

ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

А. Шайхутдинов, М. Локшин

**ОТНЯТЬ И ПОДЕЛИТЬ!
ЭФФЕКТ СНИЖЕНИЯ ПОРОГА
БЕСПОШЛИННОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ
ИНТЕРНЕТ НА УРОВЕНЬ БЕДНОСТИ
И НЕРАВЕНСТВО В РОССИИ**

Препринт WP3/2014/05

Серия WP3

Проблемы рынка труда

Москва
2014

Редактор серии WP3
«Проблемы рынка труда»
В.Е. Гимпельсон

Шайхутдинов, А., Локшин, М. Отнять и поделить! Эффект снижения порога беспошлинной торговли через Интернет на уровень бедности и неравенство в России [Электронный ресурс] : препринт WP3/2014/05 / А. Шайхутдинов, М. Локшин ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – Электрон. текст. дан. (200 КБ). – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – (Серия WP3 «Проблемы рынка труда»). – 20 с.

В этой статье мы проводим оценку возможного влияния снижения порога необлагаемой налогом суммы покупок в зарубежных интернет-магазинах на показатели бедности и распределение доходов в Российской Федерации. Исследование основано на данных РМЭЗ ВШЭ, репрезентирующих население России, а также на макроданных о совокупных объемах интернет-торговли, взятых из различных источников. Результаты показывают, что снижение порога беспошлинной торговли в большей степени затронет богатые семьи, влияние на бедные слои населения будет минимальным. Распределение собранной налоговой выручки среди беднейших слоев населения может быть эффективным способом сокращения бедности.

Ключевые слова: трансграничная торговля, интернет-магазин, порог беспошлинной торговли, пошлина, бедность, неравенство, РМЭЗ

Препринты Национального исследовательского университета
«Высшая школа экономики» размещаются по адресу: <http://www.hse.ru/org/hse/wp>

© Шайхутдинов А., 2014
© Локшин М., 2014
© Оформление. Издательский дом
Высшей школы экономики, 2014

1. Введение

В конце 2013 г. министр финансов РФ сообщил о предполагающемся в 2014 г. значительном снижении порога необлагаемой налогом суммы покупок в зарубежных интернет-магазинах. До сих пор россияне могли покупать для личного пользования иностранные товары через Интернет, не уплачивая пошлину, если суммарная стоимость не превышала 1 тыс. евро в месяц, и суммарный вес не превышал 31 килограмма. Размер пошлины при превышении указанной суммы составлял 30%. Теперь ожидается, что прежний лимит в 1 тыс. евро будет снижен до 150 евро, а размер пошлины не изменится. 5 мая 2014 г. президент РФ В.В. Путин подписал закон, позволяющий правительству РФ регулировать параметры беспошлинной интернет-торговли¹.

За последние десять лет значительно выросло количество людей, совершающих покупки через Интернет. Росла и доля россиян, совершающих покупки в зарубежных интернет-магазинах. Число входящих международных почтовых отправок «Почты России» в 2012 г. увеличилось на 26% [Аналитика ЛЭСИ, 2013]. Из-за того, что большая доля населения использует онлайн-торговлю, государственное регулирование импортных покупок может иметь существенные макроэкономические эффекты. Одним из аргументов против изменения пошлины является утверждение о том, что снижение безналогового порога может негативно повлиять на благосостояние россиян.

В этой статье мы приводим анализ воздействия предлагаемых Минфином мер на распределение доходов и уровень бедности в России. Литература по данному вопросу достаточно ограничена. Существует несколько работ, основанных на данных по США, которые посвящены анализу налогообложения интернет-торговли [Golsbee, 2000; Ellison, Ellison, 2009; Einav et al., 2014]. В исследовании ЛЭСИ ВШЭ [Аналитика ЛЭСИ, 2013] проводится разносторонний анализ влияния трансграничной торговли на розничные рынки в России. Однако нам не удалось найти работ, в которых рассматривался бы вопрос о влиянии налогообложения интернет-торговли на бедность и неравенство.

Исследование основано на данных РМЭЗ ВШЭ – панельного обследования домохозяйств, репрезентативного по России. С помощью проведенных симуляций мы обнаруживаем, что снижение порога беспошлинной торговли до 150 евро не приведет к значимым изменениям уровня бедности или неравенства. С другой стороны, распределение собранной налоговой выручки между бедными слоями населения может значительно снизить уровень бедности определенных групп населения.

¹ См. <<http://www.rg.ru/2014/05/05/torgovlya-anons.html>>.

2. Данные

Мы используем данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (далее – РМЭЗ). РМЭЗ – лонгитюдное обследование домохозяйств, репрезентирующее население России². Индивидуальный вопросник содержит вопросы о занятости, доходах, образовании и других социально-демографических характеристиках респондентов. Семейный вопросник содержит данные о составах домохозяйств, их доходах и расходах. Размер выборки РМЭЗ в 2003–2009 гг. составлял около 13–14 тыс. респондентов из 4,5–5 тыс. домохозяйств, в 2010 г. размер выборки был значительно увеличен, так что волна 2012 г. содержала 22,5 тыс. наблюдений по индивидам из 8440 домохозяйств. Выборка РМЭЗ, как и выборки большинства других национальных обследований домохозяйств, является смещенной по доходу, так что в ней недопредставлены наиболее богатые слои населения.

Начиная с 2003 г. в РМЭЗ включена группа вопросов об использовании Интернета. Вопрос об использовании Интернета сформулирован следующим образом: «Скажите, пожалуйста, приходилось ли Вам в течение последних 12 месяцев пользоваться Интернетом?» Тех, кто использовал Интернет, спрашивают: «Вы пользовались Интернетом в течение последних 12 месяцев для покупок, получения товаров и услуг?». Вопросы задавались респондентам не младше 14 лет, последний вопрос отсутствует в волне 2008 г. Вопросы РМЭЗ не дифференцируют заграничные покупки от покупок через Интернет в России.

В нашем анализе мы также используем макроданные о совокупных объемах покупок россиян из зарубежных интернет-магазинов, представленные различными источниками.

3. Дескриптивный анализ

Таблица 1 дает представление о росте использования Интернета для покупок товаров и услуг. Между 2003 г. и 2012 г. доля респондентов РМЭЗ в возрасте от 14 до 65 лет, использующих Интернет, выросла более чем в 5 раз и составила 64% в 2012 г. Количество людей, использовавших Интернет для покупки товаров и услуг, в период с 2003 г. по 2007 г. было небольшим и не превышало 3,5%. Но начиная с 2009 г. число респондентов, покупающих в Интернете, увеличивалось с темпом примерно 37–40% в год и в 2012 г. достигло 19,4%. Данные табл. 1 представлены на рис. 1. Величины 2003 г. взяты за единицу. Видно, что число интернет-покупателей увеличивается значительно быстрее использования Интернета в целом.

² Подробнее о РМЭЗ смотрите по ссылке <<http://www.hse.ru/flms/vestnik>>.

В табл. 2 для волны 2012 г. показаны средние значения характеристик индивидов, использовавших и не использовавших Интернет для покупки товаров или услуг: 71,3% респондентов, покупавших через Интернет, были в возрасте от 15 до 39 лет; 37,9% – жители Москвы, Московской области или Санкт-Петербурга; и еще 35% проживали в областных центрах. Среди покупавших через Интернет 44,3% имели высшее образование, а среди респондентов, не использовавших Интернет для покупок, с высшим образованием только 19,5%. Кроме того, среди пользующихся Интернетом для покупок значительно больше людей, в той или иной степени владеющих иностранным языком. Также из табл. 2 видно, что респонденты, покупавшие через Интернет, являются членами домохозяйств с более высокими подушевыми расходами. Здесь расходы рассчитаны как сумма совокупных затрат домохозяйства на еду, одежду, лечение, досуг, топливо, оплату различных услуг и приобретение товаров длительного пользования.

В первой колонке табл. 3 показан процент респондентов, покупающих онлайн, по распределению расходов на потребление: 41,7% респондентов, проживающих в домохозяйствах, расходы которых входят в верхние 10% распределения, пользовались Интернетом для покупки товаров и услуг. В то же время аналогичная цифра для индивидов, расходы которых входят в нижние 10%, составляет всего 4,7%. Решение о приобретении каких-либо товаров может быть совместным решением домохозяйства. Вторая колонка табл. 3 показывает процент домохозяйств, в которых был хотя бы один человек, покупавший в Интернете. Аналогично данным по отдельным респондентам, чем богаче домохозяйства, тем чаще они используют Интернет для совершения покупок.

В первой колонке табл. 4 представлены результаты пробит-регрессии, в которой зависимая переменная равна 1, если респондент использовал Интернет для приобретения товаров или услуг хотя бы один раз за последние 12 месяцев, и равна 0 – если не использовал. Основные закономерности, выявленные пробит-регрессией, интуитивно понятны: в Интернете чаще покупают более богатые, молодые, работающие и студенты, люди с высшим или средним специальным образованием, знающие иностранный язык, проживающие в Москве или Санкт-Петербурге. Кроме того, респонденты, состоящие в браке; респонденты с детьми и проживающие в домохозяйствах большего размера. Пенсионеры, безработные и неактивные на рынке труда люди используют Интернет для покупок значительно реже, чем работающие и студенты. По сравнению с жителями областных центров реже покупают в Интернете жители других городов, сел и посёлков городского типа. Во второй колонке табл. 4 представлены результаты аналогичной регрессии по домохозяйствам. Здесь зависимая переменная равна 1, если хотя бы один член домохозяйства покупал онлайн, и равна 0 – если домохозяйство не совершало покупок через Интернет. Контролируемые переменные – доли членов домохо-

зайств с определенными характеристиками. Например, доля мужчин – количество мужчин, поделенное на размер домохозяйства. Знаки почти всех коэффициентов совпадают с соответствующими знаками из регрессии по индивидам. Отдельные регрессии для каждого года с 2003 до 2011, аналогичные приведенным в табл. 4, показали, что профили тех, кто покупал онлайн, в целом были одинаковы за указанный период времени³.

4. Оценка эффекта снижения порога беспошлинной интернет-торговли на показатели бедности и неравенства

Каким образом снижение порога беспошлинной торговли с 1 тыс. евро до 150 евро в месяц отразится на распределении доходов и уровне бедности в России? Для ответа на этот вопрос мы представляем результаты симуляций, основанных на двух сценариях.

При проведении оценок по обоим сценариям мы будем исходить из ряда предположений. Во-первых, предположим, что спрос на товары зарубежных интернет-магазинов неэластичен: после снижения порога беспошлинной торговли домохозяйства продолжат приобретать там те же самые товары, что и раньше. Во-вторых, будем считать, что респонденты тратят весь свой годовой расход на покупки в зарубежных интернет-магазинах за один месяц. В-третьих, так как РМЭЗ не дифференцирует покупки в зарубежных и российских интернет-магазинах, мы предполагаем, что все, кто покупал в Интернете, покупали из-за рубежа. Ограничения, которые эти предположения накладывают на результаты, обсуждаются в следующем разделе.

После снижения порога беспошлинной торговли необходимо будет уплачивать налог в 30% от той суммы покупки, которая превышает 150 евро в месяц⁴. Если предполагать неэластичность спроса, то расходы домохозяйств на остальные товары сократятся на величину налога, уплачиваемого его членами. По курсу 2012 г. 150 евро составляли примерно 6 тыс. руб. Пусть до снижения беспошлинного порога индивид тратил на покупки в Интернете сумму X . Несложно показать, что с учетом сделанных предположений после снижения порога пошлина составит $0,3/0,7(X - 6000)$ руб. в год⁵. Из-за того, что РМЭЗ не регистрирует данных о суммах покупок через Интернет, мы вынуждены импьютировать респондентам суммы расходов на покупки в зарубежных интернет-магазинах и, соответственно, уплачиваемые ими пошлины после снижения порога до 150 евро, рассчитанные двумя разными способами.

³ Результаты здесь не представлены, но доступны от авторов по запросу.

⁴ По данным «Почты России» только 3% покупок превышали в стоимости 1 тыс. евро, поэтому до снижения порога пошлину уплачивало незначительное число покупателей [Аналитика ЛЭСИ, 2013].

⁵ Пусть респондент платит после снижения порога сумму Y , тогда $Y = X + 0,3(Y - 6000)$, где $0,3(Y - 6000)$ – налог. Выражаем Y через X и находим, что сумма налога равна $0,3/0,7(X - 6000)$.

Первый, простейший, сценарий предполагает, что все индивиды, покупающие онлайн в зарубежных магазинах, тратят *одинаковую сумму* на эти покупки. Если принять, что в 2012 г. 10% интернет-покупателей приобретали товары в зарубежных магазинах и потратили в сумме 50 млрд руб.⁶, то средняя стоимость затрат на эти покупки составит 25 тыс. руб. в год. Тогда величина пошлины после снижения порога составит примерно 680 руб. в месяц на каждого покупателя.

Во втором сценарии используется более реалистичная предпосылка: люди тратят различные суммы на покупки в зарубежных интернет-магазинах. Вероятность покупки в Интернете зависит от характеристик индивидов и домохозяйств, в частности, от величины расходов на потребление. Предположим, что величина расходов пропорциональна вероятности использования Интернета для покупок. Мы рассчитываем эти вероятности исходя из регрессии по индивидам, представленной в первой колонке табл. 4. При этом мы предполагаем, что профили тех, кто покупал в Интернете и совершал покупки в Интернете из-за рубежа, совпадают. Симулировав таким образом расходы, мы получили, что максимальная сумма трат составляет 65400 руб., в то время как средняя сумма не меняется и остается равной 25 тыс. руб.

В первой колонке табл. 5 показаны уровни бедности для различных групп населения России, рассчитанные по расходам для 2012 г. на данных РМЭЗ⁷. Душевые расходы 29% населения России в 2012 г. были ниже прожиточного минимума. Наиболее бедными были жители сел и поселков городского типа, домохозяйства с тремя и более детьми и домохозяйства большого размера.

Во второй колонке табл. 5 показаны уровни бедности после снижения порога беспошлинной торговли до 150 евро, рассчитанные по первому сценарию. Общий уровень бедности увеличился на 0,5%, и уровни бедности возрастут для различных категорий населения. Однако ни для одной из групп изменения бедности по отношению к базовому уровню не являются статистически значимыми при 95%-м доверительном интервале.

Рассчитанные по второму сценарию уровни бедности представлены в третьей колонке табл. 5. Ни для одной группы населения мы не наблюдаем статистически значимых изменений при 95%-м доверительном интервале по сравнению с первоначальной ситуацией, когда порог беспошлинной торговли был равен 1 тыс. евро.

Коэффициент Джини, рассчитанный по расходам, изначально составлял 0,462. После снижения порога беспошлинной торговли рассчитанный по первому сценарию коэффициент

⁶ По данным Центра стратегических исследований Enter Vision (<<http://www.enter.ru/research>>) и агентства Data Insight (<<http://www.datainsight.ru/>>).

⁷ Уровни бедности, рассчитанные по расходам, выше, чем уровни бедности, рассчитанные по доходам, которые предоставляет официальная статистика Росстата. Однако полученные значения хорошо соотносятся с аналогичными показателями, полученными на данных РМЭЗ в других статьях (например, [Овчарова, Попова, 2013]).

Джини составил 0,463, а по второму – 0,462. При этом не наблюдалось статистически значимых изменений.

В симуляциях, описанных выше, мы не делали предположений о том, каким образом российское правительство будет использовать возросшую налоговую выручку. Мы можем просимулировать, как изменятся показатели бедности и неравенства, если государство распределит собранную налоговую выручку среди наиболее бедных слоев населения. По данным исследования Data Insight, объемы онлайн-покупок из-за рубежа растут с темпом примерно 90–100% в год⁸. Тогда в 2014 г. число российских покупателей иностранных интернет-магазинов может вырасти почти в 4 раза по сравнению с 2012 г. Предположим, что профиль покупателей интернет-магазинов в 2014 г. не будет иметь значительных отличий от их профиля в 2012 г.

Расчитанную с помощью этих предположений налоговую выручку распределим поровну среди бедных домохозяйств. Уровень бедности изменится с 29% до 28,4% – это изменение не является статистически значимым. Коэффициент Джини снизится с 0,462 до 0,459, но это изменение также не является статистически значимым. Однако значимо сокращается глубина бедности: с 8,9% до 8,5%.

Наиболее бедными являются жители сел и поселков городского типа, а также домохозяйства с тремя и более детьми. Если распределить налоговую выручку между бедными слоями населения сельской местности, то это может привести к статистически значимому снижению уровня бедности (с 43,4% до 40,7%) и глубины бедности (с 15,5% до 13,6%). Если же распределить эти деньги между бедными семьями с тремя и более детьми, то эффект для этой группы населения будет еще более заметным: уровень бедности сократится с 50% до 39,6%, а глубина бедности с 20,1% до 11,6%⁹.

5. Робастность результатов

Из-за ограниченности данных и предположений, которые мы используем при симуляциях, наши оценки могут отличаться от эффектов, которые будут наблюдаться в реальности. Во-первых, наши симуляции подразумевают, что отсутствует эффект замещения. В реальности потребители начнут замещать относительно подорожавшие товары другими товарами, поэтому снижение благосостояния будет меньше. Следовательно, ослабление требования не-

⁸ По оценкам Data Insight, количество россиян, использовавших иностранные интернет-магазины в 2013 г., составляло почти 4 млн. См. краткий обзор по ссылке <<http://www.russiansearchtips.com/2013/11/cross-border-e-commerce-a-threat-or-an-opportunity-for-local-merchants/>>.

⁹ По данным «Почты России», поток доставок из-за границы в стоимостном выражении увеличивается только на 50% в год [Аналитика ЛЭСИ, 2013]. Если исходить из этой цифры, то распределение налоговой выручки между бедными семьями с тремя и более детьми снизит уровень бедности с 50% до 45%, а глубину бедности с 20% до 15%.

эластичности спроса приведет к уменьшению влияния вводимых мер на уровень бедности и неравенство. Действительно, авторы ряда работ на данных по США находят, что существует значительный эффект замещения. Например, Голсби [Golsbee, 2000] показывает, что если бы онлайн-торговля облагалась таким же налогом, как и офлайн-торговля, то это снизило бы количество покупок через Интернет на 25%, а потраченные на это суммы – более чем на 30%. Эллисон и Эллисон [Ellison, Ellison, 2009] приходят к выводу, что имеет место существенное замещение онлайн- и оффлайн-торговли между собой, хотя конкретные оценки они не приводят.

Во-вторых, в обоих сценариях симуляций было использовано довольно экстремальное предположение о том, что все, кто покупает онлайн, покупают из-за рубежа. На самом деле в 2012 г. только около 10% онлайн-покупателей приобретали товары зарубежных интернет-магазинов, что составляло не более 2 млн человек. Даже если это количество увеличивается с темпом 100% в год, в 2014 г. оно составит около 8 млн (40% от числа всех интернет-покупателей 2012 г.), и наши оценки влияния на бедность и неравенство все равно завышены.

В-третьих, мы предполагали, что респонденты тратят рассчитанные суммы в одном конкретном месяце. Порог беспопшлинной торговли планируется снизить до 150 евро *в месяц*. В реальности различные товары могут приобретаться в различное время, и средняя стоимость месячных трат будет меньше, поэтому уплачиваемые налоги также будут меньше¹⁰. Кроме того, индивиды могут менять свое поведение для того, чтобы экономить на налоговых выплатах там, где это возможно. Например, Эйнав и др. [Einav et al., 2014] на данных сайта eBay по США получают, что повышение в определенном штате налогов на 1% увеличивает покупки жителей этого штата через Интернет из других штатов почти на 2% и одновременно уменьшает онлайн-покупки у продавцов из этого же штата на 3–4%. Эти результаты показывают, что потребители реагируют на изменения в налогообложении и ищут способы обойти высокие налоги.

В-четвертых, в выборке РМЭЗ недопредставлены наиболее богатые слои населения. Логично предположить, что наиболее богатые домохозяйства России совершают даже больше покупок в Интернете, чем наиболее богатые домохозяйства, представленные в выборке РМЭЗ. Коррекция на это привела бы к еще меньшему влиянию на уровень бедности.

В сценарии 2 мы предполагали, что профили тех, кто покупал в зарубежных и российских интернет-магазинах, существенно не различаются между собой. В исследовании ЛЭСИ

¹⁰ В исследовании ЛЭСИ ВШЭ [Аналитика ЛЭСИ, 2013] есть данные о суммах последних покупок в зарубежных интернет-магазинах, полученные из опроса с небольшой выборкой интернет-покупателей (125–175 человек). Так, средняя стоимость покупок одежды или обуви составляла почти 6 тыс. руб., а средняя стоимость покупок электроники составляла около 13 тыс. руб.

ВШЭ (Аналитика ЛЭСИ, №14, 2013) показано, что покупатели зарубежных и российских интернет-магазинов не различаются по своему материальному положению. Хотя некоторые различия и есть (например, покупатели иностранных магазинов в среднем моложе), для наших оценок определяющими являются различия в благосостоянии.

В целом нам кажется, что результаты проведенных симуляций завышают эффект снижения порога беспошлинной торговли на бедность и неравенство по доходам. А так как эти эффекты получились небольшими по величине и статистически незначимыми, то можно заключить, что такая политика не повлияет на данные показатели.

Больше вопросов могут вызвать результаты, представленные в табл. 6. Перечисленные выше факторы показывают, что симулированная налоговая выручка завышена. Поэтому политика ее перераспределения между бедными слоями населения может быть менее эффективной. С другой стороны, при подсчете показателей из табл. 6 были также источники занижения результатов: налог собирался со всех интернет-покупателей, а не только тех, кто покупал в зарубежных магазинах. Кроме того, могут быть применены более эффективные схемы распределения налоговой выручки между бедными.

Наш анализ сфокусирован на возможном эффекте снижения порога беспошлинной торговли в терминах частного равновесия. Очевидно, данное изменение в правилах налогообложения будет иметь более широкие последствия: повлияет на государственные и частные почтовые организации, розничные сети и российские интернет-магазины. Кроме того, мера может быть эффективной в борьбе с фирмами, которые злоупотребляют существующей формой налогообложения, покупая товары из-за рубежа для продажи в России как частные лица.

6. Заключение

Наш анализ показывает, что существующая система налогообложения покупок из-за рубежа является в значительной степени регрессивной. Количество домохозяйств из верхнего доходного перцентиля, покупающих товары с использованием Интернета, в 8 раз превышает число таких домохозяйств в нижнем перцентиле. Кроме того, наиболее богатые слои населения недопредставлены в РМЭЗ, поэтому эта оценка показывает только нижнюю границу разницы в частоте покупок через Интернет между богатыми и бедными. Таким образом, снижение максимальной необлагаемой налогом суммы покупки в зарубежном интернет-магазине до 150 евро может быть примером прогрессивного налогообложения, когда более богатые платят относительно больше налогов, чем бедные. Симулированные нами эффекты снижения порога беспошлинной торговли показывают, что влияние на бедные слои насе-

ния будет минимальным и не приведет к какому-либо значимому повышению уровня бедности. С другой стороны, данная мера не приведет и к изменениям неравенства.

В то же время распределение собранной налоговой выручки между бедными слоями населения может быть эффективным способом борьбы с бедностью.

Литература

1. Овчарова Л.Н., Попова Д.О. (2013) Доходы и расходы российских домашних хозяйств: что изменилось в массовом стандарте потребления // Мир России. Т. XXII. № 3. С. 3–34.
2. Аналитика ЛЭСИ. (2013) Влияние трансграничной торговли на розничные рынки России. М.: Изд. дом Высшей школы экономики. Вып. 14.
3. Einav L., Knoepfle D., Levin J., Sundaresan N. (2014) Sales Taxes and Internet Commerce // American Economic Review. No. 104(1). P. 1–26.
4. Ellison G., Ellison S. (2009) Tax Sensitivity and Home State Preferences in Internet Purchasing // American Economic Journal: Economic Policy. No. 1 (2). P. 53–71.
5. Golsbee A. (2000). In a World without Borders: the Impact of Taxes on Internet Commerce // Quarterly Journal of Economics. No. 115 (2). P. 561–576.
6. <http://www.russiansearchtips.com/2013/11/cross-border-e-commerce-a-threat-or-an-opportunity-for-local-merchants/>

Приложение

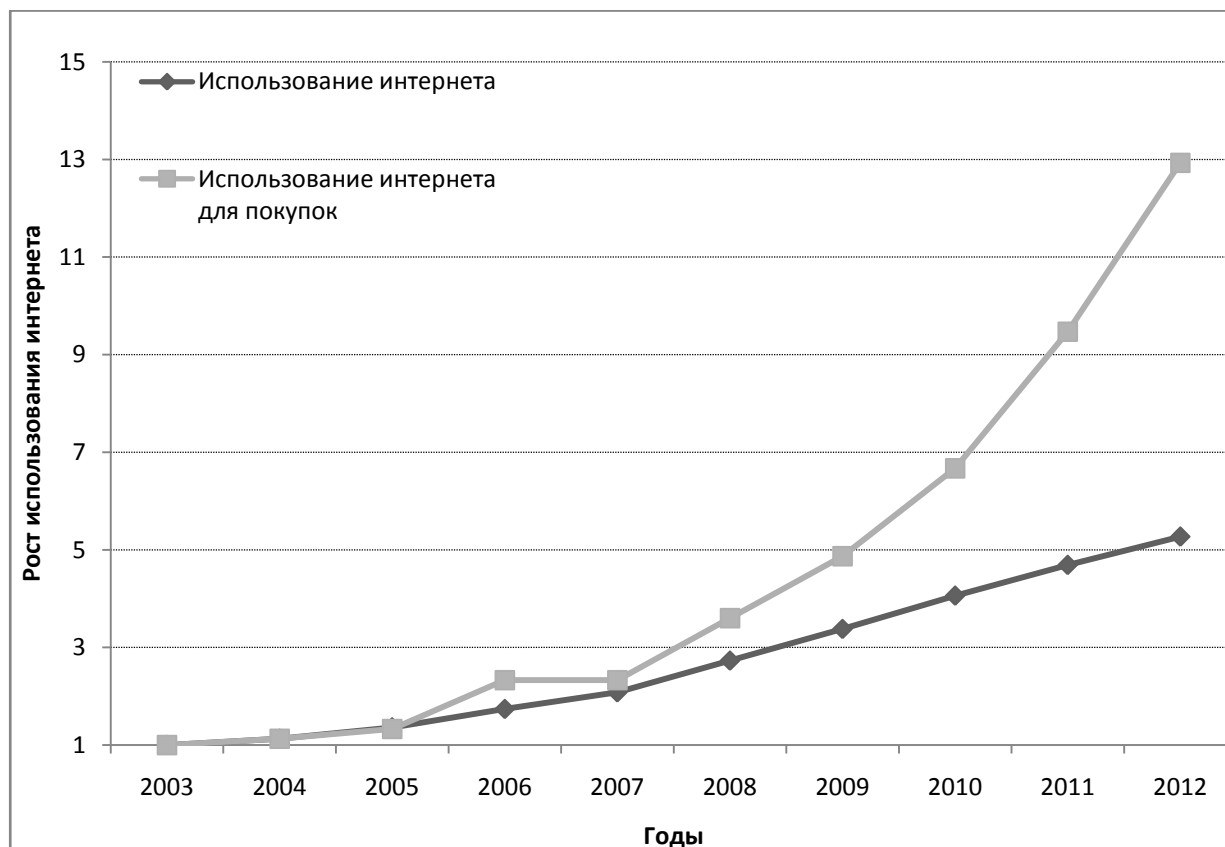


Рис. 1. Рост использования Интернета и покупок через Интернет, 2003–2012 гг., РМЭЗ

Примечание. Значения 2003 г. взяты за единицу. В РМЭЗ нет данных о покупках через Интернет для волны 2008 г., для наглядности на рисунке для 2008 г. взято среднее за 2007 г. и 2009 г.

Таблица 1. Использование Интернета и покупок через Интернет, %, 2003–2012 гг., РМЭЗ

Год	Использование Интернета		Использование Интернета для покупок	
	Процент	Стандартная ошибка	Процент	Стандартная ошибка
2003	12.1	0.33	1.5	0.12
2004	13.7	0.34	1.7	0.13
2005	16.5	0.37	2.0	0.14
2006	21.1	0.41	3.5	0.18
2007	25.2	0.43	3.5	0.18
2008	32.7	0.47	<i>Нет данных</i>	
2009	40.9	0.49	7.3	0.26
2010	49.1	0.50	10.0	0.30
2011	56.7	0.50	14.2	0.35
2012	63.7	0.48	19.4	0.40
Всего	37.6	0.48	8.4	0.28

Примечание. Использовались данные по респондентам от 14 до 65 лет.

Таблица 2. Дескриптивные статистики, 2012 г., РМЭЗ

Характеристики индивидов	Не использовали Интернет для покупок, %	Использовали Интернет для покупок, %
Всего (14–65 лет)	80.6	19.4
Всего (любой возраст)	86	14
Мужчины	44.8	42.5
14–29 лет	29	42.4
30–39 лет	20	28.9
40–49 лет	18	16.5
50–65 лет	33	12.3
Неоконченное среднее	19.3	9.6
Среднее образование	23.4	18.9
ПТУ	15.9	9.7
Колледж, техникум	22	17.6
Высшее образование	19.5	44.3
Владеют иностранным языком	17.2	42.5
Есть работа	59.5	72.9
Не работают и не ищут работу	11.4	10.5
Безработные	6	4
Студенты/школьники	10	9.9
Пенсионеры	13.1	2.9
Нет детей	65.6	53.2
Один ребенок	32	44.2
Трое и более детей	2.4	2.6
Состоят в браке	63.9	67.9
Областной центр	29.3	35
Город	25.3	18.1
Село или ПГТ	33.7	9
Москва, МО, Санкт-Петербург	11.7	37.9
Средний размер домохозяйства	3.5	3.6
Расходы д/х на душу за последний месяц	13088	22375

Примечание. В таблице приведены средние значения по выборке респондентов в возрасте от 14 до 65 лет

Таблица 3. Покупки в Интернете по перцентилю потребления, 2012 г., РМЭЗ

Перцентиль потребления	Индивиды		Домохозяйства	
	Покупки в Интернете, %	Стандартное отклонение	Покупки в Интернете, %	Стандартное отклонение
<=10%	4.7	0.21	6.0	0.24
От 10 до 20%	9.1	0.29	13.0	0.34
От 20 до 30%	10.6	0.31	16.1	0.37
От 30 до 40%	11.8	0.32	15.9	0.37
От 40 до 50%	16.7	0.37	21.3	0.41
От 50 до 60%	17.2	0.38	22.6	0.42
От 60 до 70%	24.3	0.43	30.3	0.46
От 70 до 80%	25.3	0.44	33.9	0.47
От 80 до 90%	33.0	0.47	39.5	0.49
От 90 до 100%	41.7	0.49	50.1	0.50
Всего	19.4	0.40	24.9	0.43

Примечание. В столбце по индивидам использованы данные по респондентам от 14 до 65 лет.

Таблица 4. Детерминанты использования интернета для покупок, пробит, 2012 год, РМЭЗ

Независимые переменные ^а	Индивиды ^б		Домохозяйства	
	Коэффициент	Стандартное отклонение	Коэффициент	Стандартное отклонение
Логарифм потребления домохозяйства на душу	0.356***	0.019	0.392***	0.027
Размер домохозяйства	0.036***	0.009	0.236***	0.015
Мужчины	-0.042	0.028	0.142*	0.084
<i>Образование. Пропущенная категория: техникум</i>				
Неоконченное среднее	-0.402***	0.053	-0.398***	0.105
Среднее	-0.057	0.042	-0.009	0.089
ПТУ	-0.231***	0.047	-0.124	0.105
Высшее	0.321***	0.038	0.590***	0.077
<i>Возраст. Пропущенная категория: от 14 до 29 лет</i>				
30–39	-0.169***	0.038	0.008	0.096
40–49	-0.395***	0.041	-0.263***	0.095
от 50	-0.833***	0.046	-0.733***	0.088
<i>Занятость. Пропущенная категория: работают</i>				
Неактивные	-0.129***	0.044	-0.125	0.130
Безработные	-0.256***	0.064	-0.250*	0.147
Студенты/школьники	-0.065	0.059	0.269**	0.133
Пенсионеры	-0.278***	0.067	-0.581***	0.087
Знают иностранный язык	0.322***	0.032	0.506***	0.065
Состоят в браке	0.141***	0.033	0.319***	0.059
<i>Наличие детей. Пропущенная категория: нет детей</i>				
1–2 ребенка	0.065*	0.034		
3 и более детей	0.186**	0.085		
Доля детей до 4 лет			-0.115	0.195
Доля детей от 5 до 14			-0.227	0.153
<i>Федеральный округ. Пропущенная категория: Центральный</i>				
Северо-Западный	0.554***	0.047	0.564***	0.064
Южный	0.063	0.054	0.074	0.075
Волжский	0.016	0.046	0.026	0.061
Уральский	0.343***	0.057	0.335***	0.076
СФО	0.243***	0.051	0.254***	0.067
Дальневосточный	0.069	0.078	0.183*	0.100
<i>Тип населённого пункта. Пропущенная категория: областной центр</i>				
Город	-0.161***	0.036	-0.190***	0.048
Село или ПГТ	-0.614***	0.042	-0.645***	0.056
Москва, МО, Санкт-Петербург	0.668***	0.043	0.578***	0.060
Константа	-4.293***	0.192	-5.110***	0.284
Число наблюдений	15 887		8 436	
Псевдо R2	0.244		0.293	

Примечания. *** – уровень значимости 1%, ** – уровень значимости 5%, * – уровень значимости 10%.

^а – в регрессии по домохозяйствам независимые переменные заменяются на доли людей в домохозяйстве с соответствующими характеристиками. ^б – в выборку по индивидам вошли респонденты в возрасте от 14 до 65 лет. Показаны робастные стандартные ошибки.

Таблица 5. Уровни бедности и коэффициенты Джини до и после снижения порога беспошлинной торговли, 2012 г., РМЭЗ

Характеристики домохозяйств	До снижения порога беспошлинной торговли	После снижения порога беспошлинной торговли до 150 евро	
		Сценарий 1	Сценарий 2
	Уровень бедности	Уровень бедности	Уровень бедности
Все домохозяйства	29.0	29.5	29.4
Областной центр	21.2	21.7	21.6
Город	31.9	32.5	32.1
Село или ПГТ	43.4	43.5	43.5
Москва, МО, Санкт-Петербург	14.4	15.4	15.5
Д/х без детей	23.9	24.2	24.1
1–2 ребенка в д/х	30.8	31.5	31.4
3 и более детей в д/х	50.0	50.8	50.3
Не более 4 человек в д/х	25.4	25.8	25.7
Не менее 5 человек в д/х	41.7	42.5	42.2

Примечание. Ни одно из изменений в уровнях бедности не является статистически значимым при 5-процентном уровне значимости.

Shayhutdinov, A., Lokshin, M. The effect of the changes in the taxation of cross-border e-commerce on the poverty rates and income distribution in Russia [Electronic resource] : Working paper WP3/2014/05 / A. Shayhutdinov, M. Lokshin ; National Research University Higher School of Economics. – Electronic text data (200 KB). – Moscow : Publishing House of the Higher School of Economics, 2014. – (Series WP3 “Labour Markets in Transition”). – 20 p.

In this paper we analyze the possible effect of the changes in the taxation of cross-border e-commerce on the poverty rates and income distribution in Russia. Our results suggest that lowering the limit of the value of goods for customs-free import would affect mostly rich households. The effect on the poor would be minimal. The redistribution of the collected tax revenues among poor households could be an effective measure for poverty reduction.

Keywords: cross-border e-commerce, customs duty, poverty, income distribution, Russia

*Препринт WP3/2014/05
Серия WP3
Проблемы рынка труда*

Артур Шайхутдинов, Михаил Локшин

**Отнять и поделить! Эффект снижения порога
беспшлинной торговли через Интернет
на уровень бедности и неравенство в России**