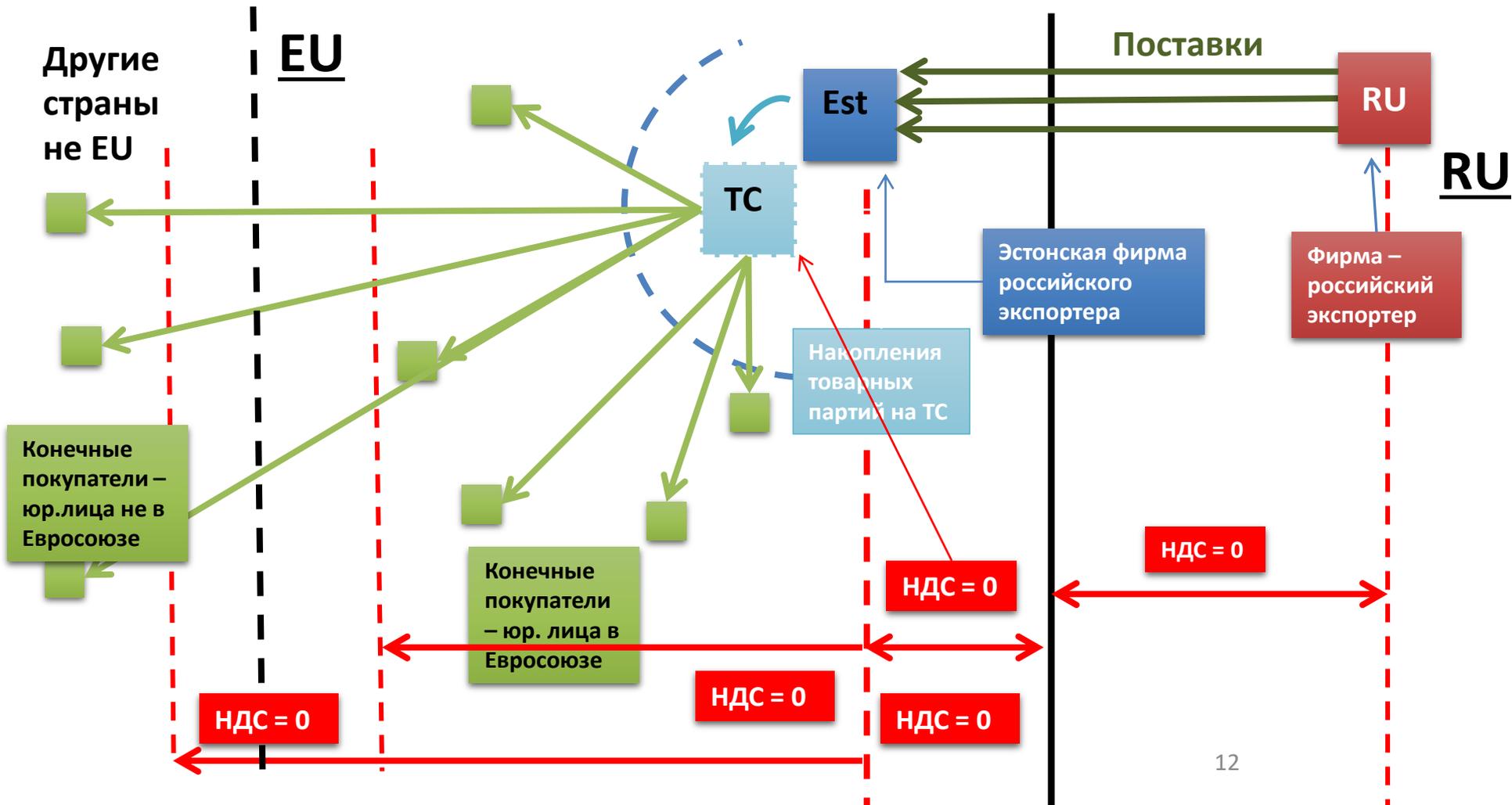
Реализация указанных преимуществ - использование российским предпринимателем Европейской- Торгового Дома (ТД), в сделках с конечными покупателями в Евросоюзе.

!

В такой фирме все процедуры по продаже товара до конечного покупателя в ЕС происходят без возникновения налоговой нагрузки по НДС по всей цепочке товаропотока или услуг.

Е-торговля через распределительный узел на эстонской фирме при экспорте из РФ в стандартной модели

Это модель экспортно-импортных поставок, предполагающая накопление значительных партий товара на территории ближайшей к РФ стране ЕС (это страны Прибалтики) в безналоговом режиме (режим Таможенного склада, свободная зона) с дальнейшей поставкой под конкретный заказ покупателя партий товара из безналоговой зоны накопления (таможенного склада).



Ставка европейского НДС 0% через Эстонию в другие страны ЕС

Таможенная процедура Импорт 4200 –

доставка товара из-за пределов ЕС для последующего выпуска в свободное обращение при немедленном следовании в другую страну ЕС.

Это возможно при условиях:

1. Импортёр – эстонский налогоплательщик

2. Импортёр – налогоплательщик другой страны ЕС, действующий в Эстонии через представляющее его таможенное

То есть, НДС не облагается импорт товара, если за ним незамедлительно следует поставка в другую страну Евросоюза

Особенности оборота и оформление товара из России, когда он попадает на территорию ЕС и перемещается между странами Евросоюза.

Внутрисоюзный оборот (intra-community supply/dispatch) – ставка НДС 0%

Должны быть соблюдены условия:

1. Товар отчуждается\услуга оказывается налогообязанным Эстонии
2. Покупатель товара\услуги – налогообязанный страны ЕС
3. Товар вывозится с территории Эстонии на территорию страны-члена ЕС, в которой зарегистрирован налогообязанным покупатель

Внутрисоюзный оборот - основное правило

Для товара

- продажа товара налогообязанному ЕС – **НДС 0%**;
- продажа товара неналогообязанному ЕС – **НДС 20%** (в т.ч. invalid – при проверке его VAT)

Для услуги

- Оказание услуги – налогообязанному ЕС – **НДС 0%**;
- Оказание услуги предпринимателю из всесоюзной страны – **НДС 0%**
- Оказание услуги неналогообязанному ЕС – НДС 20%
- Оказание услуги непредпринимателю всесоюзной страны – **НДС 20%**

Треугольная сделка (вариант, когда контрагенты по экспортному контакту с российским экспортёром находятся в разных странах Евросоюза)

Треугольная сделка – всегда сделка с товаром

Условия:

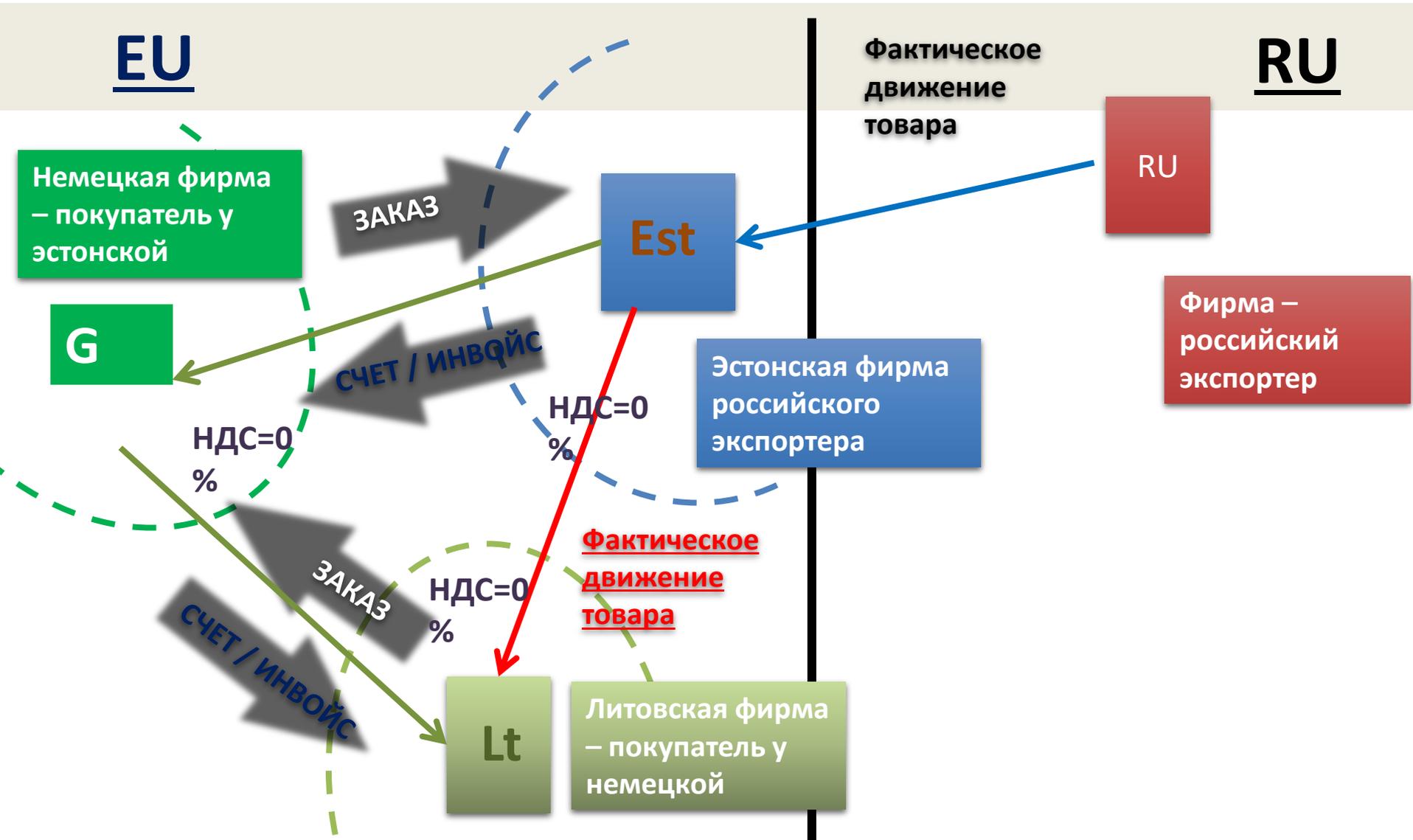
- Участвуют три стороны, все налогообязанные Разных стран Евросоюза.
- Все трое действуют в тех странах, где они налогообязанные
- Товар продаётся двумя последовательными сделками.
- Товар едет от первой стороны к последней напрямую, не заходя в страну второго участник

Декларирование:

1. У первой стороны (продавец) - **НДС 0%**
2. У второй стороны (перепродавец) – оборота нет – **НДС не возникает**
3. У третьей стороны (покупатель) – приобретение – **НДС 0%**



Схема треугольной сделки



Дистанционная продажа



Это **отчуждение товара** и доставка отчуждающим лицом (продавцом), или за него другим лицом товара, **в другое государство-член ЕС лицу, не зарегистрированному там в качестве налогоплательщика.**

Дистанционная продажа - правила

ЗоНСО § 20. Если налогообязанное лицо осуществляет **дистанционную продажу** лицу другого государства-члена ЕС (за исключением дистанционной продажи подакцизного товара) и налогооблагаемая стоимость оборота дистанционной продажи превышает с начала календарного года 35 000 евро, у него возникает обязанность регистрации со дня возникновения оборота в указанном размере

Предельная ставка 35 000 или 100 000 EUR

См. Таблицу – пределы регистрации по дистанционной продаже

Пределы регистрации по дистанционной продаже

Пределы регистрации по дистанционной продаже в ЕС (на 13.12.2018)

Государство	Ставка регистрации	В евро
Австрия	35 000 €	
Бельгия	35 000 €	
Болгария	70 000 BGN	35 791 €
Великобритания	70 000 GBP	82 967 €
Венгрия	8 800 000 HUF	
Германия	100 000 €	
Греция	35 000 €	
Дания	280 000 DKK	37 528 €
Ирландия	35 000 €	
Испания	35 000 €	
Италия	35 000 €	
Кипр	35 000 €	
Латвия	24 000 LVL	34 139 €
Литва	125 000 LTL	36 203 €

Государство	Ставка регистрации	В евро
Люксембург	100 000 €	
Мальта	35 000 €	
Нидерланды	100 000 €	
Польша	160 000 PLN	38 281 €
Португалия	35 000 €	
Румыния	118 000 RON	26 473 €
Словакия	35 000 €	
Словения	35 000€	
Финляндия	35 000 €	
Франция	100 000 €	
Хорватия	35 000 €	
Чехия	1 140 000 CZK	41 403 €
Швеция	320 000 SEK	35 417 €
Эстония	35 000 €	

Какие возникают налоги в ЕС при дистанционной продаже?

До регистрации в стране получателей товара: ставки НДС 20% или 9% (Эстония)

С приобретения этого оборота разрешён зачёт НДС !

При регистрации – извещение в Налоговый Департамент за 30 дней до регистрации в другой стране

С момента регистрации соответствующий оборот декларируется в декларации этой страны

Включённый НДС можно зачитывать в стране, где ведутся продажи и приобретаются товары для налогооблагаемого оборота, т.е., в общем случае зачёт продолжается в компании

Дистанционная продажа - уточнения

Продажа товара через интернет **не является дистанционной продажей**, если:

- Приобретатель – налогоплательщик страны ЕС
- Приобретатель – резидент страны продавца (в нашем примере – налогоплательщик или неналогообязанный Эстонии)

Товар и счета: EE – Налогообязанный ЕС (e-магазин) – покупатель

Деньги: покупатель – e-магазин – EE



Если e-магазин берёт деньги за услугу с покупателей-неналогообязанных ЕС – это электронная услуга.

Эстония – эффективная точка входа для э-торговли на рынках стран Евросоюза

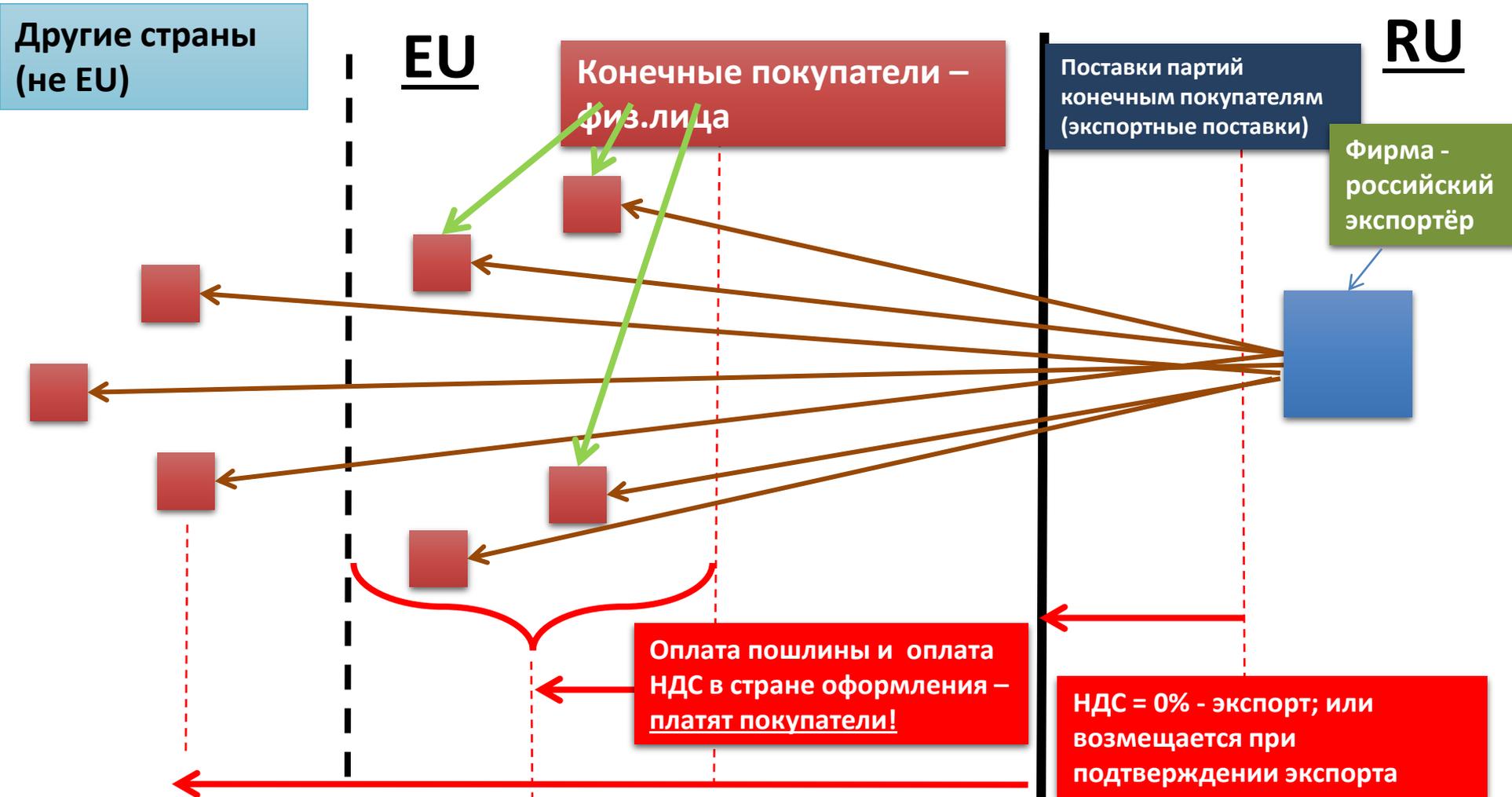
Эстонская компания – распределительный узел в e-торговле при трансграничных поставках РФ-ЕС-РФ

Для эстонских компаний:

- налог на нераспределённую прибыль – **0%**
- отсроченная оплата НДС (НДС) при трансграничных сделках - (детализация моделей в следующих слайдах).

Предметная реализация - использование российским экспортёром-импортёром созданной в ЕС фирмы - Торгового Дома (ТД), как участника в сделках с конечными покупателями в Евросоюзе.

Стандартная модель e-торговли при экспорте из РФ



Преимущества e-торговли через распределительный узел на эстонской фирме при экспорте из РФ

Максимизация прибыли
на эстонской фирме -
агрегаторе

Отсутствие затрат
на международные
отправления из РФ

Хранение товара
неограниченное время в
безналоговых режиме и
возможность возврата без
налогов в РФ (реимпорт)

Высокое качество
логистики и более низкая
стоимость услуг доставки
до конечных покупателей

Европейские расчеты в
системе быстрых платежей
с мин. комиссией

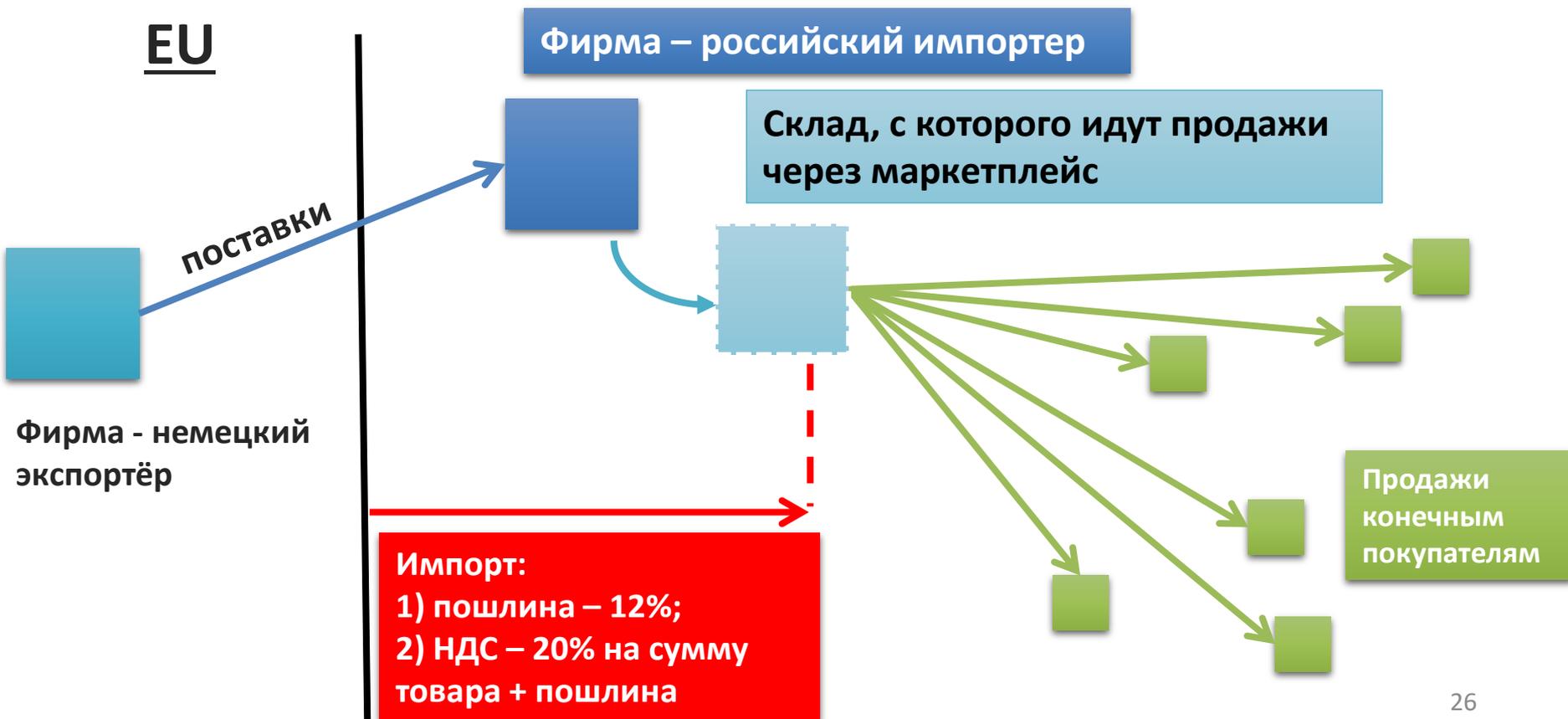
Зачёт НДС в стране, где
ведётся
предпринимательская
детальность

Стандартная модель e-торговли при импорте из РФ

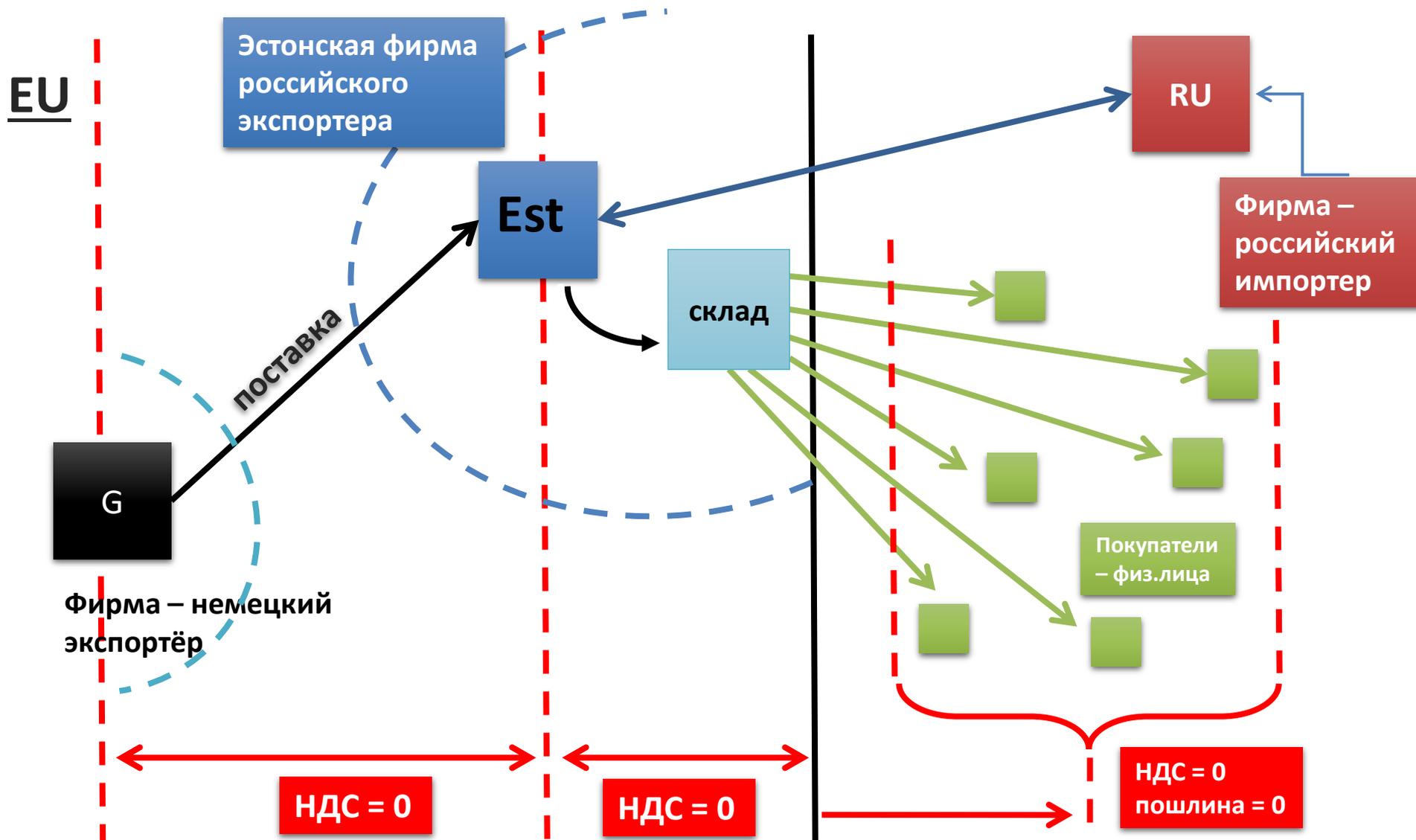
Пример импортного проекта:

- Российский импортёр, производящий торговлю со своего накопительного склада РФ (Москва) в адрес конечных покупателей – физ.лиц в регионах РФ, работает по следующей модели:

Текущая схема импортных поставок

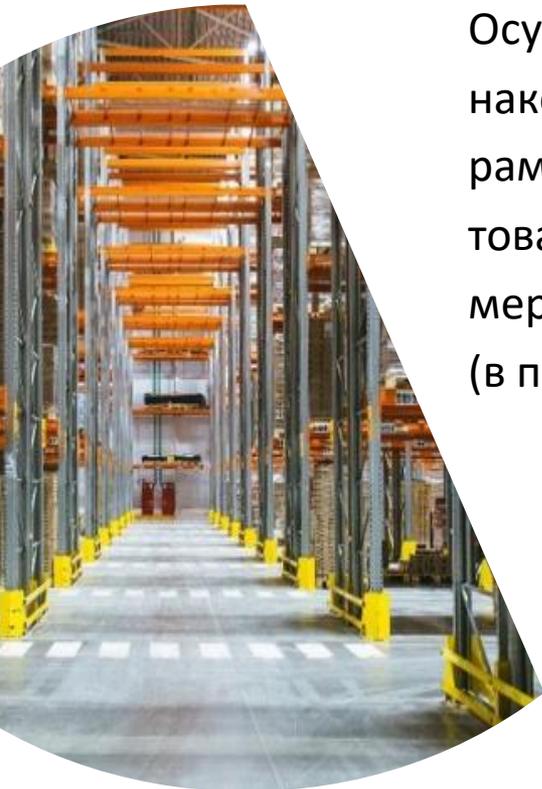


Е-торговля через распределительный узел на эстонской фирме при импорте в РФ



Е-торговля через распределительный узел на эстонской фирме при импорте в РФ

*В представленной консигнационной модели российская компания переносит свой накопительный **склад из РФ** на территорию **ЕС, рядом с границей**.*



Осуществляет торговлю товарами **со своего** европейского накопительного склада в адрес покупателей физ.лиц **в РФ** в рамках норм **беспошлинного приобретения** физ. лицами товаров для личного пользования, при которых **не возникают** меры таможенного тарифного и нетарифного регулирования (в пределах 200 евро и 31 кг на физ.лицо).

Общая экономия за счет исключения затрат на оплату таможенных пошлин, затрат на таможенное оформление в РФ и исключение затрата на нетарифного регулирования в РФ не **менее 15%** от стоимости товара.

Электронная услуга

Э-услуга – это услуги, оказываемые по интернету или иной компьютерной сети, **в основном автоматически и с минимальным вмешательством человека**, а также которые нельзя было оказать без помощи информационных технологий.

Оказание электронных услуг – основные примеры.

- ❖ Отчуждение Web-среды, администрирование Web-среды; хостинг
- ❖ Дистанционное обслуживание программ и оборудования
- ❖ Отчуждение и обновление электронно-передаваемого программного обеспечения
- ❖ Электронно передаваемая картинка, текст, информация; возможность пользование электронной базой данных
- ❖ Передаваемая электронная музыка, фильмы, игры, в т.ч. азартные игры
- ❖ Передаваемая электронно-политическая, культурная, художественная, спортивная или научная, а также развлекательная передача
- ❖ Электронное дистанционное обучение и т.п. услуги



Важно!

Услугу заказывает неналогообязанный Европейского Союза – в общем случае - физ. лицо

Что не является электронной услугой

- Продажа внешних носителей данных (CD, DVD, т.п.), печатных изданий
- Электронную обработку заказов (программы ФЛК)
- Услуги консультирующих по эл.почте специалистов (юристы, фин. консультанты в режиме вопрос-ответ)
- Услуги обучения, при которых учитель передаёт содержание курса по интернету
- Услуги обучения, охватывающие только проводимое по переписке обучение (по эл.почте – курсы)
- Электронное бронирование билетов и услуг
- Услуги поддержки пользователей по телефону



Важно!

*Не е-услуга, когда нет автоматизации,
и есть в процедуре действия человека*

Принцип налогообложения в ЕС электронных услуг?

Определение места расположения клиента: налогообложение всегда в той стране ЕС, где находится неналогообязанный получатель услуги, и по ставке налога в этой стране ЕС

Если невозможно определить месторасположение, то действие по правилам Постановления ЕС №1042\2013 ст.24а и 24в

В частности: по зоне локации Wi-Fi, кода страны используемой sim-карты, IP-адрес используемого устройства, данные банковских карт и т.п.



Главное! Использование принципа непротиворечащих друг другу двух признаков!

Пример: адрес счета, данные кредитной карты Финляндия; моб.тел. - Эстония. Вывод – место расположение клиента - Финляндия

Это учесть при разработке системы предоставления e-услуг!

Особый порядок MOSS – Mini One Stop Shop

Особый порядок MOSS - добровольное применение; т.е. выбор: налогообязанный в каждой стране; или особый порядок – что и где платить!

НДС, начисленный с оказанных в другой стране ЕС услуг неналогообязанным, следует декларировать и платить в налоговый орган своей страны расположения (регистрации), кот. перечисляет полученную сумму далее налоговому органу другой страны (страны потребления)



Правила применения MOSS



MOSS невозможно применить в стране, где у предпринимателя есть налоговая регистрация!

MOSS применяют, когда налоговую обязанность надо исполнить в стране, где:

1

нет регистрации по НДС

2

нет места расположения предприятия

3

Э-услуги в этой стране оказаны неналогообязанным



Оборот э-услуги и MOSS

Если:

- Предприниматель – налогоплательщик какой-либо страны ЕС (номер, Эстонии) и не имеет ПМД в других странах ЕС
- Э-услуга оказана неналогообязанному ЕС, находящемуся в ЕС
- Оборот э-услуг итого по всем странам не превысил в прошлом календарном году и не превысит в текущем календарном году 10 000 евро,

То э-услуга облагается НДС по ставке страны регистрации (для Эстонии 20%) и декларируется в стране регистрации, т.е., не требуется регистрация по MOSS



Если более 10 000 евро, то - либо MOSS; либо стать налогоплательщиком в стране потребления услуги

Режим регулирования – регулятор по выработке регламентов торговых процедур э-торговли в ЕС (Vertical Block Exemption Regulation).

Для возможности ведения продаж на веб-платформах с миллионами товаров или услуг, и меняющиеся договорными условиями без использования трудового ресурса человека, **регламентировано использование Искусственного интеллекта** - способность проводить **осознанные переговоры** параллельно с миллионами сторон и **заключать сделки** на более выгодных условиях.

Это стало возможно на основании:

- Регламентации режима регулирования э-торговли (**Vertical Block Exemption Regulation**),
- Руководящих указаниями по регулированию (**Guidelines on vertical restraints**),

Результат: упрощение и формализация установления соглашений для поставщиков и дистрибуторов в правовом аспекте с использованием ИИ

Тренды E-commerce - Электронной коммерции в 2019 году

1

Виртуальный помощник – Chat bot

2

Покупки в Instagram

3

Конверсия персонализации (Яндекс.Метрикой, Google Analytics)

4

Аналитика в режиме реального времени

5

Оптимизация под мобильные устройства

6

Оmnиканальность

7

Социальные сети



Виртуальный помощник – Chat bot

Виртуальный помощник оптимизирует время покупателя на выбор товара и ответит на интересующие его вопросы

Chat bot может быть простым (со стандартным набором фраз), а может разрабатываться с ИИ.

Такой виртуальный помощник не только понимает живую речь, но и **способен обучаться**.

Благодаря **инструментам ИИ** появляется возможность проанализировать покупки и предпочтения пользователя, а также предложить ему товар из сферы его интересов и сделать cross-sells или upsells продажу.

Chat bot сейчас уже могут повсеместно :

- позвонить клиенту и произнести указанный текст;
- отправить SMS или письмо на электронный адрес;
- отправить сообщение в ту соцсеть или мессенджер, с которого клиент написал.

Реализована настройка Chat bot для сотрудников, рекламы и других целей.



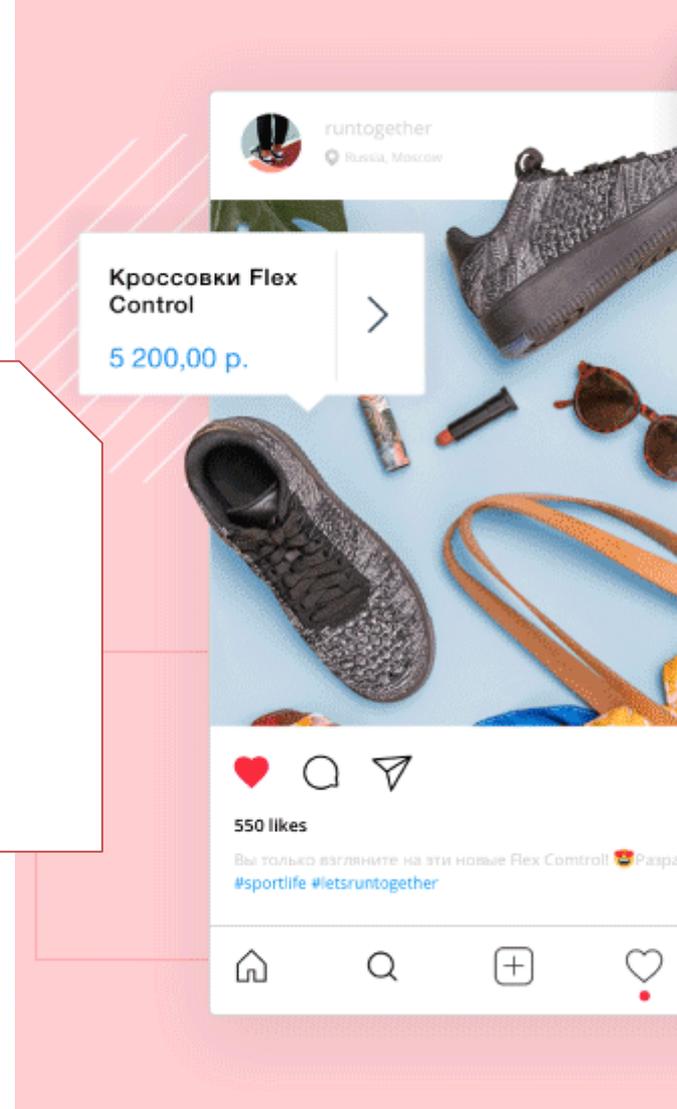
Покупки в Instagram

Новая функция «Покупки в Инстаграме», - отметка активной ссылкой товары в своих публикациях в Инстаграме.

Подписчики при клике на отметку увидят цену и описание товара, а также смогут перейти по ссылке и оформить заказ в вашем интернет-магазине.



Instagram магазин поможет **увеличить** трафик на сайт приблизительно **на 25 %**, а выручку от продаж через Instagram — **на 8 %**.



Конверсия персонализации и кастомизация продукта

Персонализированные предложения для клиентов – формирование предложений посмотреть те товары, которые могут их гарантированно заинтересовать с помощью:



- использования история браузера,



- геоположения и информации о предыдущих заказах.
Использования Яндекс.Метрики или Google Analytics



- учет данные от SMM-отдела и отдела продаж



- реализация индивидуальных вариантов «выделение из толпы» и покупка продуктов, которые, по их мнению клиентов, предназначены именно для них.

За счет персонализированных рекомендаций прибыль магазинов может увеличиваться **в среднем на 10-15%**.

Аналитика в режиме реального времени

Аналитика, показывающая активность посетителей сайта в реальном времени - позволяет максимально точно отследить статистику и создать работающую стратегию на основе последних данных.

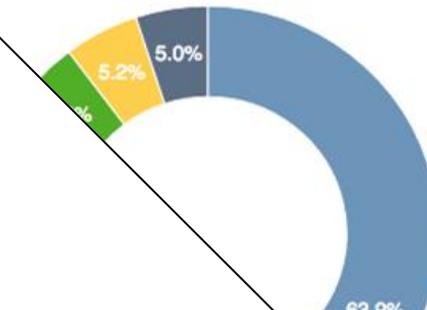
Прогнозирующая аналитика = автоматизация маркетинга

Пример такого инструмента - “Сквозная аналитика AI” в Битрикс24, - сбор данных о клиентах и построение отчетов с **полной адаптацией** под клиента.

При этом внедрение - позволит заметно ускорить этапы продажи.

Germany Netherlands United Kingdom Other

Your competitive set's share of reservations per country



20.
Cancellation

Germany

€ 250.
Average daily

2.03 n
Average len

Оптимизация под мобильные устройства

54% всех покупателей в э-торговле (2018 год) оформляют заказы с помощью смартфонов,

Вывод - сайт должен быть оптимизирован под мобильные устройства.

Элементы оптимизации:

1

адаптивный шаблон

2

продуманный юзабилити для пользователей со смартфонами

3

оплаты с помощью электронных кошельков;

4

оптимизация сайта под голосовой поиск;

5

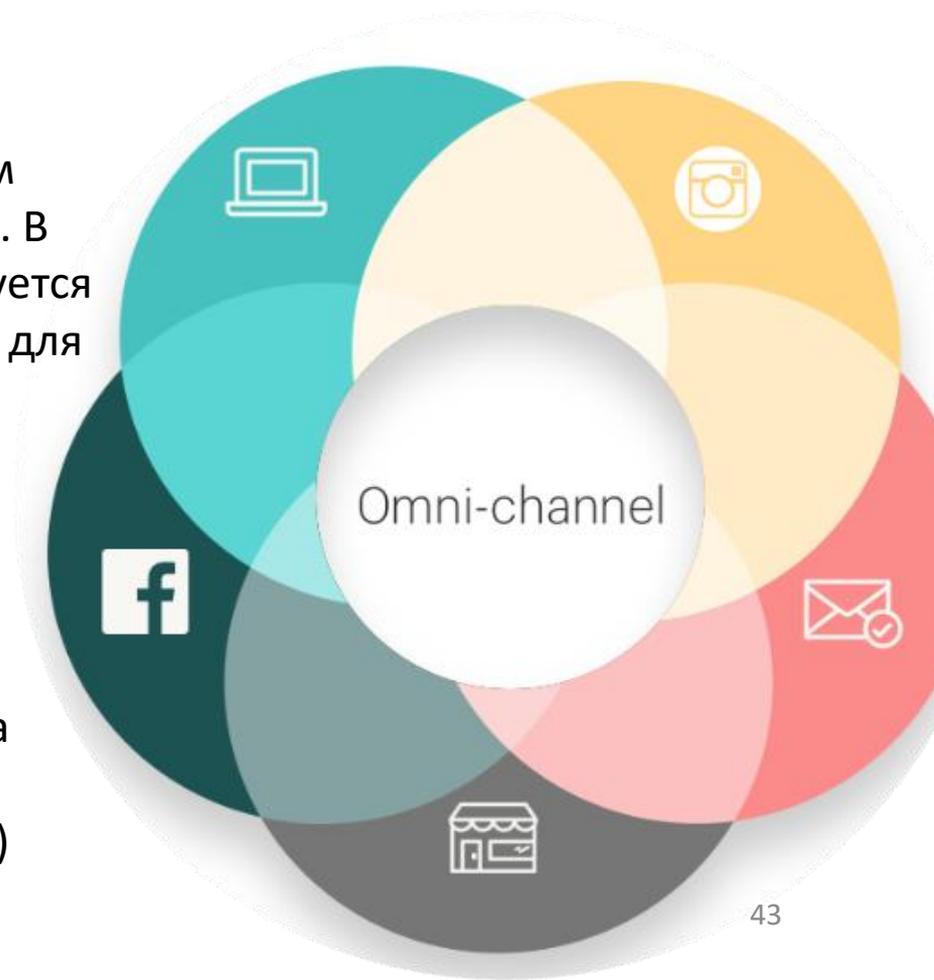
увеличение скорости загрузки на мобильном;

Омниканальность

Омниканальность – это принцип интегрировать разные каналы для связи с клиентом и продажи.

Например, пользователь выбрал товар на обеденном перерыве со смартфона, а потом покупает его дома уже с десктопной версии. В этом случае только одна площадка используется для продаж, остальные - только инструмент для подведения клиента к покупке.

Отсюда - настраивается реклама, позволяющая пользователю видеть рекламные объявления с любого устройства и через любой функционал (мессенджеры, соцсети, email, чат-боты, push-уведомления)



Социальные сети

В 2019 соцсети окончательно приобретут статус транзакционных, т.е. пользователь сможет совершить покупку, не покидая платформы.

- Значительное упрощение процессов электронной торговли.
- Количество продаж **через социальные сети превысит** продажи через сайт.

Причина: мнение других людей оказывает значительное влияние при выборе продукта, а в соцсетях можно не только повысить лояльность аудитории, но и манипулировать их мнением.

Соцсети предлагают все больше инструментов для коммерческой деятельности:

- **таргет**, главное преимущество которого — гибкие настройки.
- Достаточно **много информации о клиенте** в профиле
- возможность выбрать целевую аудиторию по широкому списку параметров: гео, пол, возраст, семейное положение, интересы, образование.
- с каждой группой можно работать отдельно и персонализировать объявление



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

Сергей
Кудрявцев,

Директор по развитию Балтийско-
Евразийской Палаты Предпринимателей
Balti-Euraasia Ettevõtjate Koda

Адрес: Жбе 9-61 (WTC Tallinn), 10151
Таллинн

телефон: +372 53442965, +37256949703

WhatsApp: +7(911)3551039

E-mail: sergei@erpp.ee

Skype: sergei_tallinn

<https://vk.com/erpp.ee>,

<https://www.facebook.com/erpp.ee/>

