

Перспективъ развития экспорта товаров и услуг российских интернет- компаний до 2025 года

В начале лета 2015 года глава корпорации Cisco (капитализация \$140 миллиардов) Джон Чамберс в своем выступлении заявил, что в следующие 10 лет более 40% бизнес-компаний не выживет, если не адаптируется к новой экономике, опирающейся на IT (информационные технологии) в целом и интернет в частности.

Исследование “Перспективы развития экспорта товаров и услуг российских интернет-компаний до 2025 года” было проведено с целью выявить потенциал и перспективы развития российских интернет-компаний на мировом рынке, определить проблематику экспорта и предложить пошаговый план действий по улучшению ситуации.

Исследование проводилось специалистами фонда Russian Ventures при активном участии и консалтинговой поддержке ведущих экспертов рынка и интернет-предпринимателей.

Выводы и предложения документа могут быть использованы для создания дорожной карты в рамках выполнения поручения Владимира Путина Институту Развития Интернета и Администрации Президента РФ.

В контексте глобального развития российской экономики и стремления расширить границы экспорта интернет-сервисы и электронная коммерция как современные методы продажи товаров и услуг приобретают все большее значение для нашей страны.

Основное место в развитии этого сегмента экономики занимают два направления:

- 1) Предоставление услуг по разработке информационных технологий, деятельность интернет-компаний, направленная на создание ПО, разработка готовых программных продуктов, предоставление их по модели SaaS или продажа;
- 2) Интернет-коммерция - торговля потребительскими товарами онлайн за пределы страны.

Ряд отечественных интернет-компаний уже сегодня располагает опытным менеджментом, необходимым штатом технических специалистов, высоким уровнем работы с клиентами.

Однако существует ряд факторов, препятствующих выходу отечественных компаний на мировой рынок. Одним из основных вопросов, возникающих в сфере интернет-торговли, является разработка комплекса процедур, связанных со стоимостью и отправкой посылок за границу. Для того, чтобы российские продавцы могли эффективно экспортировать продукцию, необходимо провести ряд последовательных мер, значительно упрощающих процедуры декларирования товаров, возврата экспортного НДС и решить некоторые другие вопросы, связанные с таможенным администрированием.

В сфере экспорта услуг, связанных с ПО (разработка, продажа и аренда) существуют свои особенности. Основная проблема, с которой сталкиваются отечественные компании, - слишком высокая налоговая нагрузка, снижающая возможности реинвестиций заработанных средств, например, в новые разработки. Актуальным остается вопрос использования основного нематериального актива – объектов интеллектуальной собственности - в бизнесе, их значимость и потенциальная прибыльность весьма недооценена и поэтому практически не может быть оформлена в качестве залога по кредиту.

Важно понимать, что развитие российского интернет-экспорта напрямую зависит не только от усилий, прилагаемых менеджментом российских интернет-компаний и разработчиками, но и от государственной поддержки.

Условия ведения бизнеса могут быть улучшены корректировкой и уточнением законодательства по ряду вопросов, касающихся таможенных процедур, интеллектуальной собственности, налоговой нагрузки. Данное исследование раскрывает основные проблемные вопросы, связанные с экспортом товаров и предоставляемыми услугами, и предлагает пути их решения.

Оглавление

1. Обзор российского интернет-экспорта.....	4
1.1. Экспорт услуг российских интернет-компаний	4
1.2. Онлайн-торговля в России	9
1.3. Мировые показатели интернет-торговли	14
1.4. Перспективы развития российского интернет-экспорта	16
2. Тенденции интернет-рынка в России.....	21
2.1 Налоговые тенденции	21
2.2 Таможенные тенденции	22
2.3 Патентование объектов интеллектуальной собственности и их охрана	25
2.4 Выводы по текущему состоянию интернет-экспорта в России	26
3. Перспективные изменения	28
3.1 Налоговые изменения.....	28
3.2 Отнесение российского юридического лица к интернет-компании	28
3.3 Репатриация валютной выручки	31
3.4 Таможенные изменения	32
3.5 Капитал под залог объектов интеллектуальной собственности	33
3.6 Патентование.....	38
4. Основные выводы	39

1. Обзор российского интернет-экспорта

1.1. Экспорт услуг российских интернет-компаний

Анализируя российский интернет-рынок можно выделить два наиболее крупных сегмента, играющих важную роль в развитии интернет-экспорта в нашей стране: электронная коммерция и интернет-услуги.

Вопрос развития экспорта интернет-услуг сформировался достаточно давно и затрагивался многими авторитетными политиками и специалистами в данной области. Согласно выступлению Д.А. Медведева от 9 июня 2015 года, инновационное развитие отрасли IT в контексте современного глобального развития имеет крайне важное значение для нашей страны. Премьер отметил, что российские интернет-компании обладают неплохими конкурентными позициями на глобальных рынках: " Поэтому у нас есть реальные возможности не только увеличить долю на внутренних рынках, но и нарастить экспорт программного обеспечения в ближайшие годы". Россия на мировом рынке приобретает статус перспективного поставщика услуг в этой области. За последние годы информационные технологии и услуги в этой сфере стали существенной статьёй сырьевого экспорта России. По данным организации Руссофт, совокупный объем продаж компаний-разработчиков программного обеспечения на российском рынке в конце 2013 года увеличился на 14% и составил примерно \$5,6 млрд. Экспорт вырос немного больше - на 17%, и достиг \$5,4 млрд. Таким образом, совокупный оборот российских софтверных компаний достиг \$11 млрд, увеличившись за год примерно на 16%.¹ Точно такой же рост доходов в 2013 г. определило рейтинговое агентство «Эксперт РА». Однако, несмотря на такие темпы роста, рынок IT сегодня составляет не более 1% от ВВП России.

¹ Руссофт 11-ое ежегодное исследование "Экспорт российской индустрии разработки программного обеспечения 2014"

Совокупный оборот российских софтверных компаний (включая IT-услуги и продажи лицензий вендоров) в 2013 г.	Более \$11 млрд
Экспорт ПО и услуг по его разработке в 2013 г.	\$5,4 млрд
Совокупная численность персонала компаний экспортеров	Не менее 130 тыс. чел
Численность персонала центров разработки российских компаний за пределами России	Около 25 тыс. чел
Общее количество разработчиков ПО в России	Не менее 430 тыс. чел
Объем продаж российских софтверных компаний (продуктов и услуг) на внутреннем рынке в 2013 г.	\$5,6 млрд
Количество устойчивых российских софтверных компаний	Не менее 3000
Количество компаний, в том числе работающих на экспорт	Не менее 1600

В настоящее время порядка 58% российского экспорта IT составляют услуги по разработке ПО, остальное – программные продукты.² В целом после острой фазы мирового кризиса темпы роста российского интернет-экспорта составляли в среднем 18% в год. Если ориентироваться на прогнозы опрошенных в ходе исследования компаний, то ежегодный рост экспорта ПО в 2015 году должен составить около 15%. Особенно быстро в последние годы

² Руссофт: луч света в темном царстве или ложка дегтя в медовой бочке? <http://www.it-weekly.ru/market/brief/56252.html>

растут доходы российских компаний от разработки мобильных приложений — на десятки процентов в год.



Большинство интернет-компаний России к концу 2014 года увеличило свои доходы, хотя совокупный доход отрасли остался на прежнем уровне. Подобная ситуация стала следствием того, что в минувшем году ряд крупных игроков на рынке информационных технологий демонстрировал снижение доходов.³

Весь объем экспорта интернет-компаний можно разделить на 3 составляющих:

- услуги по разработке ПО;
- программные продукты и готовые решения;
- центры разработки ПО зарубежных корпораций в РФ.

1. Экспорт услуг по разработке ПО

Объем экспорта - \$2500 млн.

Рост экспорта - около 30%

Основной рост российского экспорта услуг по разработке ПО на протяжении нескольких последних лет обеспечивают крупные компании. Однако если прежде зарубежные продажи компаний с оборотом менее \$4 млн вообще практически не росли (по итогам 2012 г. они даже сократились на 0,4%), то к началу 2014 г. они увеличились на 8%.

³ Крупнейшие IT-компании России http://riarating.ru/corporate_sector_rankings/20140528/610618342.html

2. Программные продукты и готовые решения

Объем - \$2350 млн.

Рост экспорта - менее 18%

Снижение темпов роста экспорта программных продуктов и типовых решений, наблюдавшееся в 2010-2012 годах, судя по всему, закончилось (в 2010 г. рост составлял 30%, в 2011 г. — 20%, а в 2012 г. — 17%). К началу 2014 г. прирост экспорта программных продуктов и типовых решений фактически остался на уровне предыдущего года — 18%. Однако кардинально изменились факторы, которые влияли на этот показатель. Если в 2012 г. рост обеспечивали, в основном, крупные компании, то в конце 2013 г. значительный рост экспорта наблюдался уже у небольших предприятий (преимущественно «стартапов» с экспортной выручкой не более \$1 млн).

3. Центры разработки ПО зарубежных корпораций

Объем - \$550млн.

Рост объема экспорта - 11%

Объем инвестиций в международные центры R&D (Research and Development) по итогам на конец 2013г. - начало 2014г. составил \$550 млн. В эту сумму входят не только прямые поступления средств от поставки услуг по разработке ПО и программной инженерии материнским офисам крупных зарубежных корпораций, но также поступления от научно-исследовательских и образовательных проектов, которые реализуются зарубежными партнерами совместно с российскими университетами и академическими институтами. Рост заказов на разработку ПО и на проведение НИР в центры R&D зарубежных корпораций в России в последние годы меняется незначительно. Как правило, он находится в пределах 8–12%.

Лидерами экспорта IT-услуг на мировом рынке являются Индия и Израиль, у которых объем экспорта составляет, соответственно, 80% и 70% от общего объема оказанных услуг в стране. Хотя Россия занимает третью позицию среди мировых лидеров производства услуг IT-аутсорсинга, всего 14% объёма российского интернет-рынка идет на экспорт.⁴

По оценкам президента ассоциации «Руссофт» Валентина Макарова, позиции российских разработчиков на мировом рынке IT-аутсорсинга значительно укрепились: в последнем совместном рейтинге самых значимых IT-

⁴ «Офшорное программирование» Digit <http://www.digit.ru/columnists/20130410/400521267.html>

аутсорсинговых компаний Восточной Европы (составляется NeoIT и журналом Global Services) 8 из 10 позиций занимают члены «Руссофта».⁵

По свидетельству генерального директора российской компании Luxoft Дмитрия Лощина, оценки китайского рынка интернет-услуг являются немного завышенными. При этом Россия заслуженно занимает свое место в этом рейтинге. В последние годы условия для получения контрактов российскими компаниями стали более благоприятными. Однако и России, и Китаю далеко до Индии, которая до сих пор производит порядка 40% всех заказных программ.

Столь стремительному развитию интернет-экспорта в России способствуют следующие положительные факторы:

- низкая стоимость услуг разработки ПО в сочетании с высоким качеством, выводящая Россию в ряд перспективных стран для развития бизнеса по разработке ПО на международном уровне;
- рост культуры бизнеса и управления в российских оффшорных компаниях;
- рост потребности зарубежного рынка в высокотехнологичных разработках, что, наряду с нехваткой квалифицированных кадров для разработки ПО, также создает положительные условия для развития оффшорного программирования в России.

К слову, по прогнозам бывшего главы корпорации CISCO Джона Чемберза, треть всех существующих сегодня бизнес-корпораций незаметно уйдет со сцены в ближайшие 10 лет. Способными к выживанию окажутся лишь те из них, которые перенаправят свое развитие в сферу цифровых технологий. “Грядет информационно-цифровая эпоха, которая изменит наши жизни, наше здоровье, наше образование, наши модели ведения бизнеса. Стартапы переворачивают все представления о существующих методах ведения бизнеса”. В качестве примеров таких успешных проектов Дж. Чемберз назвал Uber, Airbnb, а также ряд проектов в сфере банковского дела.⁶ Джейми Даймон, глава корпорации JPMorganChase, также отмечает наступление эры

⁵ “Вдогонку за Индией” Ведомости <http://www.vedomosti.ru/newspaper/articles/2008/02/12/vdogonku-za-indiej>

⁶ Retiring Cisco CEO delivers dire prediction: 40% of companies will be dead in 10 years Business Insider <http://www.businessinsider.com/chambers-40-of-companies-are-dying-2015-6#ixzz3d7eGehxb>

“кремниевой долины”, делая упор при этом на ведущую роль стартапов в будущем обществе.⁷

1.2. Онлайн-торговля в России

Рынок интернет-торговли в России развивается за счет роста количества онлайн-покупателей, частоты и масштаба покупок в интернет-магазинах, а также увеличения цен в интернет-магазинах. Каждый из этих факторов вносит значимый вклад в развитие всего рынка, при этом текущий баланс этих факторов зависит в большой степени от экономической обстановки.

Российская интернет-коммерция имеет широкое развитие в рамках страны. Так, к декабрю 2014 года общий объём рынка интернет-торговли составил более **638 млрд рублей**. Из них 580 млрд пришлось на интернет-торговлю внутри страны, а объем трансграничной торговли составил 85 млрд. рублей. Важно отметить высокий рост заказов из-за рубежа (47 млн), основную долю которых составляют заказы из Китая. CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) России в 2009-2014 гг. был равен 42,5%. В 2014-2018 годах ожидаемый темп роста должен зафиксироваться на отметке 7% в год.⁸

Показатель	Величина
Объем рынка интернет-торговли внутри России	580 млрд руб.
Объем рынка трансграничной торговли	85 млрд руб.
Общий объем рынка	845 млрд руб.
Рост общего объема рынка	42%
Рост внутрироссийского рынка	35%

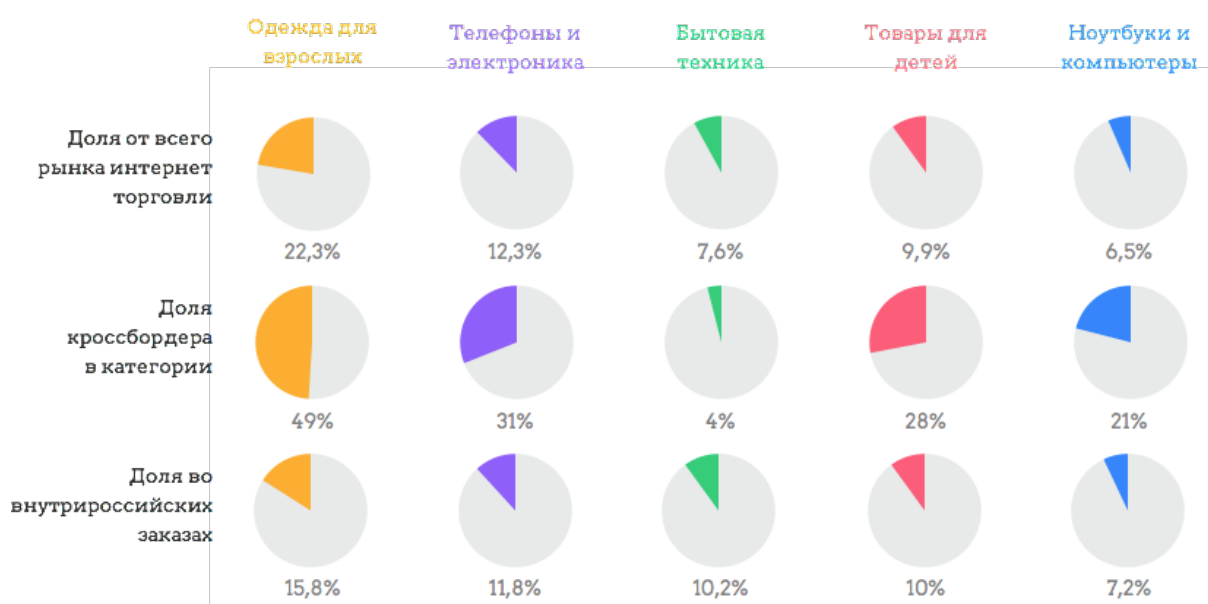
⁷ Retiring Cisco CEO delivers dire prediction: 40% of companies will be dead in 10 years Business Insider <http://www.businessinsider.com/chambers-40-of-companies-are-dying-2015-6#ixzz3d7eGehxb>

⁸ J'son & Partners Consulting: Основные события и итоги интернет-торговли 2014 года в РФ

<http://www.shopolog.ru/news/j-son-partners-consulting-osnovnye-sobytiya-i-itogi-internet-torgovli-2014-goda-v-rf>

Более 25,4 миллионов человек в стране совершают покупки потребительских товаров через интернет. Самой большой товарной категорией по количеству онлайн-покупателей и доле от всего оборота интернет-рынка является электроника, на этот сегмент приходится 11 миллионов покупателей и 25% (187 млрд. руб) оборота интернет-коммерции России. Онлайн-продажа одежды занимает 16.1% с оборотом в 104 млрд. рублей. Высокие показатели наблюдаются также в продаже техники для дома (13,3%), компьютерной техники (11%), а также товаров для детей (8,4%).

Товарные категории, Топ-5



Оборот компаний-лидеров Рунета растет стремительно. Совокупная выручка «Топ-30» компаний Рунета по версии Forbes в 2013 году выросла на 31%, до \$8,5 млрд (в 2012-м - на 40%), при этом на долю интернет-ритейлеров приходится около 65% этой выручки.

Название	Число сотрудников	Год основания	Выручка
Юлмарт (Ulmart.ru) 10 млн пользователей участвуют в программах лояльности	6500	2008	\$1021 млн
Ситилинк (Citilink.ru) 277 258 человек в сутки — средняя посещаемость сайта	3000	2008	\$868 млн
Wildberries (Wildberries.ru) 2,5 млн покупателей	4500	2004	\$530 млн
Ozon (Ozon.ru, Sapato.ru, Ozon.travel) 1,7 млн авиа- и железнодорожных билетов за год	2270	1998	\$350 млн
Biglion (Biglion.ru) 5000 заказов в сутки на товары	1500	2010	\$334 млн
Холодильник.ру (Holodilnik.ru) \$10–15 млн инвестиций	755	2003	\$310 млн

Технопоинт (Technopoint.ru) 90 000 посетителей сайта в сутки	нет данных	2011	\$260 млн
Enter (Enter.ru) 3,7 млн заказов за год — в 2,7 раза больше, чем в 2012 году	2300	2011	\$207 млн
Утконос (Utkonos.ru) 30 000 наименований товаров в каталоге	3000	2000	\$200 млн

По версии журнала “Forbes” был также сформирован рейтинг крупнейших интернет-компаний России. Однако в него не включены b2b-компании, российские филиалы международных компаний, компании, основной бизнес которых создавался не в интернете.⁹

Название	Число сотрудников	Год основания	Выручка
Yandex (Yandex.ru) 250 млн запросов в день	4500	2000	\$1220 млн
Mail.ru Group (Mail.ru) Более 100млн уникальных посетителей со всего мира	более 3000	1998	\$860,5

⁹ 10 крупнейших интернет-компаний России: рейтинг Forbes <http://www.forbes.ru/reitingi-photogallery/251148-10-krupneishikh-internet-kompanii-rossii-reiting-forbes/photo/1>

Вконтакте (Vk.com) 60млн пользователей — суточная аудитория	нет данных	2006	\$215 млн
РБК (Rbc.ru, Qip.ru) более 72млн человек — ежемесячная аудитория	1500	1993	\$168
Афиша-Рамблер-СУП (LiveJournal.com, Rambler.ru, Afisha.ru) 37,2 млн человек — общая аудитория	1500	2013	\$133 млн
iFree В 100 государствах доступны продукты и услуги iFree	650	2001	\$130 млн
Game Insight (Game- insight.com) 250 млн человек — игровая аудитория	900	2010	\$110 млн
2ГИС (2gis.ru) 20 млн человек пользуются сервисом	3000	1999	\$97 млн
Superjob (Superjob.ru) 920 000 работодателей пользовались услугами Superjob	192	2000	\$65 млн

Трансграничные покупки – самый быстрорастущий сегмент российского рынка интернет-торговли. За 2014 год онлайн-покупатели сделали 47 миллионов заказов в иностранных интернет-магазинах и получили 75 миллионов посылок из-за рубежа, что в три раза больше, чем в 2013 году. Объем рынка трансграничных покупок за 2014 год составил 85 миллиардов

рублей, то есть 13% от всего объема покупок россиянами материальных товаров в интернет-магазинах. Основной стимул роста трансграничной интернет-торговли - наличие ассортимента товаров, которых нет в России, и низкая стоимость покупаемой продукции. Главным локомотивом роста трансграничной интернет-торговли в 2014 году стал Китай – его доля по числу заказов увеличилась почти в два раза, с 45 до 72%, в течение одного года. В обороте рынка трансграничной торговли доля китайского направления ниже – только 55% – в силу скромного среднего чека, который для заказов из Китая вдвое ниже, чем для европейских.

1.3. Мировые показатели интернет-торговли

По оценке международной консалтинговой компании A.T. Kearney, в 2014 году общемировой объем интернет-торговли достиг 839,8 млрд долларов, увеличившись по сравнению с прошлым годом на 21%, и в дальнейшем прогнозируется еще больший рост, ожидается, что объем рынка интернет-торговли в 2016 г. вырастет почти до \$2 трлн.¹⁰ Несмотря на то, что по показателям этого года Китай уступил США первенство в сфере интернет-коммерции, в будущем у него наибольшие перспективы. Если ранее китайская продукция считалась дешевой и некачественной, то сейчас ситуация меняется, появляются новые китайские бренды - лидеры рынка, которые пользуются доверием потребителей - Alibaba, Tmall, и JD.com.

Основными преимуществами интернет-магазинов Азии является **развитая система доставки товаров**. Высокие объемы товарооборота и частота заказов приводят к тому, что партии товаров отправляются в другие страны очень быстро. Этому способствует и разветвленная сеть посредников в разных странах мира. К тому же азиатские магазины стремятся постоянно повышать качество своих услуг, поэтому количество мошенников не слишком высоко, что также положительно сказывается на общем рейтинге. Китайские интернет-магазины активно используют социальные сети, системы комментариев, которые влияют на принятие решения о покупке. Информация о товарах в китайских магазинах обновляется гораздо быстрее, чем в магазинах других стран.

На примере столь быстрого завоевания доверия потребителей всего мира можно сделать вывод о том, что **правильно построенная логистика** решает очень многое в сфере электронной экспортной коммерции, а потому

¹⁰ Тенденции мировой интернет-торговли <http://провэд.рф>

российские интернет-магазины должны создавать (при поддержке государства на первых порах) логистические хабы, включающие в себя продуманные организационно-технические мероприятия по доставке и учету товаров.

Ярким примером успешного бизнеса в сфере интернет-коммерции является китайская публичная компания Alibaba Group. Эта компания контролирует 80% китайского рынка e-commerce, доставляет почти 60% торговых посылок в стране и генерирует 2% ВВП. В ближайшем будущем Alibaba может стать первой компанией в области электронной коммерции, которая будет обрабатывать \$1 трлн покупок в год (рост выручки только за прошлый год составил 51%). Именно поэтому инвесторы оценивают её на равных с Amazon. Первичное публичное размещение Alibaba стало громким событием интернет-рынка. Компания разместила акции по цене 68 долларов и привлекла рекордные для американского фондового рынка \$21,8 млрд. На закрытии торгов в четверг акции Alibaba стоили \$109,82, а рыночная капитализация оценивалась в \$266,56 млрд, уступая среди интернет-компаний лишь Google.

На сегодняшний день у Alibaba уже есть международная коммерческая платформа Aliexpress, которая специализируется на розничных продажах. Однако на Taobao, как и на eBay, пользователи могут продавать товары друг другу. Taobao — один из ключевых ресурсов компании Alibaba. Запущенный в 2003 году в Китае, сервис смог практически вытеснить с местного рынка eBay. В ближайшее время Alibaba планирует запустить международную версию своей онлайн-площадки для купли-продажи товаров Taobao, которая напрямую конкурирует с eBay. По словам гендиректора компании Джека Ма, новая версия Taobao будет доступна на нескольких мировых языках, включая английский, и пользоваться ею смогут покупатели по всему миру. Задумываясь о глобальном рынке, предприниматель не забывает о родине: с помощью интернета Ма планирует не только создать новые рабочие места и стимулировать развитие экономики, но и сделать Китай более открытой и прозрачной страной.¹¹

В 2014 году лидирующую позицию на рынке экспорта интернет-торговли заняли компании Северной Америки. Международная консалтинговая компания A.T.Kearney выделила крупнейшие мировые рынки по объемам интернет-торговли: США, Китай, Великобритания. По итогам 2014 года крупнейшие американские интернет-магазины - Amazon, Ebay, Itunes и другие

¹¹ Alibaba запустит международную версию конкурирующего с eBay сервиса <http://lenta.ru/news/2014/11/21/taobao/>

- по-прежнему удерживали пальму первенства на мировых рынках по объемам прибыли и продаж и заметно обогнали азиатские торговые площадки. Стоит заметить, что многие из наиболее развитых магазинов начинали с продажи одной товарной категории.

Компания Amazon в первые годы своего создания продавала только музыкальные диски, с течением времени ассортимент товаров увеличивался, что привело к значительному расширению компании. Сейчас он насчитывает 34 товарных категории. Компания представлена в более чем 10 странах мира, а доставка товаров осуществляется по всему миру. Годовой доход компании Джеффа Безоса (Amazon) всего за год поднялся на 22% — с \$61,09 до \$74,45 млрд. Чистая прибыль при этом увеличилась в семь раз — с \$39 до \$274 млн.¹²

Вторым крупнейшим игроком на рынке интернет-коммерции США является Ебай, который за 4 года сумел стать мировым лидером электронной коммерции. Уже в 1999 году Ебай поглотил большую часть своих конкурентов, став монополистом рынка. Одним из наиболее важных приобретений компании стала покупка PayPal, используемая как система оплаты аукционов. На сегодняшний день торги на eBay осуществляются бесперебойно. Это уже не только аукцион, но и крупнейшая в мире система продаж, работающая по принципу интернет-магазина.¹³

1.4. Перспективы развития российского интернет-экспорта

В 2014 году Россия была включена в список стран с ожидаемым ростом рынка интернет-торговли: по оценкам J'son & Partners Consulting, в последние пять лет объём этого рынка рос в среднем на 42,5% в год и в 2014 году превысил 683 млрд рублей, а к 2018 году он достигнет 960 млрд рублей. В рамках отдельных категорий товаров аналитики отметили высокую конкуренцию в торговле бытовой техникой и электроникой, одеждой и обувью, в сфере доставки блюд и в продажах электронных книг. Всего на российском рынке онлайн-торговли работают более 40 тысяч компаний. Несмотря на национальные особенности, наблюдаются сходные тенденции в торговле отдельными товарами.¹⁴

¹² "Годовая прибыль Amazon увеличилась в 7 раз" <http://www.3dnews.ru/799867>

¹³ Ebay: история компании <http://www.brandreport.ru/ebay/>

¹⁴ Тенденции мировой интернет-торговли <http://провэд.рф>

Учитывая стремительное развитие интернет-торговли внутри страны, необходимо переходить на качественно новый уровень продвижения отечественных товаров за рубеж. Пример экспорта софтверных услуг лишний раз доказывает, что потенциал страны достаточно велик, чтобы реализовать себя в трансграничной коммерции. К 2014 году объем экспорта интернет-торговли составил всего 5-10% от общего числа интернет-сделок внутри страны. По данным главы Национальной ассоциации дистанционной торговли Александра Иванова, импорт товаров через интернет в 2014 году составил 75–90 млн отправок при среднем чеке в \$40, а весь экспорт составляет 500–700 тыс. отправок в год. Данные цифры обусловлены рядом факторов, непосредственно влияющих на развитие трансграничной интернет-коммерции. По мнению эксперта, есть категории товаров, которые будут востребованы в других странах: сувениры, книги, российские марки одежды в США и Европе, а также международные товары, стоимость которых в России дешевле, чем в соседних государствах.¹⁵

Россия – страна, имеющая широкие возможности для экспорта не только в рамках реальной торговли, но и посредством интернета. По мнению экспертов, наибольшее распространение за рубежом могут иметь такие продукты отечественного производства, как товары легкой промышленности, а также ряд эксклюзивных товаров, производящихся только в нашей стране:

- Ювелирные украшения. Их производством занимается огромное количество компаний в разных регионах России. Учитывая тот факт, что страна богата драгоценными камнями и славится их качественной обработкой, **ювелирная продукция может стать перспективным товаром** для экспорта. Более того, стоимость большинства товаров значительно ниже, чем их аналогов на других рынках. В наше время покупатели не боятся заказывать дорогостоящие товары, к которым также относятся ювелирные украшения, через интернет. Залог успеха в этой отрасли - правильное позиционирование и гарантия высокого качества.
- Интернет-экспорт одежды и аксессуаров также весьма перспективен с учетом постепенного развития производства этих товаров. Важно учитывать тот факт, что продажа одежды - внушительный сегмент

¹⁵ “eBay откроет российским продавцам экспорт в США и Европу”, РБК http://top.rbc.ru/technology_and_media/29/01/2015/54ca64eb9a794780027832d

китайских интернет-компаний, однако не всегда их товары являются качественными: зачастую попадает бракованная продукция или же производится поставка потребителю товара сомнительного качества. В России сфера производства одежды развивается очень быстрыми темпами: широкое распространение получает множество современных эксклюзивных брендов одежды и аксессуаров, **отличающихся высоким качеством и соответствием современным модным тенденциям.**

Более того, в России производится одежда таких популярных в последнее время в мире моды брендов, как Ulyana Sergeenko, A la russe, Alena Akhmadullina, Charurin и многие другие. Именно они получают мировое признание, а их продукция пользуется спросом в любом уголке планеты. Россия становится одним из трендсеттеров мировой моды. Большое количество дизайнеров стремится завоевать признание публики, и интернет-коммерция во многом способствует этому. По качеству производства модной одежды Россия не уступает мировым лидерам, а российская продукция является востребованной и за рубежом.

- **Эко-товары.** Все больший оборот в мировой торговле набирают продажи экологически чистых товаров, произведенных с использованием натуральных ингредиентов. Такая продукция, как косметика на основе сибирских трав или иных натуральных компонентов, может иметь значительный успех, особенно в странах Европы, испытывающих недостаток экологически чистых ресурсов, используемых в данной сфере. **Экспорт товаров с приставкой “био-” также может способствовать как значительному успеху интернет-торговли, так и развитию бизнеса в дальних регионах страны,** таких как Сибирь, Урал, Дальний Восток и другие. Это в значительной мере увеличит количество рабочих мест, улучшив обстановку на региональном рынке труда.
- **Эксклюзивные товары местного производства,** такие как икра, водка, кедровые орехи, соленья, известные во всем мире, являются по большей части недоступными для большинства зарубежных жителей в связи с их высокой стоимостью в их странах. Интернет-экспорт откроет для них возможность заказа данной продукции **по более выгодным ценам,** чем в стране проживания.
- **Мелкие бытовые товары,** к которым относится сувенирная продукция, коллекционные товары, марки, предметы старины, созданные в те или

иные эпохи. Спрос на товары данной категории во всем мире является стабильно высоким, что обусловлено **вкладом нашей страны в мировую историю и ее богатым историческим прошлым**. Этот сегмент распространен как среди коллекционеров во всем мире, так и среди покупателей, интересующихся историей и традициями России.

Как упоминалось выше, объем интернет-экспорта на данный момент очень мал и составляет не более 10 % от всех интернет-продаж внутри страны. Однако потенциал развития является колоссальным благодаря, с одной стороны, эксклюзивности, качеству товаров и, с другой, заинтересованности в российских товарах покупателей во всем мире. По данным компании eBay, на этом аукционе выставлено **более 400 тыс. товаров со словом «russian» в описании**, большая часть из них относится к одежде, обуви и аксессуарам, книгам и ювелирным украшениям.

Очевидно, что русские интернет-магазины заинтересованы в продажах за рубеж. По данным компании eBay, которая заявила о своем намерении открыть аукцион для российских продавцов, за короткие сроки поступило более 10 тысяч заявок на размещение товаров от магазинов малого и среднего сегмента. Их количество может резко увеличиться до десятков тысяч. По словам представителя Eswid Алины Вашуриной, на данный момент на сервисе зарегистрировано более 60 тыс. российских магазинов, и большинство из них заинтересовано в торговле на eBay. Любой малый и средний бизнес ищет возможность увеличивать объем продаж, не вкладывая миллионы, считает Вашурина. Около 20 крупнейших российских интернет-магазинов занимают четверть рынка электронной коммерции, остальное – это небольшие и средние магазины. По данным компании Morgan Stanley, к 2015 году объем рынка электронной коммерции в России достигнет \$36 млрд. Исходя из этого, доля средних и небольших магазинов может составлять до \$27 млрд.¹⁶

Постепенно отечественные компании начинают выходить также и на китайские ведущие торговые площадки. Так, российский ритейлер АБК договорился с китайской Alibaba Group о продаже отечественных кондитерских изделий и экологически чистой еды на входящей в Alibaba торговой площадке Tmall Global. За три года сотрудничества с одной из крупнейших китайских онлайн-площадок (партнерами Tmall Global являются

¹⁶ "eBay откроет российским продавцам экспорт в США и Европу", РБК http://top.rbc.ru/technology_and_media/29/01/2015/54ca64eb9a794780027832d

американский ритейлер Costco, новозеландский Countdown, корейский Lotte Mart) АКБ планирует выйти на оборот в \$60 млн.

Другие российские компании также продают еду в Китай. Так, группа "Агро-Белогорье" успешно продает в Китай свиные субпродукты, рассказывает консультант Jos De Vries The Retail Company Ирина Болотова. На фоне падения потребительского спроса в России, снижения среднего чека, выход на китайский онлайн-рынок может компенсировать часть потерь российским ритейлерам.

Вопрос экспорта российских товаров остается открытым, необходимо, чтобы российские продавцы могли экспортировать продукцию без каких либо сложностей, связанных с бюрократическими процедурами и законодательными преградами. Ярким примером таких препон является стоимость заполнения таможенной декларации на одну посылку - около 1000 рублей, в то же время регистрация группы посылок на данный момент недоступна.

Таким образом, четко прослеживается потенциал развития сферы интернет-торговли и реальное желание отечественных интернет-магазинов быть представленными на иностранных рынках. Наибольшим потенциалом для экспорта обладают такие сегменты, как ювелирные украшения, одежда и аксессуары, органические (эко-, био-) продукты, национальные товары и предметы старины. Вместе с уровнем развития экспорта этих товаров будет увеличиваться и доля экспорта в общем объеме ВВП. Основной целью должен быть существенный вклад интернет-торговли и услуг в сфере разработки ПО в экономику страны.

2. Тенденции интернет-рынка в России

Сложившаяся ситуация с экспортом российских интернет-компаний требует принятия ряда мер, направленных на повышение экспортной привлекательности и конкурентоспособности российских товаров за рубежом. Однако помимо мер, которые могут предпринять сами компании (улучшение качества продукции и уровня обслуживания, инвестирование в человеческий ресурс и т.п.) не обойтись без государственной поддержки в этой сфере. Ниже представлены основные тенденции, которые могут иметь существенные последствия для экспорта российских интернет-компаний.

2.1 Налоговые тенденции

В последние годы российская налоговая система подвергается постоянной критике со стороны предпринимателей. По их мнению, она плохо выполняет фискальную функцию и совсем не выполняет стимулирующие, регулирующие и социальные функции по поддержке малого бизнеса. Российские интернет-компании вынуждены отчислять в общей сложности до половины получаемого дохода на налоги и страховые выплаты (носящие, по сути, налоговый характер).

Ежегодно Мировой банк (World Bank Group) и аудиторско-консалтинговая компания PricewaterhouseCoopers (PWC) проводят рейтингование налоговых систем стран мира: – Paying Taxes. В 2015 году, согласно их отчету, налоговая нагрузка в России составила 48,9% от прибыли.¹⁷

Такое высокое налоговое бремя в России способствует не стимулированию экспорта, а скорее, «утаиванию» части доходов, «серым» зарплатам и, как следствие – оттоку ценных профессиональных кадров за рубеж. Кроме того, непомерное налоговое бремя вынуждает многие компании занижать налоговую базу, вследствие чего государство недополучает значительную часть доходов за счет налогов. Множество компаний выводят свой бизнес в страны с более благоприятным налоговым климатом (офшоры), в результате чего, бюджет также недополучает важную часть доходов, а ведь эти суммы могли бы оставаться внутри страны (о возможном пути решения будет сказано ниже).

¹⁷ С.Джаарбеков. Налоговая нагрузка. <http://taxslov.ru/n180.htm>

В связи со сложившейся ситуацией, в России развиваются лишь сырьевые отрасли, финансы, услуги и торговля. В сравнении с США российские предприятия платят в среднем в 4 раза больше налогов.¹⁸ Образованные и ценные кадры – инженеры, физики, химики, программисты и др. – покидают страну, стремясь к более выгодным условиям труда за границей.

К сожалению, упрощенная система налогообложения (УСН) или ЕНВД не решают данную проблему, так как они подходят в основном для малых предприятий, работающих с населением. С компаниями, освобожденными от уплаты НДС, крупные и среднего размера предприятия сотрудничают неохотно. Кроме того, выгоды от таких режимов в секторе интернет-компаний не столь велики, так как выплаты с фонда оплаты труда (НДФЛ и страховые взносы) продолжают взиматься.

2.2 Таможенные тенденции

На сегодняшний день, таможенная статистика по экспортной деятельности продолжает оставаться несовершенной. Например, за январь-апрель 2015 г. российские экспортеры получили выручку на сумму 121322,5 млн долл., что составляет лишь 71,2% от аналогичного периода за прошлый год (170366,9 млн долл.).¹⁹ Неблагоприятно на экспорте России сказались также введенные экономические санкции (в особенности на компаниях, работающих на импортном сырье и оборудовании).

Сегодня наблюдаются определенные позитивные сдвиги в сфере интернет-торговли. Исследование, проведенное компанией Ipsos при поддержке PayPal, показало, что ряд интернет-магазинов приносит выручку от 5 до 10% за счет иностранных покупателей. При этом, данный процент мог быть значительно выше при условии упрощения ряда таможенных и бюрократических процедур, которые имеют место на сегодняшний день. Без государственной поддержки российский экспорт интернет-компаний не выйдет на мировой уровень и останется, по словам главы Национальной ассоциации дистанционной торговли Александра Иванова, в «микроскопических размерах».²⁰

¹⁸ Почему не выгодно производить в России? <http://partyadela.ru/who-we-are/what-to-do/pochemu-ne-vygodno-proizvodit-v-rossii/>

¹⁹ Таможенная статистика внешней торговли http://www.customs.ru/index2.php?option=com_content&view=article&id=21234&Itemid=1977

²⁰ Российские интернет-магазины стали интересны иностранным покупателям. В.Серегин, В.Смыслов, РБК, 26.11.2014г. http://top.rbc.ru/own_business/26/11/2014/54731deacbb20f82bf149dd7

Некоторые российские интернет-магазины вышли на американский интернет-аукцион eBay. По словам главы компании eBay в России Владимира Долгова, российские экспортеры подали свыше 10 тыс. заявок на подключение к системе, и их количество может увеличиться до нескольких десятков тысяч.²¹

Подобная ситуация является прямым свидетельством того, что российские товары интересуют зарубежных покупателей и представляют значительный экспортный потенциал.

Однако для экспортеров российских потребительских товаров все еще продолжает сохраняться ряд препятствий, в частности, связанных с отправкой посылок за рубеж иностранному покупателю.

Как поясняет глава Ассоциации развития электронной коммерции Герман Клименко, российский интернет-магазин не может быстро оформить отправку товара почтой: существуют трудности как юридические, так и связанные с непониманием сложной процедуры отправки. В результате многие компании, завозят товар на склады, к примеру, в Прибалтике, откуда продукция вывозится по «теневым» схемам. Имеет место и схема отправки, при которой товар отправляется из России от имени физического лица. Таким образом поступают многие российские интернет-магазины: отправляют посылки от имени физических лиц, т.к. 80% посылок, отправляемых от имени организации, возвращается таможенными органами без каких-либо объяснений.²²

Необходимо также стимулировать Почту России к заключению межпочтовых соглашений с соответствующими службами других стран, чтобы избежать суммирования тарифов на экспортную доставку.

Для комплексного стимулирования экспортной деятельности необходимо введение значительного упрощения процедур таможенного оформления как товаров, так и объектов интеллектуальной собственности.

Сегодня очевидно, что интеллектуальная собственность (программное обеспечение, базы данных, программные продукты, бренды – товарные знаки и знаки обслуживания и пр.) начинает обладать все большей ценностью, а зачастую становится основным объектом получения дохода для интернет

²¹ Российские интернет-магазины стали интересны иностранным покупателям. В.Серегин, В. Смыслов, РБК, 26.11.2014г. http://top.rbc.ru/own_business/26/11/2014/54731deacbb20f82bf149dd7

²² Там же.

компаний. В связи с этим российские продукты интеллектуального труда конкурентоспособны. Однако в силу сложившихся обстоятельств (высокая налоговая нагрузка на компанию, как следствие – отсутствие мотивации у работников, сложная и непонятная процедура отправки посылок и т.п.) российский экспортный потенциал не может быть раскрыт на данный момент в полной мере. Именно поэтому лидирующие позиции в мире занимают иностранные компании.

Говоря о таможенных проблемах в этой области, следует отметить серьезные затруднения, возникающие у российских компаний, стремящихся выйти на международный рынок. Одним из таких сложных вопросов, безусловно, является налогообложение подобных операций, и, прежде всего, проблема НДС. В Налоговом кодексе РФ существует достаточно противоречивая трактовка передачи имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности как объекта налогообложения по НДС. Это связано с тем, что в гл. 21 НК РФ оборот имущественных прав на объекты интеллектуальной собственности с точки зрения налогообложения приравнивается к реализации услуг.

По словам адвоката коллегии “Таможенный адвокат” Оксаны Курочкиной, сложившаяся правоприменительная практика показывает, что в зависимости от разнообразных условий договоров суды по-разному оценивают ситуацию с НДС в спорах налоговых органов и налогоплательщиков.²³ Связано это с тем, что нередко из содержания договора достаточно сложно определить, что именно продается – “экземпляр программы” (товар, диск) либо “одна единица комплексных имущественных прав на программный продукт”, а также какие именно услуги были оказаны.

Определенные сложности возникают у экспортеров потребительских товаров в связи с **несовершенством платежных систем.**

Насущным вопросом является на сегодняшний день то, что практически все российские банки используют технологии защиты карт при проведении интернет-транзакций (например 3D-secure и пр.) – это является одним из условий более низких ставок по интернет-эквайрингу. Однако многие американские банки не поддерживают такие технологии, что в итоге приводит к отказу в проведении операции по картам. Один из вариантов выхода из сложившейся ситуации – это оплата через PayPal, а также через внедрение и

²³ Сложности с НДС при экспорте результатов интеллектуальной деятельности. О. Курочкина. http://www.alta.ru/expert_opinion/29868

унификацию иных платежных систем. Как отмечают владельцы некоторых российских интернет-магазинов, работающих на экспорт, с начала приема платежей через PayPal оборот увеличивается на несколько процентов.²⁴

Из всего этого следует необходимость **некой унификации, проведения единой фискально-эквайринговой политики** на уровне банковских систем с поддержкой государства для разрешения сложившейся ситуации.

2.3 Патентование объектов интеллектуальной собственности и их охрана

Структура рынка интеллектуальной собственности характеризуется его фрагментарностью и неоднородностью. Это проявляется в ограниченном характере и относительно статичных показателях развития ряда его сегментов, связанных с инновационной деятельностью, а именно запатентованных изобретений, промышленных образцов, получения правовой охраны на товарные знаки и знаки обслуживания.

Другая важная особенность защиты прав интеллектуальной собственности связана со спецификой структуры патентообладателей в странах Таможенного союза. Так, в отличие от развитых стран, где наиболее крупными патентообладателями являются большие компании, в странах ЕЭП обладателями запатентованных изобретений в основном являются научно-исследовательский сектор (25–35%), вузы (20–30%) и физические лица (15–25%). Доля предприятий составляет лишь 5–15%.²⁵ В этой тенденции явно проявляется ограниченная практическая значимость запатентованных изобретений.

Недостаточно полно в законодательстве разработан и правовой механизм защиты объектов промышленной собственности, экспонируемых на выставках до подачи заявок в национальное патентное ведомство. Показ новейших образцов продукции, последних изобретений, полезных моделей, является одной из основных целей выставок. Это дает возможность изобретателям вести прямой маркетинг своих разработок, оценивать интерес к ним рынка, находить потенциальных покупателей. В то же время, если выставляемым

²⁴ Российские интернет-магазины стали интересны иностранным покупателям. РБК, http://top.rbc.ru/own_business/26/11/2014/54731deacbb20f82bf149dd7

²⁵ Охрана интеллектуальной собственности в инновационной, технологической и военно-технической сферах. О. Л. Курочкина \Имущественные отношения в Российской Федерации. 2013 № 3 <http://customs-advocate.ru/ru/publications/sendvalues/51>

экспонатам не обеспечивается правовая защита путем их патентования, то раскрытие сущности изобретения создает реальную возможность его несанкционированного использования, а также может опорочить новизну и создать, таким образом, дополнительные помехи при дальнейшем патентовании.

В целом же развитие рынка интеллектуальной собственности в большинстве стран ЕЭП эксперты в основном оценивают как зачаточное. Основной причиной этого, как уже отмечалось, видится **невысокий спрос бизнеса на инновации**. Как следствие – выраженные тенденции снижения патентной активности, низкая степень поддержания в силе патентов, незначительное число заявок на получение патентной защиты за рубежом, а также ограниченная доля инновационных предприятий (не более 11–12%) и незначительная доля инновационной продукции (до 6–7%) в ее общем объеме. Последние показатели в 5–6 и более раз уступают аналогичным показателям, характерным для развитых стран.²⁶

Таким образом, на сегодняшний день рынок интеллектуальной собственности в России **не соответствует потребностям инновационного развития экономики**, находится в состоянии стагнации, при том, что имеются все возможности и благоприятные условия для существенного повышения динамики его развития²⁷.

2.4 Выводы по текущему состоянию интернет-экспорта в России

Таким образом, при сложившихся тенденциях российский экспортный рынок будет продолжать развиваться мелкими неторопливыми шагами. Российским интернет-компаниям нужна эффективная и мощная государственная поддержка для выведения экспорта продукции российского производства и результатов интеллектуальной деятельности на уровень мировых конкурентных лидеров.

²⁶ Охрана интеллектуальной собственности в инновационной, технологической и военно-технической сферах. О. Л. Курочкина // Имущественные отношения в Российской Федерации .2013 № 3 <http://customs-advocate.ru/ru/publications/sendvalues/51>

²⁷ Основные положения долгосрочной государственной стратегии в области интеллектуальной собственности. Концепция государственной стратегии интеллектуальной собственности. Захаров А. В., Леонтьев Б.Б. http://www.ural-vebis.ru/uploads/file/b_b_leontev_koncepciya_gosudarstvennoy_strategii_is.pdf

Развитию интернет-экспорта препятствует несколько факторов:

- Специфика экспорта программного обеспечения и услуг IT-аутсорсинга нуждается в корректировке с точки зрения юридического регулирования. Имеет место ряд сложностей при оформлении каждой отдельной сделки экспорта программного обеспечения и IT-услуг.
- Механизмы финансирования российских интернет-компаний также недостаточно разработаны, сегодня кредиты обычно выдаются под залог имеющихся у компании материальных объектов. Однако если компания обладает только объектом интеллектуальной собственности (или же оценивает его значительно дороже по сравнению с материальными балансовыми активами), ей очень сложно (и практически нереально) получить кредитование под данный объект в рамках российской банковской системы.
- Незрелость венчурного финансирования мешает развитию новых интернет-компаний, экспорта интернет-продукции, тормозит внедрение новых информационных продуктов.
- Недостаток кадров в данной отрасли вызван отставанием системы образования от современных требований и сложностью привлечения квалифицированных специалистов из стран ближнего зарубежья.
- Существующие реалии ведения интернет-бизнеса порой вынуждают фирмы, занимающиеся разработкой ПО, выводить свою деятельность за рамки закона, т.е. действовать на «сером» рынке. Зачастую исполнителями заказов являются физические лица, «работающие на дому» и официально не зарегистрированные, и, соответственно, не уплачивающие налогов. То же самое может быть сказано и о мелких фирмах.
- Расширению экспорта мешает недоверие зарубежных партнеров к российской отрасли IT. Нестабильность таможенного и налогового законодательства не добавляет привлекательности российскому интернет-рынку.

Указанные проблемы российским интернет-компаниям сложно решить только самостоятельно. Поэтому для максимального прироста экспорта в России необходимо осуществление государством мероприятий, направленных на поддержку и развитие информационных технологий, и совершенствование законодательной базы.

3. Перспективы и изменения

3.1 Налоговые изменения

Для развития экспорта российских интернет-компаний оптимальным видится частичное снижение налогового бремени. **Возможность частичного снижения или полного отказа от уплаты НДС** даст возможность российским интернет-компаниям высвободить больше капитала для реинвестирования – в инновации, стимулирование работников, закупку дополнительного оборудования для модернизации производства и пр.

На данный момент существуют некоторые налоговые льготы компаниям-разработчикам в России – речь идет об аккредитации через Минкомсвязи для получения возможности снижения уплаты страховых взносов с 30% до 14%.²⁸ Однако данная мера не может в полной мере обеспечить существенное увеличение экспорта интернет-технологий. К тому же не стимулирует это и расширения электронной торговли товарами, т.к. интернет-магазины не попадают под категорию компаний-разработчиков (хотя и располагают огромным экспортным потенциалом).

3.2 Отнесение российского юридического лица к интернет-компаниям

Безусловно, претендовать на полное или частичное освобождение от налоговых льгот должно быть возможно только для тех компаний, которые **действительно имеют реальный экспортный потенциал** – то есть занимаются разработками объектов интеллектуальной собственности и продажей имущественных прав на эти объекты за рубеж, – а также для экспортеров российских товаров на иностранные рынки.

Для того чтобы определить четкие условия такого статуса – «российская интернет-компания» – необходимо определиться с рядом основных условий, при которых такая компания получает определенные льготы со стороны государства в обмен на «продвижение» российского интеллектуального продукта и потребительских товаров за рубежом.

На сегодняшний день существуют определенные разработки у Инновационного центра “Сколково”, которые могут быть взяты за основу при разработке

²⁸ Аккредитация ИТ-компаний. Официальный сайт Минкомсвязи. <http://www.minsvyaz.ru/ru/activity/govservices/1/>

основных ключевых моментов определения интернет-компания (экспортера) в сфере интеллектуальной собственности. В отношении же фирм электронной коммерции следует исходить из объемов выручки от экспорта товаров в процентном соотношении к общему объему выручки компании.

В любом случае потребуются создание Экспертного совета при Президенте, который был бы наделен полномочиями по рассмотрению в каждом индивидуальном случае заявок от претендентов на государственную экспортную поддержку в виде налоговых льгот, кредитования под залог объектов интеллектуальной собственности и т.п. Данный Совет должен формироваться как из представителей государственных органов (Министерство экономического развития, налоговые и таможенные органы и иные ведомства, в чью компетенцию входят вопросы поддержки и развития экспортной деятельности), так и из представителей бизнес-кругов данной сферы, общественных организаций поддержки предпринимательства и т.п.

В Налоговом Кодексе РФ закреплены отдельные положения, касающиеся проекта «Сколково». В частности, они предусматривают освобождение от налога на прибыль организаций (при годовом объеме выручки не более 1 млрд. руб.) в течение 10 лет со дня получения ими статуса участника проекта.²⁹ Статус участника проекта может получить компания, занимающаяся исключительно научными исследованиями.

По аналогии с данным положением предлагаем закрепить положения, касающиеся экспортеров объектов интеллектуальной собственности и товаров, (см. таблицу).

²⁹ Правила осуществления исследовательской деятельности участниками проекта создания и обеспечения функционирования инновационного центра «Сколково», утверждены Советом Фонда «Сколково» 27 сентября 2013 г.

Варианты, которые могут использоваться при разработке критериев приобретения статуса “интернет-компания”:

IT-компания	Электронная коммерция
<p>1. Имеет на балансе объект интеллектуальной собственности – базу данных ЭВМ, полезную модель, промышленный образец, изобретение (зарегистрированный/поданный на регистрацию) либо занимается его разработкой</p>	<p>Объем экспорта занимает 80% и более от общего объема выручки (для уже существующих компаний)</p>
<p>2. Объем экспорта занимает 80% и более от общего объема выручки (для уже существующих компаний)</p>	<p>Для вновь созданных компаний - предлагает на рассмотрение Экспертного Совета имеющиеся бизнес-планы, стратегии развития, сведения об имеющихся поставщиках, производстве и т.п. – для принятия Экспертным советом решения о возможности предоставления всех или части льгот</p>
<p>3. Для вновь созданных компаний – предлагает на рассмотрение Экспертного совета имеющиеся бизнес-планы, стратегии развития, существующие наработки в области исследования и разработки объектов интеллектуальной собственности и т.п. – для принятия Экспертным советом решения о возможности предоставления всех или части льгот</p>	
<p>4. Имеются заключенные лицензионные договоры, иные договоры, касающиеся уступки имущественных прав, заключенные с иностранными контрагентами</p>	

Касательно упомянутого ранее вопроса вывода бизнеса в офшорные зоны, стоит отметить, что **снижение или устранение НДС для интернет-экспортеров стало бы существенным шагом для преодоления «офшорной зависимости» российского интернет-бизнеса.**

Более того, государство могло бы сильно увеличить приток налогов в страну в результате заинтересованности отечественных экспортеров (при благоприятном дальнейшем режиме экспорта) в открытии филиалов и представительств за рубежом. Это автоматически увеличило бы объем отчислений в российскую казну налога на прибыль российских компаний, полученную от деятельности иностранных представительств. **Это вполне реальная и жизнеспособная модель ведения бизнеса, но для нее необходимо создание ряда условий:**

Маркетинговые условия	Правовые условия
Правильно продуманная логистика (логистические центры, склады, вопросы перевозок и т.п.) – на первых порах потребуются государственная поддержка для их открытия.	Урегулирование вопросов двойного налогообложения.
Участие филиалов и представительств в выставках, содействие поиску новых рынков сбыта продукции.	Единообразное понимание и применение порядка исчисления и уплаты налога на прибыль российских организаций за рубежом.
Создание торговых домов, центров поддержки российских экспортеров за рубежом.	

3.3 Репатриация валютной выручки

В процессе исполнения внешнеторгового контракта компания-экспортер сталкивается с предусмотренной законодательством обязанностью по возврату в установленные сроки валютной выручки. При нарушении данных сроков компании грозит административная ответственность. Однако не всегда

в нарушении буквы закона виновата сама компания. В бизнесе, особенно на международном уровне, сильна зависимость от партнеров. Учитывая установки по репатриации валютной выручки по внешнеторговым сделкам, самое малое упущение со стороны контрагента грозит предпринимателю не только экономическими потерями, но и административно-правовыми последствиями.

В последнее время на уровне контролирующих государственных органов сформировались более или менее единообразные подходы к применению данной нормы закона, но они отражают позицию фискальных ведомств, не всегда расположенных к диалогу с участниками внешнеторговой деятельности.

Многие участники внешнеторговой деятельности при взаимодействии с налоговыми органами столкнулись с рядом проблем касательно сроков исполнения обязательств и репатриации валютной выручки по внешнеторговым контрактам.³⁰ Для соблюдения отечественными компаниями-экспортерами законодательства необходимо установить на законодательном уровне четкое понимание сроков для репатриации валютной выручки, привести к единообразию положения закона и судебной практики относительно сроков наступления обязательства по возврату валюты.

3.4 Таможенные изменения

На данный момент предпринимаются попытки на уровне государства ввести определенные упрощения в части таможенных процедур при экспорте. Так, например, согласно Распоряжению Правительства РФ от 3 апреля 2015 г. №593-р утвержден комплекс мероприятий («дорожная карта»), которые предполагается реализовать в рамках проекта «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта» – в части, касающейся таможенных процедур. Так, в соответствии с данным планом в скором времени должен быть подготовлен пакет предложений по упрощению мелкооптовой и розничной экспортной пересылки товаров на экспорт.

Одной из привлекательных мер при этом видится отмена таможенного сбора за экспорт товара не дороже 200 евро по одному транспортному документу, что сделало бы экономически более привлекательным **экспорт недорогих товаров, производимых в России** (недорогие предметы быта, комплектующие и автокомпоненты, товары народного потребления,

³⁰ Репатриация валютной выручки: истина в вине... или в невинности? А. Винокуров, В. Сальникова. Бухгалтерия.ru <http://www.buhgalteria.ru/article/n41233>

фурнитура, культурные ценности, не подпадающие под ограничения, аукционные товары и биоматериалы и др.).

По мнению финансового аналитика ИХ «Финам» Тимура Нигматуллина, отмена таможенного сбора на экспорт товаров будет иметь умеренный по силе, но широкий в плане охвата мультипликативный эффект на ряд отраслей легкой промышленности, розничной дистанционной торговли.³¹

3.5 Капитал под залог объектов интеллектуальной собственности

Многим компаниям, особенно на начальных позициях, для выхода на экспортный рынок требуется финансовая поддержка в виде заемного капитала. Российские интернет-компании, не располагающие зачастую крупными дорогостоящими объектами на балансе (недвижимость, производственные объекты, станки и оборудование), но в силу специфики своей деятельности имеющие в распоряжении потенциально прибыльный объект интеллектуальной собственности (программный продукт, база данных, ноу-хау, товарный знак, и пр.) должны иметь возможность получить банковский кредит под залог данного объекта. К тому же в современном мире, когда основные средства на балансе большинства отечественных предприятий устарели с точки зрения обеспечения кредитного обязательства, именно **исключительные права на объекты интеллектуальной собственности становятся все более привлекательными для потенциальных кредиторов**. Этот вид залога достаточно гибок, дает возможности найти оптимальный для каждого случая вариант и обеспечить совмещения прав кредитора с возможностью залогодателя эффективно использовать предмет залога в дальнейшей предпринимательской деятельности.³²

В некоторых странах государственные органы поощряют и поддерживают начинания в области высоких технологий предприятия посредством грантов, гарантий, субсидий и/или ссуд, предоставляемых на льготных условиях различными финансовыми фондами и банками, которые прямо или косвенно признают **важность интеллектуальных активов**.

³¹ Российским интернет-магазинам дадут зеленый свет на экспорт товаров. Информационный портал «АТИ-медиа. <http://ati.su/Media/PrintNews.aspx?ID=60642>

³² Кредитование под залог объектов интеллектуальной собственности. <http://www.bizstart.ru/artbiz/kreditovanie-pod-zalog-obektov-intellektualnoy-sobstvennosti>

За рубежом во многих случаях объект интеллектуальной собственности является перспективной сферой инвестирования. В качестве примера можно привести ставшие классическими вложения в медийные активы таких корпораций, как General Electric и Sony, а также в патентные активы фармацевтических компаний.

При этом, применяется важное методологическое новшество, которое дало толчок распространению данного кредитного инструмента. Если банковские риски с использованием интеллектуальной собственности в качестве объекта залога оценивались в 100%, то с покрытием объекта залога эмиссией ценных бумаг (секьюритизацией) риски снижались на порядок. Таким образом, кредиты под залог прав интеллектуальной собственности стали значительно менее рискованными при использовании технологий секьюритизации, то есть банкам стало выгодно применять их совместно с другими финансовыми инструментами.³³

В международной практике существуют два классических подхода к развитию кредитования под залог прав интеллектуальной собственности:

- 1) **Дирижистский.** Осуществляется под патронатом государства на основе потенциала банков развития. Такой подход реализован в Японии, Германии, а в последнее время очень активно используется и в Китае. В этих странах уже в середине 1990-х гг. банки развития начали практиковать выдачу кредитов под залог патентов (так называемых патентных кредитов). В структуре банков развития находятся подразделения по проектному финансированию, в том числе проектов по коммерческому использованию прав интеллектуальной собственности. Развивается синдицированное кредитование на принципах государственно-частного партнерства. Банк развития Японии, как финансовый агент правительства по реализации целевых программ структурной модернизации экономики, приступил к реализации системы так называемых патентных кредитов в 1995 г., используя в качестве залога патенты и патентные заявки, а также авторские права на компьютерные программы и базы данных. Доходы от продажи лицензий на использование прав интеллектуальной собственности уже в 2000 г. составили более 1 трлн. японских иен.³⁴

³³ Модели кредитования под залог прав интеллектуальной собственности. <http://mybanky.ru/>

³⁴ Scuka, D. Patent Market Pending [Electronic resource] / D. Scuka, C. Kitada

В Германии, помимо Немецкого банка реконструкции и развития, активизируются в качестве кредиторов прав интеллектуальной собственности региональные банки. В частности, земельный банк Рейнланд-Пфальц (Landesbank Rheinland-Pfalz) начиная с 2008 г. использовал техническую документацию научно-исследовательских проектов в качестве дополнительного обеспечения для финансирования проектов развития компаний малого и среднего размера. С 2008 г. по 2012 г. банком было осуществлено около 40 операций объемом в 140 млн. евро.

Чрезвычайно важно отметить, что Федеральная служба по надзору за финансовыми рынками Германии предоставила банкам возможность принимать патенты в качестве самостоятельного гарантийного залогового обеспечения для банковского кредитования. Некоторые банки начали использовать недавно разработанные методы оценки объектов интеллектуальной собственности.

- 2) **Либерально-частный**, или биржевой подход. Реализуется на основе потенциала частных банков, прежде всего специализированных инвестиционных банков. При этом часто в качестве гарантов выступают инвестиционные и страховые компании, а также создаются специальные юридические лица (специальные финансовые организации) в целях агрегирования патентов, выпуска и размещения ценных бумаг под требования банков. Второй подход наиболее распространен в США и Великобритании.

В США наиболее активно использовали нематериальные активы в качестве залогового обеспечения инвестиционные фонды. Доля кредитов, выданных инвестиционными фондами под залог прав интеллектуальной собственности, в общем объеме обеспеченных инвестиционных кредитов выросла с 18% (1996 г.) до 45% (2006 г.), доля кредитов, выданных небанковскими кредитными саморегулируемыми организациями, – соответственно, с 5% до 30%, банками – с 11% до 24%, то есть банки также были весьма активны. При этом объемы роялти (доходов от использования прав интеллектуальной собственности) выросли за указанный период с 60 млрд. (1996 г.) до 150 млрд. долл. США.³⁵

По оценкам Марии Лумиоти, профессора Калифорнийского университета, в общей сложности в качестве залогового обеспечения в США используется

³⁵ Vries, de D. Leveraging Patents Financially. A Company Perspective, Gabler Verlag, Wiesbaden, 2011. P. 22

примерно 18% стоимости нематериальных активов. **В Кремниевой долине выше половины всех кредитов предприятиям выдается под залог будущих прав интеллектуальной собственности.** Использование нематериальных активов в качестве залогового обеспечения приводит к росту кредитоспособности на 18%, хотя цена кредита при этом возрастает на 74%.³⁶

Определенные разработки требуются, однако они осуществимы и вполне реальны, тем более подобные случаи кредитования уже имеют место в российской практике.

Так, например, еще в 2012 г. холдингу «Система масс-медиа» удалось провести уникальную для России сделку – привлечь финансирование под залог нематериальных активов. Обеспечением по трехлетнему клубному кредиту на 1,2 млрд рублей выступили права на библиотеку видеоконтента, принадлежащие дочерней компании «Всемирные русские студии». По словам Алексея Пушмина, первого вице-президента холдинга, полученные средства были направлены на создание новых фильмов и рефинансирование части текущих долгов, что позволило увеличить объем библиотеки на 15 процентов и улучшить показатели абсолютной ликвидности. Российской интернет-компания пришлось столкнуться с проблемой непонимания большинством российских банков подобного кредитования в связи с отсутствием подобной практики в России. Попытка «монетизировать творчество» не вызвала понимания у российской банковской системы, поэтому в первый момент был выбран иностранный банк. Однако затем Сбербанк России согласился участвовать в клубе кредиторов по данному обязательству).³⁷

На примере данного кейса видно, что задача финансирования под залог нематериальных активов вполне осуществима.

В этой связи потребуется:

- определенная согласованная политика банковской системы, направленная на разработку и повсеместное применение такого способа кредитования (под залог объектов интеллектуальной собственности);

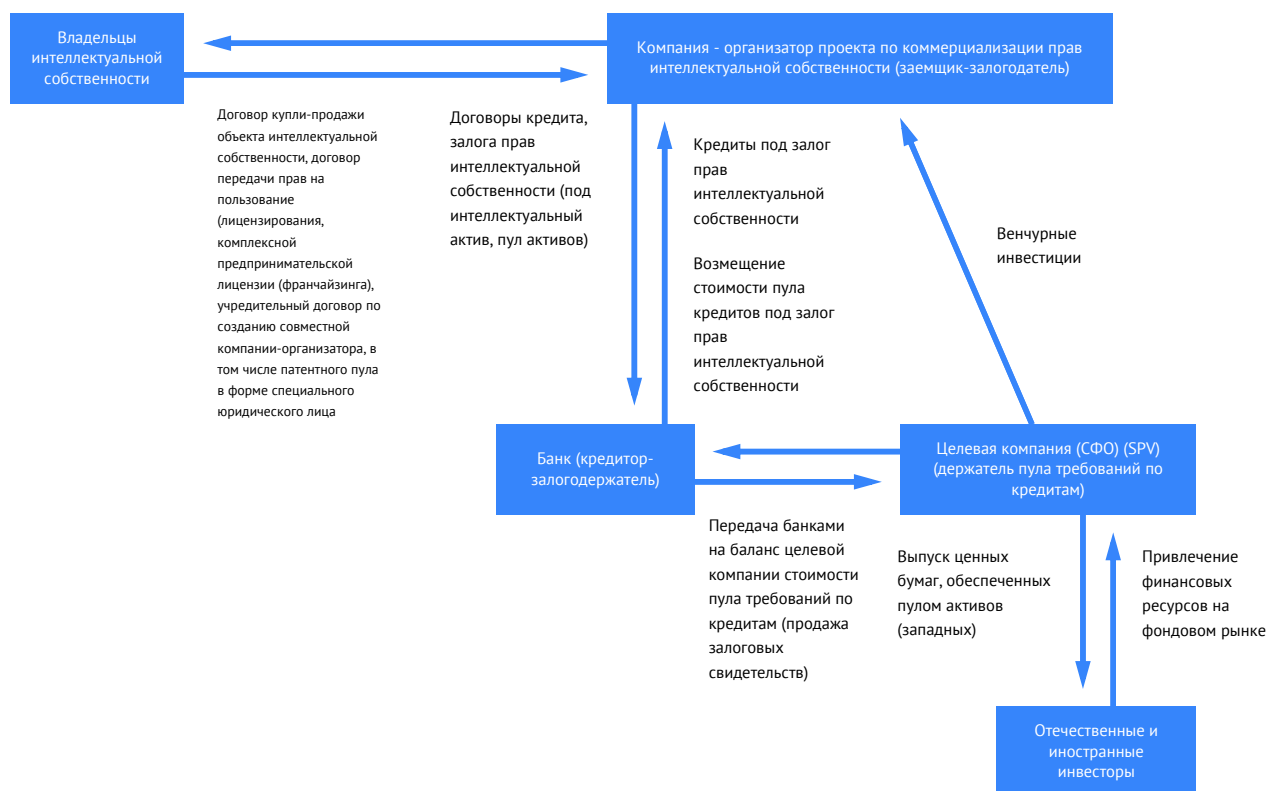
³⁶ Addressing Base Erosion and Profit Shifting. OECD, 2013. February

³⁷ “Мы первые, кому удалось привлечь кредит под залог интеллектуальной собственности”. А. Пушмин. <http://fd.ru/articles/38014-my-pervye-komu-udalos-privlech-kredit-pod-zalog-intellektualnoy-sobstvennosti>

- проведение банками экономических расчетов для разработки оптимальных схем кредитования;
- более тщательно разработанная система оценки таких активов для залога с учетом специфики объектов.

Из примера указанного кейса оценка прав на нематериальные активы проводилась по принципу возможности продаж в будущем. Для расчета стоимости библиотеки привлекались сторонние консультанты – компания SRG-Appraisal. Кроме того, независимо друг от друга оценку проводили специалисты Сбербанка и ING. В ходе переговоров была согласована устраивающая все стороны методика, которая используется с определенной периодичностью для подтверждения стоимости библиотеки в период кредитования.

Возможная схема кредитования под залог объекта интеллектуальной собственности:



Таким образом, кредитование под залог прав интеллектуальной собственности одинаково выгодно и предприятиям, и банкам. Использование в качестве залога прав интеллектуальной собственности существенно повышает

кредитоспособность и ликвидность предприятий, в особенности тех, которые реализуют затратные инновационные инвестиционные проекты. В то же время оно обеспечивает расширение источников рефинансирования банков и рост их активных операций, поскольку существенно расширяет перечень предметов залога (которые ранее ограничивались движимым и недвижимым имуществом, то есть материальными активами), трансформирует залоговые отношения как базу развития рынка ценных бумаг. Банки при этом более активно входят в качестве инвесторов в новые предприятия, креативные производства, создавая интеллектуальный капитал страны. Тем самым банки кредитуют нефинансовые предприятия не в ущерб собственной ликвидности.

3.6 Патентование

Как отмечалось в предыдущей главе, рынок интеллектуальной собственности в России находится не в самом лучшем состоянии. Однако все больше компаний осознают, что нематериальные активы зачастую приобретают большую ценность, чем материальные. **Мощное программное обеспечение и новаторские идеи все в большей степени заменяют огромные склады и фабрики в качестве основного источника дохода для большой и постоянно возрастающей доли предприятий в мире.** И даже в тех секторах, где традиционная технология производства остается доминирующей, постоянное новаторство и непрерывающийся творческий процесс становятся ключевыми для обеспечения большей конкурентоспособности предприятия на жестких конкурентных рынках как внутри страны, так и на международном уровне.

Для надлежащей правовой охраны объектов интеллектуальной собственности требуется активизация правовой охраны патентов на выставках (патентование с принципом «льгота по новизне»), содействие государства в процессе получения патентов за рубежом.

Немаловажным видится облегчение и ускорение процедуры регистрации товарных знаков и знаков обслуживания, т.к. на практике процесс получения правовой охраны на указанные объекты занимает около двух лет, что в условиях динамично изменяющегося экспортного рынка не всегда приемлемо и связано с рисками.

В целом патентная система России нуждается в большем количестве квалифицированных специалистов для ускорения сроков получения охраны на объекты интеллектуальной собственности.

4. Основнь е вь водь I

Исследования основных тенденций развития отечественных интернет-компаний в рамках перспективы увеличения экспорта в этой сфере позволило выделить основные тенденции:

1. С учетом быстро растущих темпов жизни в ближайшее время на рынке останутся те компании, которые сумеют правильно перейти в “цифровой” формат ведения бизнеса. Важную роль здесь сыграют разработчики программных продуктов, а также онлайн-поставщики товаров в любую точку мира. В этой сфере российские интернет-компании обладают огромным потенциалом: они располагают высокоинтеллектуальным техническим и управленческим человеческим ресурсом. Сегодня на мировой арене о себе заявили такие российские бренды как Mail.ru, Яндекс, и ряд других. Однако существующие в России трудности не позволяют им, а также множеству других компаний в должной мере выйти на уровень мировых лидеров в сфере интернет-технологий.
2. Россия активно работает над устранением существующих административных барьеров, препятствующих выходу интернет-бизнеса на мировую арену. Однако данные меры являются недостаточными. Необходимо также:
 - a. снизить налоговую нагрузку на отечественные интернет-компании (отменить НДС 18% для предоставления возможности реинвестирования остающихся денежных средств в оборот компании, стимулирования работников, закупки более совершенного оборудования и т.п.);
 - b. максимально упростить таможенные процедуры при экспорте продукции и отправке российскими интернет-магазинами потребительских товаров зарубежным покупателям;
 - c. установить единообразный подход к толкованию и разрешению споров в сфере вопросов экспортного НДС и возврата валютной выручки;
 - d. разработать и активно продвигать на рынке банковских продуктов процедуры кредитования интернет-предпринимателей под залог объектов интеллектуальной

собственности. Это позволит популяризировать идею ценности и огромной потенциальной прибыльности таких объектов, получения их ими правовой охраны, а также даст возможность российским компаниям получать финансирование на основании нематериального актива, которым они располагают, даже если они не обладают иными объектами на балансе (движимым или недвижимым имуществом). Компании должны быть уверены, что они могут претендовать на получение финансовой поддержки в случае потенциальной ценности их интеллектуального продукта;

- е. усовершенствовать и упростить процедуры получения правовой охраны объектов интеллектуальной собственности как на внутреннем рынке, так и за рубежом. Так отечественные интернет-компании будут чувствовать себя увереннее при выходе на мировой рынок в условиях конкурентной среды.

Учитывая внесенные изменения по гармонизации законодательной и административной базы, необходимо создать условия, соответствующие наиболее удобному и прогрессивному ведению бизнеса в отраслях интернет-торговли и в сфере разработки программных продуктов. Таким образом, повысится качество бизнес-среды, что позволит отечественным интернет-компаниям стать полноправными крупными участниками международного интернет-рынка.