

Регулирование электронной торговли на евразийском пространстве*

УДК339.18:004.738.5
ББК 65.42
Н-403

Анастасия Алексеевна НЕВСКАЯ,
кандидат экономических наук, Национальный исследовательский
институт мировой экономики и международных отношений
им. Е.М. Примакова РАН (117418, Москва, ул Профсоюзная, д. 23) -
научный сотрудник, E-mail: a.nevskaya@hotmail.com,

Александр Викторович КОНДЕЕВ,
Национальный исследовательский институт мировой экономики и
международных отношений им. Е.М. Примакова РАН (117418,
Москва, ул Профсоюзная, д. 23) - младший научный сотрудник,
E-mail: kondeev.av@gmail.com

Аннотация

В статье рассматривается трансформация стоимостных цепочек на евразийском пространстве (в частности – в треугольнике Китай-Россия-ЕС), связанная с внедрением цифровых технологий и бурным ростом электронной торговли. Анализируется проблема возникшего в связи с этими процессами дефицита регулирования. Рассматривая альтернативные целевые модели регулирования электронной торговли в России, авторы обосновывают формирование механизма соглашения цифрового взаимодействия в сфере электронной торговли, направленного на создание благоприятных условий как для развития отечественных торговых цифровых платформ, так и для транзита товаров, реализующихся по каналам электронной торговли из Китая в Евросоюз и в обратном направлении.

Ключевые слова: электронная торговля, трансграничная электронная торговля, евразийское пространство, ЕС, цепочки создания стоимости.

Eurasian e-commerce regulation

Anastasia Alekseevna NEVSKAYA,
Candidate of Economic Sciences, Primakov National Research Institute of World Economy and
International Relations (117418, Moscow, 23 Profsoyuznaya) - Researcher,
E-mail: a.nevskaya@hotmail.com,

Alexander Viktorovich KONDEEV,
Primakov National Research Institute of World Economy and International Relations
(117418, Moscow, 23 Profsoyuznaya) - Junior researcher,
E-mail: kondeev.av@gmail.com

*Статья подготовлена при поддержке РФФИ (Проект № 18-314-00022 «Взаимодействие компаний из России и Европейского союза в рамках глобальных стоимостных цепочек») в ИМЭМО РАН.



Abstract

The article examines the transformation of value chains in Eurasia (in particular, in the China-Russia-EU triangle) stemming from implementation of digital technologies and rapid growth of electronic commerce. Thus, the issue of insufficient regulations is analyzed. Considering alternative target models for regulating the e-commerce market in Russia, the authors justify the importance of creating a common digital interaction mechanism in the e-commerce market aimed at creating favourable conditions both for the development of domestic trading digital platforms and for the transit of goods sold online and exported from China to the EU markets and vice versa.

Keywords: e-commerce, cross-border e-commerce, Eurasian countries, EU, value chains.

Вопросы инфраструктурного взаимодействия на евразийском пространстве звучат в последние годы все более актуально. Стремительное возрастание возможностей информационно-коммуникационных технологий, наложившееся на не менее быстрый рост экономик некоторых государств Евразии неизбежно ведет к тому, что обмен товарами, услугами, инвестициями и рабочей силой на евразийском континенте будет ощутимо нарастать в ближайшие годы. Цифровизация ряда бизнес-процессов ведет к тому, что конфигурация, размеры и состав участников трансграничных региональных цепочек добавленной стоимости меняются на наших глазах. Возникает ряд «серых зон» в регулировании этих процессов. В этих условиях ведущие страны континента предпринимают усилия, чтобы не выпасть из процесса формирования и регулирования регионального рынка нового качества. Для России этот вопрос также является одним из наиболее приоритетных на ближайшие десятилетия.

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИИ

Вопрос функционирования экспорта из Китая с использованием каналов интернет-торговли, также как и механизмы сопряжения с другими участниками рынка довольно активно освещается в литературе [1]. В России существует большой пласт исследований, посвященных взаимодействию по линии ЕС-ЕАЭС, а также реализации концепции «большой Европы» от Лиссабона до Владивостока [2]. В этой части особенно заметен вклад Центра интеграционных исследований Евразийского банка развития, довольно широко освещающих вопросы работы и совершенствования инфраструктурных сетей на евразийском пространстве [3]. Гораздо более редки исследования, посвященные функционированию трансграничной цифровой среды в России и ЕС, а также на евразийском пространстве. В качестве примера исключения можно привести довольно интересное эмпирическое исследование [4], которое проводилось на материале взаимодействия шведских компаний с коммерсантами из России и Китая в сфере электронной торговли. В настоящей статье мы попытаемся восполнить этот пробел и сконцентрировать внимание на цифровой составляющей взаимодействия на евразийском пространстве.

Термин “электронная торговля” активно используется в исследовательской литературе наравне с такими понятиями как “интернет-торговля”, “электронная коммерция” и “цифровая торговля”. Последнее понятие используется ОЭСР в опубликованном в конце 2018 г. докладе “Цифровая торговля и открытость рынка” в значении “цифровые операции с товарами и услугами, которые могут быть представлены как в цифровой, так и в физической форме” [5]. Наиболее часто встречающееся понятие в русскоязычной литературе – “электронная торговля”. Подходы к его определению рассматриваются в ряде работ российских исследователей¹. В настоящем исследовании мы будем использовать термин “электронная торговля” в значении “операции покупки и продажи товаров и услуг, совершаемые посредством электронной коммуникации, с использованием электронных способов платежей и документооборота”. Это понятие будет использоваться как синоним понятий “цифровая торговля” и “интернет-торговля”.

В ходе исследования мы анализировали как официальную статистику, так и отраслевые обзоры, данные бизнес-ассоциаций и компаний. Был проведен мониторинг законодательства в рассматриваемой сфере. Одновременно нами была проведена серия глубинных интервью с представителями российского сектора электронной коммерции (Ассоциация компаний интернет-торговли, АКИТ; Национальная ассоциация дистанционной торговли, НАДТ). Целью интервью было выявление позиций представителей сектора электронной торговли относительно потенциальных принципов регулирования сферы трансграничной электронной торговли и транзита. Вопросы физической инфраструктуры и логистики намеренно не затрагивались в исследовании, т.к. на этот счет существует упомянутый выше довольно большой пласт литературы. Результаты анализа данных и интервью были обработаны и на их основе сформулированы предложения по созданию нового качества правовой среды для участия России в трансевразийских цепочках добавленной стоимости с учетом роста их цифровой составляющей.

РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ КАК ФАКТОР ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ЦЕПОЧЕК СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ

Задача участия России в цепочках создания стоимости трансграничной электронной торговли объясняется следующими факторами:

1. Объемы электронной торговли динамично растут в мире в целом и в крупных странах евразийского пространства в частности.

Согласно исследованию DigitalEconomyCompass 2018 [6], выпущенному в Statista, объему электронной торговли растут и приводят к изменениям в традиционных отраслях бизнеса. Объем электронной торговли в мире в 2017 году составил 1,5 трлн долл. США.

Годовой темп роста объема в 2018 году, по оценкам, составил 14% в Китае, 8-9% в США и Европе. По прогнозу Frost&Sullivan, к 2020 году объем электронной торговли традиционного потребительского сегмента в мире может составить



3,2 трлн долл., а на электронную торговлю между компаниями, придется 6,7 трлн долл.[7]. Например, в США объем электронной торговли между компаниями вырастет с 829 млрд долл. в 2016 году до 1,18 трлн долл. в 2021 году, полагают аналитики из ForresterResearch². Ряд исследователей (Фрумкина Е.А, Хаванова Н.В., Бокарева Е.В., Седых И.А.) приводили данные о динамике электронной торговли, сводящиеся к выводу, что электронная торговля – один из наиболее динамичных секторов как в мире, так и в отдельных странах (в том числе США, Китае, Европе, России) и имеет потенциал дальнейшего роста [8][9][10].

2. Растет доля трансграничной торговли в общем объеме растущей электронной торговли в России.

Объем электронной торговли в России, по данным Ассоциации компаний интернет торговли (АКИТ), составил в 2017 году 1,044 трлн рублей, показав прирост на 13% по отношению к 2016 году [11]. По данным компании DataInsight, этот показатель равен 945 млрд рублей [12]. Объем трансграничных поставок в Россию, организованных через интернет (импорт) в 2017 году составил 374,3 млрд рублей, увеличившись по отношению к 2016 году на 24%³. Объем торговли в натуральном выражении составил в 2017 году 26 млн отправок с товарными вложениями из зарубежных интернет-магазинов в Россию, увеличившись на 25% по сравнению с 2016 годом. Из представленных данных можно сделать вывод, что объемы электронной торговли в России растут в основном за счет увеличения трансграничной торговли. По прогнозу АКИТ, в ближайшие годы доля трансграничной торговли в структуре объема электронной торговли России продолжит расти опережающими темпами (см. таблицу 1).

Таблица 1

Прогноз динамики и структуры электронной торговли в России

	<i>2010</i>	<i>2017</i>	<i>2020 (прогноз)</i>
Объем электронной торговли, млрд руб.	260	1,04	1,74
Доля внутренней торговли, %	92	64	54
Доля трансграничной торговли (покупка товаров на зарубежных цифровых торговых платформах), %	8	36	46

3. Развитие трансграничной электронной торговли приводит к трансформации цепочки создания стоимости путем исключения из нее традиционных посредников и создает вызовы для государственного регулятора. Важный вклад электронной торговли в развитие мировой торговли в целом заключается в создании розничного сегмента трансграничной торговли, который ранее была исключительно оптовой. Потребительские товары, приобретенные через интернет, направляются в посылках напрямую клиентам. И если раньше множество потребительских товаров упаковывались в стандартный 20-тонный контейнер, на который поставщик

оформлял таможенную документацию, то в 2010-х годах появилось явление массовой трансграничной розничной посылочной доставки. Поскольку средний вес посылки (в частности, из Китая) составляет 0,7 кг и имеет тенденцию к снижению⁴, 20-тонный контейнер «превращается» в более 28 000 0,7-килограммовых посылок, которые проходят через границу.

Рисунок 1

Трансграничная цепочка создания стоимости 1 (через сеть дистрибуции)



Это приводит к значительной трансформации глобальной цепочки создания стоимости на рынках потребительских товаров.

На рисунке 1 представлена традиционная цепочка создания стоимости через сеть дистрибуции. Дистрибьютор (оптовая компания) покупает оптовую партию товара у производителя (например, китайского) и перевозит через границу (изображена пунктирной линией), осуществляя таможенное оформление документов, уплачивая пошлину. Далее он предоставляет товары дилеру (розничной компании), которая продает через сеть магазинов (или через интернет) товары непосредственному покупателю.

В настоящее время развивается цепочка создания стоимости через посылочную электронную торговлю. Потребитель заходит на цифровую торговую платформу (например, китайский AliExpress), находит товар и контрагента и покупает напрямую у производителя. Торговая цифровая платформа предоставляет услуги партнерских логистических организаций по доставке, а также обеспечивает оплату продукции и другие сервисы (дополнительные предложения товаров, рейтинги, отзывы и жалобы, прослеживаемость товара и многое другое). Логистика осуществляется направлением посылки потребителю. Таким образом, из цепочки создания стоимости исключаются два посредника – дистрибьютор (оптовая компания) и дилер (розничная компания) и заменяются платой с транзакции и другими выплатами (за информационные и дополнительные услуги) на торговой цифровой платформе.

С точки зрения участников сделки – производителя и потребителя, это является положительным изменением, поскольку появляется потенциал для значительного снижения цены товара, более быстрой обратной связи для потребителя.

С точки зрения дистрибьютора и дилера такая трансформация может быть губительна для их бизнеса, поскольку они теряют конкурентное преимущество в цене и могут конкурировать только сервисом или возможностью поставить товар,



имеющийся в наличии на складе. С точки зрения государства, с одной стороны, граждане могут получить импортные товары по более низким ценам, что может привести к сдерживанию инфляции и высвобождению денежной массы у домохозяйств, которая может быть направлена на инвестиции и сбережения. Но с другой стороны, государственный бюджет теряет сумму налогов, включающую пошлины и налоги с юридических лиц – дистрибьютора и дилера, что в краткосрочной и среднесрочной перспективе является серьезной проблемой и, учитывая значимую долю поступлений от таможенной службы⁵, а также большую долю организаций в России, бизнес модель которых основана на перепродаже импортной продукции, может привести к значимому увеличению дефицита федерального бюджета.

Таким образом, существующее регулирование в различных странах мира, и в частности в России сталкивается с вызовом регулирования трансграничного потока товаров, от которого должны выиграть все стороны.

ДИЛЕММА НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Нормативное регулирование электронной торговли обсуждается как внутри страны, так и на международных площадках. Многие страны-члены ВТО понимают необходимость разработки правил регулирования электронной торговли. Поэтому по итогам Министерской конференции (МК-11), которая состоялась в декабре 2017 г. в Буэнос-Айресе, заинтересованные в данном вопросе члены ВТО договорились начать подготовительную работу перед началом переговоров в ВТО по электронной коммерции [13]. Вместе с Россией это решение поддержали 42 страны (включая ЕС, как один член ВТО).

Приоритеты основных участников данного процесса различны и включают в себя в том числе закрепление норм о свободе интернета, недискриминационному режиму для цифровых товаров, открытию доступа на зарубежные рынки путем устранения действующих требований и барьеров в отношении цифровой продукции, упрощение торговли товарами и услугами в рамках электронной торговли, обеспечение информационной безопасности и развитие безбумажной торговли. Для изучения вопросов, хотим ли мы ограничить доступ иностранных поставщиков в Россию и какое место России в цепочках создания стоимости мы хотим «локализовать», мы провели интервью с руководством ведущих ассоциаций участников электронной торговли. Одни участники, в частности Ассоциация компаний интернет торговли (АКИТ)⁶, выступают за усиление регулирования для устранения дисбаланса условий ведения торговли иностранных поставщиков и отечественных вследствие того, что все товарные поставки из-за рубежа декларируются как товары для личного пользования и не облагаются НДС и пошлинами, в случае если по стоимости не превышают 1000 евро⁷.

Другие, например, Национальная ассоциация дистанционной торговли (НАДТ), считают, что снижение порогов для беспошлинного ввоза и ввода НДС приведет к росту цен на товары, монополизации и сжатию объемов электронной торговли. Согласно решению «Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования» Совета Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) 20 декабря 2017 года⁸, определены стоимостные, весовые и количественные нормы, в пределах которых товары могут быть ввезены в Россию и другие страны ЕАЭС беспошлинно. С 1 января 2019 года в течение одного календарного месяца без уплаты таможенных пошлин и налогов можно будет заказать товары на общую сумму до 500 евро и весом не более 31 кг. С 1 января 2020 года нормы беспошлинного ввоза будут снижены до 200 евро и 31 кг.

Представители АКИТ считают, что нормы беспошлинного ввоза следует отменять и снижать порог более стремительно, вплоть до 0 рублей и удержания налога на добавленную стоимость в 20% с ввозимых товаров, направляющихся с крупных зарубежных торговых площадок. Сейчас многие поставщики и интернет-магазины (например, «220 Вольт») переводят бизнес за границу, чтобы получить «бесплатный» (без НДС и пошлин) канал продажи товаров в Россию, что представляется АКИТ несправедливым по отношению к российским поставщикам. Ассоциация также выступает за создание условий для упрощения электронной торговли. В настоящее время в России действует норма об онлайн-подтверждения ставки НДС 0% для потребительских товаров, поставляемых на экспорт, но это можно получить только при торговле через Почту России, а представителям бизнеса хотелось бы получить возможность при торговле через других экспресс-перевозчиков. Таким образом, на каждую сделку приходится делать дополнительный бумажный документ, что создает дополнительные издержки для компаний.

В настоящее время в России отмечается высокая стоимость приема банковских карт к оплате («эквайринга») (2-3%, когда как в Китае – 0%), что связано в том числе с высокой межбанковской комиссией (в Китае – сотые доли процента, в России – более 1%). Комфортная стоимость для представителей бизнеса могла бы составлять 3 рубля за транзакцию. По данным НАДТ, стоимость администрирования посылок весьма высока и может быть даже больше, чем доход от собираемых пошлин с них, что приведет к непроизводительным расходам средств федерального бюджета. Также Ассоциацией отмечается, что трансграничная и внутренняя электронная торговля представляют собой разные рыночные сегменты. Например, трансграничная электронная торговля через AliExpress ориентирована на нижний ценовой сегмент, имеет другого покупателя (в том числе других товарных позиций) и во многих случаях не приводит к несправедливой конкуренции на рынке отечественных поставщиков.



«Подрывные» цены, используемые китайскими поставщиками, стимулируют потребителя «попробовать» (так как материальный риск минимален) и таким образом формируют привычку покупать через интернет, способствуя популяризации электронной торговли в целом. Безусловно, в обеих точках зрения есть разумные доводы, поэтому мы постараемся сформировать модель регулирования, позволяющую объединить лучшие и непротиворечащие друг другу инструменты из них. Это решение может включено в соглашение между государством и платформам, описанное ниже.

СОГЛАШЕНИЕ ЦИФРОВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ КАК СПОСОБ СТИМУЛИРУЮЩЕГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

Задача закрепления России в сфере электронной торговли евразийского пространства (Китай-Россия-ЕС) решается в рамках трех подходов, которые можно обозначить как «пассивный», «агрессивный» и «кооперативный». Под пассивным подходом мы понимаем создание благоприятных регуляторных и инфраструктурных условий для транзита товаров по направлению «Китай-Евросоюз-Китай» и умеренного протекционизма электронной торговли в России через создание партнерств в целях «локализации» зарубежных торговых цифровых платформ (центров прибылей, обработки данных и компетенций) на территории России. В этом случае китайские поставщики могут сами выбрать из различных логистических вариантов тот, который лежит через территорию и юрисдикцию Российской Федерации. Риск этого пути в том, что вложения в инфраструктуру и построение льготной и комфортной регуляторной среды могут не окупиться в плане экономического эффекта для страны при условии, если поставщик и заказчик, которые находятся не в нашей власти, выберут иной путь доставки товара.

Под агрессивным подходом мы понимаем создание конкурентоспособных на мировом уровне национальных торговых цифровых платформ. Такие игроки сами будут привлекать конечных поставщиков и заказчиков, владеть рыночной информацией, в том числе о транзакциях, вести собственную ассортиментную и ценовую политику. Также они могут выступать агентами государства по взиманию налогов и пошлин с поставщиков. В этом случае «план минимум» – защитить внутренний рынок от экспансии зарубежных торговых цифровых платформ, «план максимум» – конкурировать с Alibaba или Amazon за отдельные страны, потребительские или товарные сегменты.

Под кооперативным подходом мы также понимаем создание конкурентоспособных на мировом уровне национальных торговых цифровых платформ, но в условиях договоренности стран – ключевых участников в сфере электронной торговли о передаче экономически важных данных друг другу (в том числе данных об идентифицированных в соответствии с принятыми стандартами участников платформ, их деловой истории и репутации (в том числе агрегированные данные

о транзакциях, судебной истории и т.д.) в целях формирования единой цифровой среды доверия и синергетических эффектов. Указанные подходы не противоречат друг другу и могут развиваться в сторону сложности и эффективности «пассивный – агрессивный – кооперативный».

В данной работе мы сконцентрируемся на построении «агрессивного» сценария, поскольку меры «пассивного» уже широко обсуждаются, а для реализации «кооперативного» необходимы сильные национальные игроки электронной торговли, иначе у Российской Федерации не будет достаточного ресурса для равного партнерства в сфере электронной торговли с зарубежными партнерами. Обратим внимание, что Президентом России поставлена стратегическая задача создания цифровой платформы, ориентированной на поддержку производственной и бытовой деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства, включая индивидуальных предпринимателей⁹.

При создании модели регулирования электронной торговли на основе формирования национальных торговых цифровых платформ как агентов государства по взиманию налогов и пошлин с поставщиков, следует рассмотреть стимулы для ее применения поставщиками и потребителями. Оптимальным представляется создание условий для развития национальных торговых цифровых платформ через внедрение механизма соглашения цифрового взаимодействия с государством, включая его информационные системы (в первую очередь, с систему гос. закупок) и базы данных.

Подобное соглашение должно содержать описание обязательств государства перед платформами и их участниками, например:

□ снижение величины пошлины и соответствующих налогов при использовании платформы в качестве агента (в том числе за счет снижения бюджетных расходов на их администрирование и контроль);

□ отправление (формирование документации и осуществление оплаты) посылки онлайн и без очередей, упрощение таможенного оформления и сбора пошлины, реализация продукции через бондовые склады, отслеживании посылки в реальном времени с использованием электронных сервисов (по аналогии с соглашением eВау и «Почты России»¹⁰);

□ увеличение спроса на размещенную на платформе продукцию участников с помощью обеспечения возможности определения начальной максимальной цены контракта (НМЦК) без «бумажного» запроса цен и осуществления конкурентной закупки отдельных видов товаров, работ, услуг через платформу с автоматизированным формированием отчетности об исполнении контрактов «взамен» на эффективный контракт (снижение НМЦК, увеличение количество участников закупки, снижение транзакционных издержек, снижение количества расторгнутых контрактов по вине поставщика, увеличение качества поставляемой продукции и т.д.);



□ предоставление интерактивных сервисов (включая регистрацию ИП и юридического лица) и мер поддержки с возможностью подачи электронной заявки через открытое API для давшего согласие пользователя платформы с «data-признаками МСП»;

□ цифровое исполнительное и судопроизводство, интегрированное с электронной системой альтернативных механизмов разрешения споров (сервис автоматического выставления штрафа при неуплате в установленный в цифровом договоре срок, сервис досудебного урегулирования споров, автоматическое формирование пакета электронных документов для суда и механизм быстрого рассмотрения дел такого типа);

□ перечень государственных баз данных, с которыми интегрирована платформа или к которым обеспечен автоматический запрос при регистрации или поиске контрагента/заключении сделки на платформе для моментальной проверки (например, база ЕГРЮЛ, ФССП, судебных дел – для проверки контрагентов) и другие.

При реализации кооперативного подхода реализуется похожее соглашение, только на международном уровне. В этом случае страны-участники соглашения будут владельцами базы данных, куда участники платформ направляют информацию, а также предоставлять друг другу сервисы по упрощенному налогообложению, таможенному оформлению товаров, проверке контрагентов, урегулированию споров, доступу к участию в государственных и корпоративных закупках и другие.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

У России есть шансы занять заметное место в трансграничной электронной торговле в Евразии, задействуя рыночный и регуляторный аспекты. Рыночный аспект характеризуется появлением отечественных торговых цифровых платформ, способных конкурировать с Alibaba и Amazon в отдельных сегментах или сервисах. Регуляторный – в создании благоприятных условий для электронной торговли, выражающихся в соглашении цифрового взаимодействия с игроками электронной торговли, которые могли бы предоставлять государству необходимые данные, а получать удобные сервисы, сокращение контроля и отчетности, дополнительный спрос со стороны госзаказа.

При возможности, такие соглашения необходимо делать на международном уровне, для того, чтобы сократить транзакционные издержки участников электронной торговли и стимулировать развитие торговых цифровых платформ в странах, которые заинтересованы сбалансировать экспансию Alibaba и Amazon.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ См., например, Панкина Т.В. Электронная коммерция и электронная торговля: подходы к классификации // Вестник РЭА, 2008. №5. С.80-84.



² U.S. B2B e-commerce is on course to hit \$1.18 trillion by 2021. Digitalcommerce360. 5.07.2017, URL: <https://www.digitalcommerce360.com/2017/06/05/u-s-b2b-e-commerce-course-hit-1-18-trillion-2021/> (дата обращения 01.12.2018).

³ Указанные данные представлены в Докладе АКИТ «Итоги рынка интернет торговли 2017 года».

⁴ «Количество посылок из Китая за 2015 год выросло в 13,5 раз» - Благовещенская таможня. URL: <https://www.eastrussia.ru/news/kolichestvo-posylok-iz-kitaya-za-2015-god-vyroslo-v-13-5-raz-blagoveshchenskaya-tamozhnya-/> (дата обращения 01.12.2018).

⁵ Доля Федеральной таможенной службы в доходах федерального бюджета 2017 году составляет 37% по данным сайта budget.gov.ru

⁶ Тезисы включают позицию АКИТ по вопросу трансграничной торговли в РФ. URL: <http://www.akit.ru/position-cross-border/> (дата обращения 01.12.2018).

⁷ В соответствии с Соглашением таможенного союза «О порядке перемещения физическими лицами товаров для личного пользования через таможенную границу таможенного союза и совершения таможенных операций, связанных с их выпуском» от 18.06.2010

⁸ Решение «Об отдельных вопросах, связанных с товарами для личного пользования» Совета Евразийской экономической комиссии (ЕЭК) 20 декабря 2017 года (URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71803282/>)

⁹ Задача подпункта «б» пункта 133 Указа Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»

¹⁰ Почта России» и eBay начнут работать по упрощённой схеме. Sostav. 12.10.2018 URL: <https://www.sostav.ru/publication/pochta-rossii-i-ebay-nachnut-rabotat-po-uproshchyonnoj-skheme-33846.html>

БИБЛИОГРАФИЯ

Доклад АКИТ «Итоги рынка интернет торговли 2017 года», URL: <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2018/04/Итоги-2017-АКИТ-финал-1.pdf>. (дата обращения 01.12.2018).

Заславская Н.Г. Проблемы взаимодействия ЕС и ЕАЭС // Управленческое консультирование, 2017. № 11. С. 33-39; Ильин Е.Ю. Концепция Большой Европы от Лиссабона до Владивостока: проблемы и перспективы// Вестник МГИМО-Университета, 2015. №2(41). С. 84-92.

«Интернет-торговля в России 2018: цифры и факты», DataInsight, 2018, URL: <http://datainsight.ru/sites/default/files/DI-RIF-2018.pdf>. (дата обращения 01.12.2018).

Исследование «Digital economy compass 2018», Statista, Hamburg, 2018, URL: http://static2.statista.com/download/pdf/Digital_Economy_Compass_2018.pdf (дата обращения 01.12.2018).

Седых И.В. Рынок Интернет-торговли в РФ, 2016 год. НИУ ВШЭ, Центр развития. URL:<https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%.pdf> (дата обращения 01.12.2018).

Совместное заявление Министров WT/MIN(17) /60 URL: <https://wto.hse.ru/data/2017/12/15/1160063194/60.pdf> (дата обращения 01.12.2018).

Транспортные коридоры Шелкового пути: анализ барьеров и рекомендации по направлению инвестиций. СПб.: ЦИИ ЕАБР, 2018. — 50 с.



Фрумкина Е.А. Тенденции и возможности развития электронных продаж и сети интернет России и на мировых рынках, инновационный подход как конкурентное преимущество// Вектор экономики, 2017, № 1. стр. 56-72.

Хаванова Н.В., Бокарева Е.В. Анализ мирового и российского рынка электронной торговли: тенденции и проблемы развития // Сервис в России и за рубежом. 2017. №3 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-elektronnoy-torgovli-tendentsii-i-problemy-razvitiya> (дата обращения: 01.12.2018).

Bengtsson F., Fredholm N., Karlsson J. Click Yes To Enter E-Commerce Success. A Qualitative Study of the Barriers Faced by Swedish E-Commerce SMEs in Russia and China. Linnæus University. 2017. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1106298/FULLTEXT01.pdf> (Accessed 15.10.2018).

Future of B2B Online Retailing. Frost & Sullivan.2017. URL: <http://www.frost.com/c/5048246/sublib/display-report.do> (дата обращения 01.12.2018).

López González, J. and J. Ferencz (2018), “Digital Trade and Market Openness”, OECD Trade Policy Papers, No. 217, OECD Publishing, Paris. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/1bd89c9a-n.pdf?expires=1548276614&id=id&> (Accessed 15.10.2018).

Shuzhong Ma, Yuxi Chai, Hongsheng Zhang Rise of Cross-border E-commerce Exports in China // China & World Economy, 2018. Vol. 26, Issue 3. P. 63-87.; Wang Y., Lee S. The Effect of Cross-Border E-Commerce on China’s International Trade: An Empirical Study Based on Transaction Cost Analysis // Sustainability, 2017. Vol. 9. Issue 11. doi:10.3390/su9112028. URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/9/11?view=abstract&listby=date&page_no=1 (дата обращения 01.10.2018).

BIBLIOGRAFIYA

Doklad AKIT «Itogi rynka internet trgovli 2017 goda», URL: <http://www.akit.ru/wp-content/uploads/2018/04/Itogi-2017-AKIT-final-1.pdf>. (data obrashcheniya 01.12.2018).

Zaslavskaya N.G. Problemy vzaimodejstviya ES i EAEHS // Upravlencheskoe konsul'tirovanie, 2017. № 11. S. 33-39; Il'in E.YU. Konceptsiya Bol'shoj Evropy ot Lissabona do Vladivostoka: problemy i perspektivy // Vestnik MGIMO-Universiteta, 2015. №2(41). S. 84-92.

«Internet-torgovlya v Rossii 2018: cifry i fakty», DataInsight, 2018, URL: <http://datainsight.ru/sites/default/files/DI-RIF-2018.pdf>. (data obrashcheniya 01.12.2018).

Issledovanie «Digital economy compass 2018», Statista, Hamburg, 2018, URL: http://static2.statista.com/download/pdf/Digital_Economy_Compass_2018.pdf (data obrashcheniya 01.12.2018).

Sedyh I.V. Rynok Internet-torgovli v RF, 2016 god. NIU VSHEH, Centr razvitiya. URL:<https://dcenter.hse.ru/data/2017/03/10/1169536647/%D0%A0%D1%8B%D0%.pdf> (data obrashcheniya 01.12.2018).

Sovmestnoe zayavlenie Ministrov WT/MIN(17) /60 URL: <https://wto.hse.ru/data/2017/12/15/1160063194/60.pdf> (data obrashcheniya 01.12.2018).

Transportnye koridory SHelkovogo puti: analiz bar'erov i rekomendacii po napravleniyu investitsij. SPb.: CII EABR, 2018. — 50 s.

Frumkina E.A. Tendencii i vozmozhnosti razvitiya ehlektronnyh prodazh i seti internet Rossii i na mirovyh ryнках, innovacionnyj podhod kak konkurentnoe preimushchestvo// Vektor ehkonomiki, 2017, № 1. стр. 56-72.

Havanova N.V., Bokareva E.V. Analiz mirovogo i rossijskogo rynka ehlektronnoj trgovli: tendencii i problemy razvitiya // Servis v Rossii i za rubezhom. 2017. №3 (73). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-mirovogo-i-rossiyskogo-rynka-elektronnoy-torgovli-tendentsii-i-problemy-razvitiya> (data obrashcheniya: 01.12.2018).

Bengtsson F., Fredholm N., Karlsson J. Click Yes To Enter E-Commerce Success. A Qualitative Study of the Barriers Faced by Swedish E-Commerce SMEs in Russia and China. Linnæus University. 2017. URL: <http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1106298/FULLTEXT01.pdf> (Accessed 15.10.2018).

Future of B2B Online Retailing. Frost & Sullivan.2017. URL: <http://www.frost.com/c/5048246/sublib/display-report.do> (data obrashcheniya 01.12.2018).

López González, J. and J. Ferencz (2018), “Digital Trade and Market Openness”, OECD Trade Policy Papers, No. 217, OECD Publishing, Paris. URL: <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/1bd89c9a-n.pdf?expires=1548276614&id=id&> (Accessed 15.10.2018).

Shuzhong Ma, Yuxi Chai, Hongsheng Zhang Rise of Cross-border E-commerce Exports in China // China & World Economy, 2018. Vol. 26, Issue 3. P. 63-87.; Wang Y., Lee S. The Effect of Cross-Border E-Commerce on China’s International Trade: An Empirical Study Based on Transaction Cost Analysis // Sustainability, 2017. Vol. 9. Issue 11. doi:10.3390/su9112028. URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/9/11?view=abstract&listby=date&page_no=1 (data obrashcheniya 01.10.2018).

