МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления	Кафедра «Социология, экономическая теория и международные процессы»
Направление подготовки	41.03.05 «Международные отношения»
Профиль	Мировая политика и международный бизнес

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему

Цифровизация международной торговли как современная форма экономических отношений

Студент _____ Кремнева Анастасия Олеговна
подпись, дата

Руководитель _____ Рожкова Л. В.
подпись, дата

Нормоконтролер _____ Влазнева С. А.
подпись, дата

Работа допущена к защите (протокол заседания кафедры от _____ №_____)

Заведующий кафедрой _____ Рожкова Л. В.
подпись, дата

Работа защищена с отметкой _____ (протокол ГЭК от _____ №____)

Секретарь ГЭК _____ Рассказова Н. В.
подпись, дата

Пенза 2024

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 41.03.05 «Международные отношения», профиль Мировая политика и международный бизнес

«УТВЕРЖДАЮ»:
Зав. кафедрой
д.с.н., профессор Рожкова Л.В.
_____
«_____»_____20___г.

ЗАДАНИЕ

НА БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

студенту Кремневой А. О., группа 20ЭА1, обучение очное

1 Тема бакалаврской работы: Цифровизация международной торговли как современная форма экономических отношений**.**

утверждена приказом по университету

от «___»_____20__г . №_____

2 Срок сдачи студентом законченной бакалаврской работы: 5.06.2024.

3 Исходные данные к бакалаврской работе: нормативно-правовая база, научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: теоретические подходы к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле; детерминанты цифровизации в мировой экономике и международной торговле; масштабы и формы цифровизации международной торговли; особенности правового регулирования международной цифровой торговли; актуальные проблемы цифровизации мировой торговли; направления трансформации международной торговли в условиях цифровизации.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 25.11.2023.

График подготовки бакалаврской работы

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
1	Составление плана ВКР	25.11.2023 – 10.12.2023	
2	Изучение исходных данных к бакалаврской работе	11.12.2023 – 8.01.2024	
3	Написание Главы 1	9.01.2024 – 18.02.2024	
4	Написание Главы 2	19.02.2024 – 24.03.2024	
5	Написание Главы 3	25.03.2024 – 2.05.2024	
6	Написание введения и заключения	3.05.2024 – 12.05.2024	
7	Оформление ВКР	13.05.2024 – 23.05.2024	
8	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	24.05.24 – 3.06.2024	
9	Ознакомление с отзывом руководителя	4.06.2024	
10	Представление законченной бакалаврской работы, передача в ГЭК	5.06.2024	

Руководитель _____/ Л. В. Рожкова /
(подпись) (инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению студент _____/ А. О. Кремнева /

Реферат

Бакалаврская работа 50 с., 3 ч., 15 рис., 6 табл., 50 источников, 4 прил.

ЦИФРОВИЗАЦИЯ, МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ, ИНТЕРНЕТ-СРЕДА, ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЫ, ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

Объект исследования – международная торговля.

Цель исследования – провести анализ цифровизации международной торговли как современной формы международных экономических отношений.

Методологической основой исследования послужили общенаучные методы, системный анализ, сравнительный и статистический анализ, дедукция и индукция.

Результаты работы: рассмотрены теоретические подходы к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле; определены детерминанты цифровизации в мировой экономике и международной торговле; проведен анализ масштабов и форм цифровизации международной торговли; изучены особенности правового регулирования международной цифровой торговли; выявлены актуальные проблемы цифровизации мировой торговли; охарактеризованы направления трансформации международной торговли в условиях цифровизации.

Рекомендации по внедрению. Анализ цифровизации торговли в международных экономических отношениях может быть использован научным сообществом для расширения теоретических и практических знаний в области изучения влияния цифровых технологий на мировую торговлю.

Теоретическая значимость работы состоит в комплексном анализе масштабов внедрения цифровых технологий в экономику и торговлю в условиях цифровизации, в определении актуальных проблем развития цифровой торговли, а также выявление перспективных направлений трансформации международной торговли в условиях цифровизации.

Прогнозные предложения о развитии исследования. Цифровизация существенным образом затронула сферу экономики и привела к трансформации торговли. На сегодняшний день появляются множество перспективных направлений

и трендов электронной торговли благодаря цифровым технологиям и сети Интернет – это мобильная коммерция, разработка новых способов оплаты, совершенствование и автоматизация цепочек поставок. Страны ведут переговоры по координации нормативно-правовой базы для функционирования электронной коммерции, а также активно обсуждают установление единого цифрового рынка.

Summary

Bachelor's thesis 50 p., 3 parts, 15 fig., 6 tabl., 50 references, 4 app.

DIGITALIZATION, INTERNATIONAL TRADE, DIGITAL TRANSFORMATION, INTERNET ENVIRONMENT, ONLINE PLATFORMS, DIGITAL TECHNOLOGIES, E-COMMERCE

The object of the study is international trade.

The purpose of the study is to analyze the digitalization of international trade as a modern form of international economic relations.

The methodological basis of the research was general scientific methods, system analysis, comparative and statistical analysis, deduction and induction.

The results of the work: theoretical approaches to determining the essence of digitalization and its role in world trade are considered; the determinants of digitalization in the world economy and international trade are determined; the analysis of the scale and forms of digitalization of international trade is carried out; the features of legal regulation of international digital trade are studied; the actual problems of digitalization of world trade are identified; the directions of transformation of international trade in the conditions of digitalization are characterized.

Recommendations for implementation. The analysis of the digitalization of trade in international economic relations can be used by the scientific community to expand theoretical and practical knowledge in the field of studying the impact of digital technologies on world trade.

The theoretical significance of the work consists in a comprehensive analysis of the scale of the introduction of digital technologies into the economy and trade in the context of digitalization, in determining the current problems of the development of digital trade, as well as identifying promising areas for the transformation of international trade in the context of digitalization.

Forward-looking proposals for the development of the study. Digitalization has significantly affected the economy and led to the transformation of trade. Today, many promising areas and trends of e-commerce are emerging thanks to digital technologies and

the Internet – mobile commerce, the development of new payment methods, improvement and automation of supply chains. The countries are negotiating to coordinate the regulatory framework for the functioning of e-commerce, as well as actively discussing the establishment of a single digital market.

Résumé

Mémoire de bachelor 50 p., 3 parties, 15 fig., 6 tabl., 50 références, 4 app.
NUMÉRISATION, COMMERCE INTERNATIONAL, TRANSFORMATION NUMÉRIQUE, ENVIRONNEMENT INTERNET, PLATES-FORMES EN LIGNE, TECHNOLOGIE NUMÉRIQUE, COMMERCE ÉLECTRONIQUE

L'objet de l'étude est le commerce international.

L'objectif de l'étude est d'analyser la numérisation du commerce international en tant que forme moderne des relations économiques internationales.

La base méthodologique de l'étude était les méthodes scientifiques générales, l'analyse systémique, l'analyse comparative et statistique, la déduction et l'induction.

Résultats: examen des approches théoriques de la définition de la nature de la numérisation et de son rôle dans le commerce mondial; identification des déterminants de la numérisation dans l'économie mondiale et le commerce international; analyse de l'ampleur et des formes de la numérisation du commerce international; étude des particularités de la réglementation juridique du commerce numérique international; identification des problèmes actuels de la numérisation du commerce mondial; caractérisation des orientations de la transformation du commerce international dans le contexte de la numérisation.

Recommandations de mise en œuvre. Analyse de la numérisation du commerce dans les relations économiques internationales peut être utilisée par la communauté scientifique pour élargir les connaissances théoriques et pratiques sur impact de la technologie numérique sur le commerce mondial.

L'importance théorique du travail consiste à analyser de manière intégrée l'ampleur de l'introduction de la technologie numérique dans l'économie et le commerce dans le contexte de la numérisation, à identifier les problèmes actuels du développement du commerce numérique et à identifier les pistes prometteuses de transformation du commerce international dans le contexte de la numérisation.

Propositions prospectives pour le développement de l'étude. La numérisation a profondément affecté l'économie et entraîné une transformation du commerce.

Aujourd'hui, il existe de nombreuses tendances et tendances prometteuses du commerce électronique grâce aux technologies numériques et à Internet – le commerce mobile, le développement de nouvelles méthodes de paiement, l'amélioration et l'automatisation des chaînes d'approvisionnement. Les pays négocient pour coordonner le cadre réglementaire du commerce électronique et discutent activement de la mise en place d'un marché numérique unique.

Оглавление

Введение……...…...3
Глава 1 Цифровая трансформация мировой экономики: теоретический анализ….....5
1.1 Теоретические подходы к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле……..……..……..5
1.2 Детерминанты цифровизации в мировой экономике и международной торговле……..10
Глава 2 Современное состояние и регулирование международной цифровой торговли на современном этапе……..……16
2.1 Масштабы и формы цифровизации международной торговли…….16
2.2 Особенности правового регулирования международной цифровой торговли…….....23
Глава 3 Основные проблемы и тенденции цифровизации торговли в современных условиях…….…..29
3.1 Актуальные проблемы цифровизации мировой торговли……..29
3.2 Направления трансформации международной торговли в условиях цифровизации…….34
Заключение……....39
Список использованных источников…….……42
Приложение А ……..47
Приложение Б …….…48
Приложение В …….……49
Приложение Г……...50

Введение

Международные торговые отношения находятся в постоянном развитии, преобразования которых непосредственно влияют экономику государств, на общество в целом.

Цифровизация торговли является основным направлением развития мировой экономики; начало процесса цифровизации международной торговли приходится на середину XX в.

Проникновение Интернета и цифровых технологий в традиционные отрасли стало одним из главных тенденций за последние десятилетия. Это свидетельствует о цифровой трансформации всех отраслей экономики и о формировании нового хозяйственного уклада – цифровой экономики.

Практическое использование технологий в цифровой экономики является трендом, который оказывает влияние на потребительное поведение, проявляется в мобильности и стремлении кампаний разных стран мира к постоянному совершенствованию.

Актуальность темы исследования детерминирована внедрением технологий и инновационных устройств в комплексе с перманентным развитием международных экономических отношений, которые способствуют активному распространению электронной торговли как на внутреннем, так и на внешнем рынке. На сегодняшний день электронная коммерция является востребованным объектом бизнеса и приносит большой доход. Переход к цифровой экономике, увеличение масштабов электронной торговли на мировой арене способствует развитию современной формы международных экономических отношений.

Место и роль процессов цифровизации в сфере экономики и торговли являются тематикой изучения многих исследователей. Так, классификация научных и современных подходов к определению термина «цифровизация», этапы развития электронной коммерции в условиях цифровизации представлены в научных трудах Н. Ю. Набиева [22], Е. В. Катрин [19], А. О. Темникова [35]. Влияние цифровизации на международную торговлю и ее маштабы, становление электронной торговли как

современной формы международного бизнеса являются предметом изучения в работах А. П. Плямадяла [31], О. В. Бирюкова и А. В. Данильцев [13], а также С. К. Ешугова [18]. Нормативно-правовое регулирование и функционирование торговли в условиях цифровой трансформации бизнеса рассмотрели в своих исследованиях А. О. Белов [12], Е. А. Наклескина и С. В. Одинцов [23].

Цель исследования – провести анализ цифровизации международной торговли как современной формы международных экономических отношений.

Объект исследования – международная торговля.

Предметом исследования цифровизация международных торгово-экономических отношений.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

– рассмотреть теоретические подходы к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле;

– определить детерминанты цифровизации в мировой экономике и международной торговле;

– проанализировать масштабы и формы цифровизации международной торговли;

– изучить особенности правового регулирования международной цифровой торговли;

– выявить актуальные проблемы цифровизации мировой торговли;

– охарактеризовать направления трансформации международной торговли в условиях цифровизации.

Теоретическая и практическая значимость работы состоит в комплексом анализе теоретических основ к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле, анализ современного состояния, выявлении основных проблем и перспективных направлений цифровизации торговли на современном этапе.

В качестве методов исследования были использованы общенаучные методы, системный анализ, сравнительный и статистический анализ, дедукция и индукция.

Глава 1 Цифровая трансформация мировой экономики: теоретический анализ

1.1 Теоретические подходы к определению сущности цифровизации и ее роль в мировой торговле

Мировая торговля все глубже погружается в цифровую реальность. За последние несколько лет цифровизация проникла во все сферы жизнедеятельности, а также оказывает влияние на поведение акторов международной торговли.

На сегодняшний день отсутствует четкое определение понятия «цифровая торговля» или «цифровая экономика», однако в различных научно-исследовательских работах данный термин определяется по-разному (приложение А).

С появлением Интернет-пространства у предпринимателей по всему миру появилась возможность налаживать взаимовыгодные торговые отношения с помощью цифровых технологий. На рисунке 1 представлены периоды развития цифровой экономики.

Рисунок 1 – Основные периоды развития цифровой экономики

[составлено автором по: 10, с. 25]

Цифровизация мировой экономики трансформируется при внедрении инновационных информационных-коммуникационных технологий во все сферы государств, способствуя их планомерному развитию.

В таблице 1 представлена ретроперспектива цифровой трансформации торговли и экономики.

Таблица 1 – Ретроперспектива цифровой трансформации торговли и экономики [составлено по: 19, с. 4]

Термин	Характеристика
«Автоматизация»	Компьютерный век привел к появлению данного термина. Цель процесса – снизить трудоемкость выполнения бизнес-процессов.
«Информатизация»	Впоследствии появился термин «информатизация», который по сути это автоматизация только в более комплексном масштабе – предприятия или отрасли. Цель – комплексное эффективное управление компанией.
«Цифровизация»	С усовершенствованием технологий и развития инновационной отрасли появился термин «цифровизация». Цель – повысить скорость и качества принятия бизнес-решений.
«Цифровая трансформация»	Благодаря цифровизации, произошел качественный скачок в использовании цифровых технологий. Следовательно, трансформация бизнеса путем переходу к новым бизнес-стратегиям, моделям, каналам коммуникации, корпоративной культуре есть цифровая трансформация общества. Цель – кардинальная перестройка организации бизнеса; разработка новых цифровых продуктов; получения принципиально новых бизнес-возможностей.

Нужно отметить, что на ранних этапах цифровая трансформация воспринималась лишь как процесс использования компьютерных технологий в компаниях. Однако позже исследователи стали все больше акцентировать внимание на изменении модели ведения бизнеса при активном применении цифровых технологий в различных аспектах бизнеса. Цифровая трансформация воспринимается как стратегия внедрения цифровых технологий для кардинального преобразования бизнеса, а именно его оптимизации.

Существует много различных концепций и подходов к определению цифровизации торговли. В таблице 2 представлены теоретические подходы к определению сущности цифровизации международной торговли.

Таблица 2 – Теоретические подходы к определению сущности цифровизации международной торговли [19, с. 50]

Подход	Представитель	Сущность похода
Технологический	Тапскотт Д., Негропонте Н.	Рост доли информации, представленной в цифровом виде.
Коммуникативный	Шарма С.	Объединение информационно-коммуникационных технологий, формирующих новые бизнес-процессы в экономике.
Платформенный	Скилтон М.	Формирование цифровых платформ в международной торговле.
Воспроизводственный	Лапидус Л. В., Кульков В. М.	Отношения, которые складываются на основе цифровых технологий, затрагивающие стадии производства, распределения, потребления и обмена.
Институциональный	Богомолов Е. В., Купчишина Е. В.	Совокупность взаимосвязанных институтов и организаций цифровой экономики, задействованных в процессах международной торговли.

Вышепредставленные теоретические подходы позволяют сделать вывод о том, что цифровой уклад экономики меняет представление об инновациях, покупках; развивается инновационное сотрудничество на рынках с использованием технологий; создаются новые цифровые экосистемы; происходит цифровая реконструкция бизнес-процессов.

Термин «цифровизация» рассматривается в позициях различных научных направлениях:

1 Экономика и управление.

В своих исследованиях В. Г. Гадецкий, А. А. Корякина, М. О. Едзаевой, А. П. Чижик, А. Е. Коньков, В. Г. Халин и Г. В. Чернова дают определение термину «цифровизация» как в широком, так и в узком смысле. В первом случае авторами под термином подразумевается «тренд эффективного мирового развития», во втором – «преобразование информации в цифровую форму» [19, с. 51].

Герасимова Т. А. и Москвитина Н. В. определили термин в качестве «процесса, включающего внедрение и использование инновационных технологий, а также принципы цифровой экономики в контексте социально-экономической жизни общества, сопровождающейся абсолютной автоматизацией, роботизацией и

внедрением искусственного интеллекта»; «создание и применение современных систем, технологий и инструментов в целях повышения эффективности управленческих решений и предлагаемых услуг» [19, с. 51].

2 Естественно-научный подход.

В работе С. С. Хомяковой дается определение исследуемому термину как процессу, нацеленному на изменение процессов при активном внедрении цифровых технологий в социальной, экономической, медицинской и иных сферах жизни общества.

Е. А. Ларина в качестве основополагающих элементов цифровизации выделяет сбор, обработку, хранение и передачу информациив [19, с. 51]. К целям, по ее мнению, относятся:

– реализация многомерных задач за короткий промежуток времени;

– повышение эффективности;

– возможность дистанционного взаимодействия субъектов [19, с. 51].

3 Психолого-педагогическая сфера.

В работах Л. Н. Даниловой, Т. В. Ледовской, Н. Э. Солынина, А. М. Ходырева. Авторы рассматривается смысловое значение цифровизации, которое основывается на мнении Т. В. Никулина и Е. Б. Стариченко. Исследователи определяют термин как «новую эпоху, основанную на больших данных и соответствующих технологиях, способствующих повышению эффективности производства, его объемов, вследствие успешной реализации индивидуального подхода в любой сфере деятельности современного человека». В узком смысле исследователи определяют понятие «цифровизация» как оцифровку данных, в широком – «стратегию интеграции цифровых технологий в повседневную жизнь общества» [19, с. 51].

4 Социальные и гуманитарные исследования.

Я. В. Гайворонская, О. И. Мирошниченко и А. Ю. Мамычев выделяют три понятийных значения термина «цифровизация»:

– «переход с аналоговой формы передачи информации на цифровую;

– «оцифровывание информации», перевод информации в цифровой формат для последующего хранения, распространения и использования;

– широкий комплекс экономических, управленческих, социальных процессов, связанных с использованием и широким распространением собственно цифровых, компьютерных, информационных, электронных и сетевых (телекоммуникационных) технологий, систем искусственного интеллекта в современной жизни» [19, с. 52].

В. В. Загребин, Е. А. Серова в рамках социальных наук трактуют явление «цифровизация» как совершенно новую социальную реальность, которая несет в себе постепенное вытеснение всех аналоговых объектов, систем и процессов в экономике, культуре и обыденной жизни индивида [19, с. 52].

Согласно рассмотренным подходам по трактовке термина «цифровизация», можно сказать, что теоретическая значимость данного понятия заключается в совершенствовании концептуальных основ теории понятийного аппарата в области цифровизации и ее применения в разных сферах жизнедеятельности [19, с. 52].

На основе подходов исследователей применительно к международной торговле, можно дать определение цифровизации как в узком, так в широком смысле (таблица 3).

Таблица 3 – Определение понятия цифровизация международной торговли [составлено по: 16, с. 31]

Наименование	Определение
В узком смысле	Внедрение цифровых технологий в систему международных товарно-денежных, валютно-финансовых и научно-технологических отношений, возникающих в процессе внешней торговли на уровне национальных экономик, субъектов внешнеэкономической деятельности и т.д.
В широком смысле	Трансформационный процесс в сфере международной торговли, затрагивающий сферы производства, потребления, обмена и распределения товаров и услуг в мировой экономике и на мировом рынке, посредством внедрения новых информационно-коммуникационных технологий в систему международных товарно-денежных отношений, приводящий к существенным изменениям во взаимодействии между всеми участниками внешнеторговой деятельности и обеспечивающий повышение ее эффективности на различных уровней.

Развитие цифровой экономики привело к цифровой трансформации всех аспектов человеческой деятельности, под которой понимается проявление качественных, революционных изменений, заключающихся не только в цифровых преобразованиях отдельных процессов, но и в принципиальном изменении структуры экономики [11, с. 25].

Таким образом, на сегодняшний день, развитие торговли в условиях цифровизации находится в постоянном развитии. Многие ученые и исследовали стали все больше акцентировать внимание на цифровой трансформации торговли при активном применении цифровых технологий. Цифровизация становится основополагающей тенденцией развития мировой экономики, меняя ее структуру и переведя ее в новое качественное состояние, когда цифровые технологии доминируют во всех сферах экономики и общественной жизни. Цифровая экономика и ее достижения станут ключевым источником обеспечения благосостояния субъектов мирового хозяйства.

1.2 Детерминанты цифровизации в мировой экономике и международной торговле

За последние несколько лет наблюдается стремительный рост внедрения информационных технологий, которые являются фундаментом для появления электронной торговли. Кампании и предприятия реагируют на изменения, которые происходят в торговле и стремятся адаптировать бизнес-процессы согласно тенденциям цифровизации.

Сущность торговли в условиях цифровизации следует непосредственно связывать с конечной целью этого процесса, а именно с продажей товара или услуги с целью извлечения прибыли, другими словами, с социально-экономической стороной электронной торговли.

Информационно-технологическая сторона выступает лишь как инструмент реализации данной цели, нередко облегчая ее достижение, что особенно отчетливо

выражается в более высокой норме прибыли в сравнении, когда применяются традиционно-коммерческие технологии [38, с. 152].

Значение цифровых технологий на современном этапе развития мировой и национальных экономик возрастает, детерминантом (фактором) являются не только глобальные кризисы и поиск принципиально новых источников наращивания конкурентоспособности экономики отдельных государств.

Детерминант – это фактор, который оказывает влияние на экономические процессы и отношения [17]. Связанная с продажами и покупками через электронные системы, торговля в сети Интернет – это относительно новая технология ведения бизнеса на международном уровне, предоставляющая своим пользователям широкий спектр новых конкурентных преимуществ.

Дополнительные конкурентные преимущества в мировой экономике и международных отношений достигаются участниками глобальных рынков за счет следующих факторов (детерминантов) (рисунок 2).

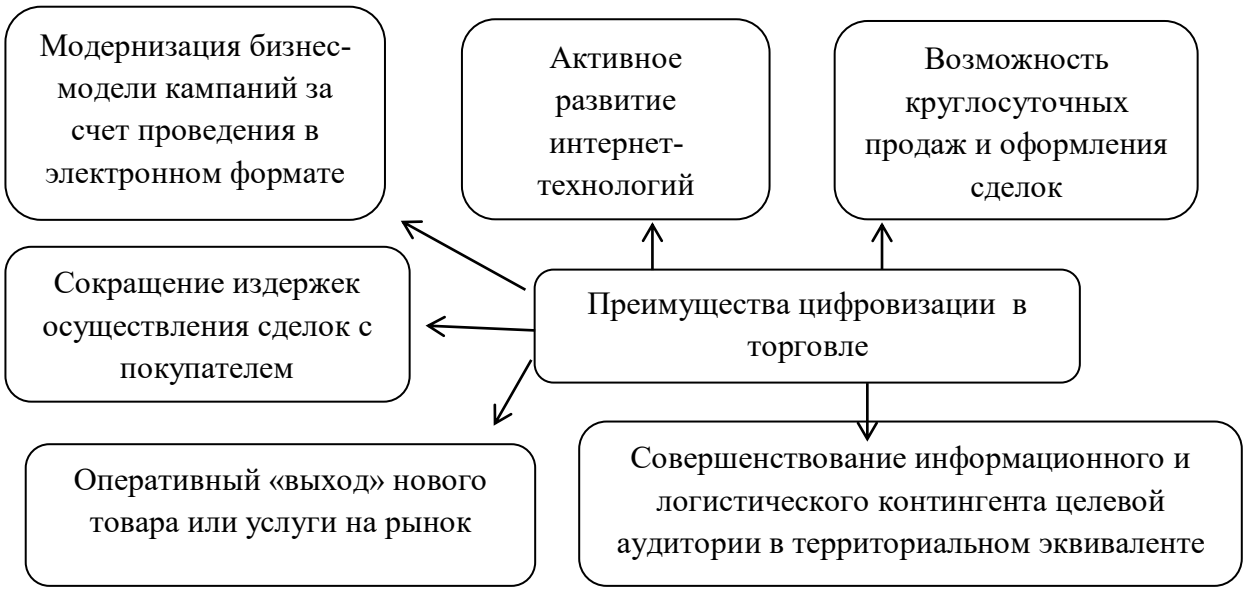

Рисунок 2 – Преимущества цифровизации в торговле

[составлено автором по: 18, с. 100]

Цифровая торговля открывает новые возможности для разных стран, малого и среднего бизнеса. В таких странах как Китай, Тайвань, Индонезия с помощью

инновационных технологий обеспечивается обмен деловой информацией между участниками рынков, что способствует значительному ускорению процесса торговли, существенным образом повышая их эффективность во всех областях международной торговли, включая и электронную.

Бизнес-среда активно внедряет инновационные технологии для совершенствования и упрощения механизмов доступа к онлайн-покупкам. В странах Ближнего Востока их развитие благоприятным образом сказывается на деловой активности в таких отраслях экономики как таможенные операции, транспорт и финансовые услуги.

Электронная торговля является перспективным направлением ведения бизнеса в России. В 2023 г. объем онлайн торговли в России увеличился на 27,5 % и составил около 6,4 трлн руб.; а такие маркетплейсы как *Ozon* и *Wildberries* входят в топ-10 лучших цифровых площадок в мире [36].

Благодаря развитию и быстрому распространению новых технологий ведения бизнеса онлайн, электронная торговля набирает обороты по всему миру, как в форме огромных торговых маркетплейсов (*E-bay* (США), *AliExpress* (Китай), *Ali-Baba* (Китай), *Wildberries* (Россия), *Amazon* (США), так и онлайн-магазинов малого бизнеса, осуществляющих коммерческие транзакции в малом масштабе [20].

Темпы роста объемов Интернет-торговли в США и Европе составляют порядка 11–17 % в год. Для сравнения, что среднегодовые темпы экономического роста данной отрасли в Европе не превышают 2 %, в США – 5 % [11, с. 6].

Применительно к сфере международной коммерции глобальные информационные технологии и формирующиеся на их основе электронные сети высокоскоростной передачи данных, образуют новые формы общественных отношений между производителями, посредниками и потребителями товаров и услуг на международной арене; компании получают возможность выбора поставщиков независимо от их географических и политических границ, а также возможность выхода со своими товарами и услугами на глобальный рынок.

Таким образом, сегодня рынок торговли в сети Интернет играет важную роль в развитии международного бизнеса во всех странах мира. Этому также

способствуют следующие детерминанты, которые оказывают влияние на развитие цифровой экономике в системе международных торговых связях (рисунок 3).

Рисунок 3 – Факторы, которые влияют на цифровую торговлю [11, с. 8]

Значение цифровых технологий на современном этапе развития мировой и национальных экономик серьезно возрастает, причиной чего является поиск принципиально новых источников наращивания конкурентоспособности экономики отдельных государств. Ключевые особенности электронной торговли в разных странах мира представлены в таблице 4.

Таблица 4 – Особенности цифровой торговли в разных странах [составлено по: 31]

Название стран	Особенности электронной коммерции
1	2
Страны Европы	– активно пользуются пользуются онлайн-доставками и маркетплейсами; – в 80 % случаев при оплате используют функцию «онлайн-оплата». – государство инвестирует в оптимизацию логистических процессов; – государство содействует занятости в этой сфере; – внедрение искусственного интеллекта; – процветает направление «зеленая» коммерция; – Рост рынка *C2C* из-за тенденции осознанного потребления.

Продолжение таблицы 4

1	2
Азиатский регион	– на долю региона приходится 62,2 % мирового рынка электронной коммерции; – Китай является лидеров в электронной торговле; – расширение Интернет-инфраструктуры; – развитие цифровых платежей; – процветает социальная коммерция; – расширение трансграничной электронной коммерции; – активное развитие инновационных технологий.
Африканский регион	– наблюдается стремительное проникновение на рынок Интернета и мобильных технологий; – активно реализуется социальная коммерция для малого бизнеса; – с 2020 г. наблюдается рост инвестиций в электронную торговлю; – самый популярный вариант оплаты – это «мобильный кошелек»; – потребительский ландшафт разнообразен, тенденция фрагментация рынка; – есть также популярные онлайн-магазины, например, *Jumia, Takealo, Konga;* – плохо развита логистическая цепь.
Америка	– США занимает 2 место в доли электронной торговли; – пользуются онлайн-доставками, также здесь очень развита сфера онлайн-оплаты; – лидер на рынке криптовалюты; – самая развитая мобильная коммерция; – активно производится поддержка правительства; – *Amazon* является крупнейшей онлайн-площадкой по объему продаж в мире.
Россия	–наблюдаются высокие темпы роста количества интернет-магазинов и развитие онлайн-оплаты; – проникновение искусственного интеллекта; – ужесточение информационной безопасности; – развитие собственных торговых марок; – активно развивается логистика; – активно используется функция онлайн-оплаты.

Между национальными экономиками отдельных стран продолжает усиливаться технологическая неравномерность, что обусловлено как уровнями развития этих стран, так и разным восприятием и адаптацией ими цифровых технологий. Несмотря на то, что кризис в некоторой степени смягчил усиление технологического разрыва, развитие цифровой экономики в отдельных странах нуждается в дальнейшем государственном регулировании и институциональном оформлении.

В таблице 5 представлена классификация стран по уровню развития цифровой экономики.

Таблица 5 – Группы стран по уровню развития цифровой экономики [33, с. 15]

Название		Страны	Характеристика
Stand out	«Выделяющиеся»	Гонконг, Сингапур, Великобритания, ОАЭ, Израиль, Латвия, Чехия, Малайзия	Страны, которые имеют высокий уровень развития цифровой экономики. Страны активно, с высокой скоростью внедряют инновации в экономику. Отмечается, что в перспективе данные страны столкнуться с некоторыми сложностями для того, чтобы поддерживать данный уровень. Эти трудности потребуют поиск решений проблем.
Stall out	«Затухающие»	Норвегия, Швеция, Швейцария, Дания, Финляндия	Страны с высоким уровнем развития цифровой экономики, но демонстрирующие невысокие темпы внедрения инноваций. Для данных стран необходимы усилия по перестройке инновационных систем с целью обеспечения более высоких темпов внедрения инноваций.
Break out	«Вспыхивающие»	Польша, Турция, Филиппины, Марокко, Россия, Индия, Китай, Вьетнам	Страны с относительно невысоким уровнем развития цифровой экономики, но с высокой скоростью внедрения инноваций, что делает их привлекательными для инвесторов, однако основными барьерами выступает слабая инфраструктура и низкое качество инноваций.
Watch out	«Ожидающие»	Перу, Египет, Пакистан, Словакия, ЮАР	Страны, сталкивающиеся с наибольшими трудностями в деле формирования цифровой экономики, для которых характерны как низкий уровень инновационного развития, так и низкие темпы внедрения инноваций.

Таким образом, можно сделать вывод, что цифровая трансформации торговли на международном уровне – это один из феноменов в мировой экономике. Торговля в сети Интернет имеет положительную динамику развития, на которую оказывают влияние ряд факторов, которые способствуют увеличению объема торговли между странами. Информационные технологии и сеть Интернет становятся неотъемлемой частью жизни, в связи с этим создаются новые условия для осуществления электронного бизнеса. Электронная коммерция играет важную роль в бизнес-среде на мировом и национальном рынке и дает возможность кампаниям быть более эффективными к постоянно изменяющимся условиям цифровой трансформации и внедрения ноу-хау в торговую среду. Торговля под влиянием механизма цифровизации, несмотря на географическое расположение, выходит на новую нишу и внедряет новые каналы взаимодействия между потребителем и поставщиком на мировом рынке.

Глава 2 Современное состояние и регулирование международной цифровой торговли на современном этапе

2.1 Масштабы и формы цифровизации международной торговли

Инновационные технологии уже давно стали неотъемлемой частью бизнеса, однако, на сегодняшний день активно наблюдается процесс глубокой цифровой трансформации за счет появления новых технологических решений, которые интегрируются в бизнес-процессы. В приложении Б представлена характеристика форм цифровизации международной торговли.

Электронная коммерция стремительно набирает темпы развития в сфере экономики, которая очень быстро проникает во все области человеческой деятельности. Развитие и внедрение инновационных технологий существенным образом отразились на экономике и бизнес-пространстве.

На рисунке 4 представлена структура использования цифровых технологий в торговле на мировой арене.

Рисунок 4 – Использование цифровых технологий в торговле на 2023 г. (% от общего уровня применения технологий в экономике)

[составлено автором по: 45; 46; 47]

Из данных представленных на рисунке 4, можно сказать, что большая доля использования цифровых технологий приходится на категорию «использование социальных сетей для продажи и покупки товаров и услуг» (69,1 %), на втором месте – цифровая логистика (43,7 %). Наименьшая доля у разработки персонального помощника (11,1 %) [47].

В 2024 г. электронная коммерция занимает 20,8 % всего розничного рынка, для сравнения в 2019 г. данный показатель составлял 13,8 % [45]. Причиной такого глобального роста является увеличение инновационных технологий в экономике.

Ожидается, что продажи в электронной коммерции превысят 8,1 трлн долл. в течение 2026 г.; веб-сайты электронной коммерции займут 22,3 % от общего объема розничных продаж [46]. На рисунке 5 представлена динамика глобальной розничной электронной торговли с 2012 по 2023 гг.

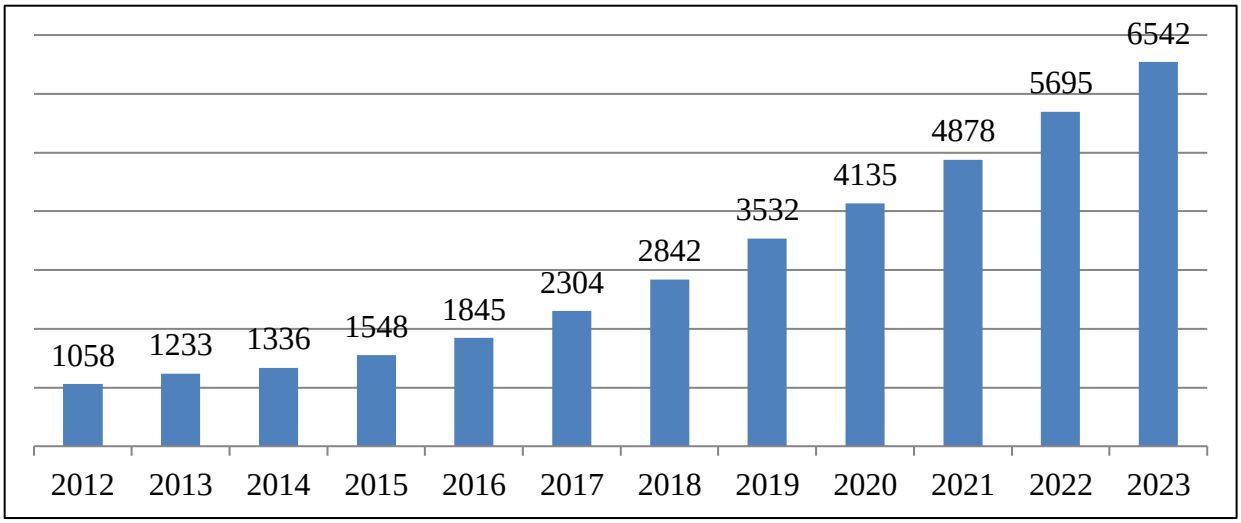

Рисунок 5 – Динамика глобальной розничной электронной торговли с 2012 по 2023 гг. (млрд долл.) [составлено автором по: 15, с. 56]

С 2012 г. по 2023 г. наблюдается постоянная положительная динамика роста электронной торговли; торговля выросла на 5484 млрд долл. Причиной такого колоссального роста торговли является активное внедрение инновационных технологий и разработок в торговлю [15, с. 56].

Доля электронной торговли в общей розничной торговли за последнее время значительно увеличился из-за многих факторов. Стоит отметить, что ключевой фактор, который повлек за собой рост электронной торговли – это *COVID-19*. На рисунке 6 представлены доли электронной торговли в розничной торговле.

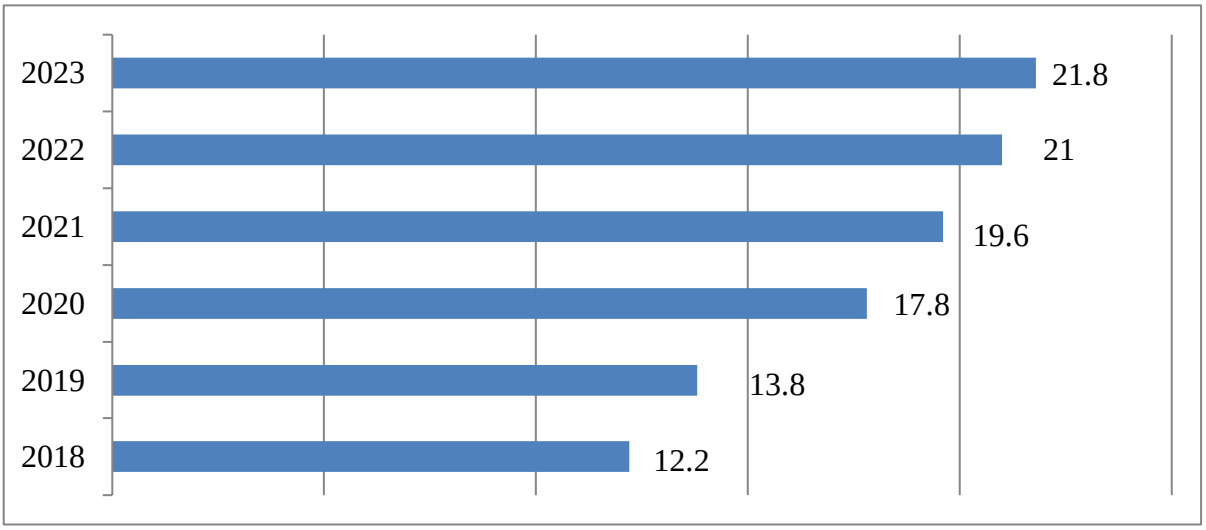

Рисунок 6 – Доля электронной торговли в розничной торговле (% от всей розничной торговли) [составлено автором по: 47]

Согласно данным из рисунка 6, видно, что с 2018 г. наблюдается перманентный рост доли электронной торговли в розничной торговле. С 2018 г. доля выросла на 9,8 %. Данный рост провоцировал внедрения инновационных технологий в сферу торговли, увеличилось количество маркетплейсов и других онлайн-платформ, которые очень удобные и комфортные для пользователей [47].

Совершенствование – это главный механизм развития в данной сфере. Благодаря внедрению новейших *IT*-технологий и использования возможностей Интернет-пространства, которое приводит не только к упрощению онлайн-системы, но и повышает уровень качества цепочек механизма электронной коммерции и выводит данное направление на новый качественный уровень.

На рисунке 7 представлены страны-лидеры в области электронной торговли.

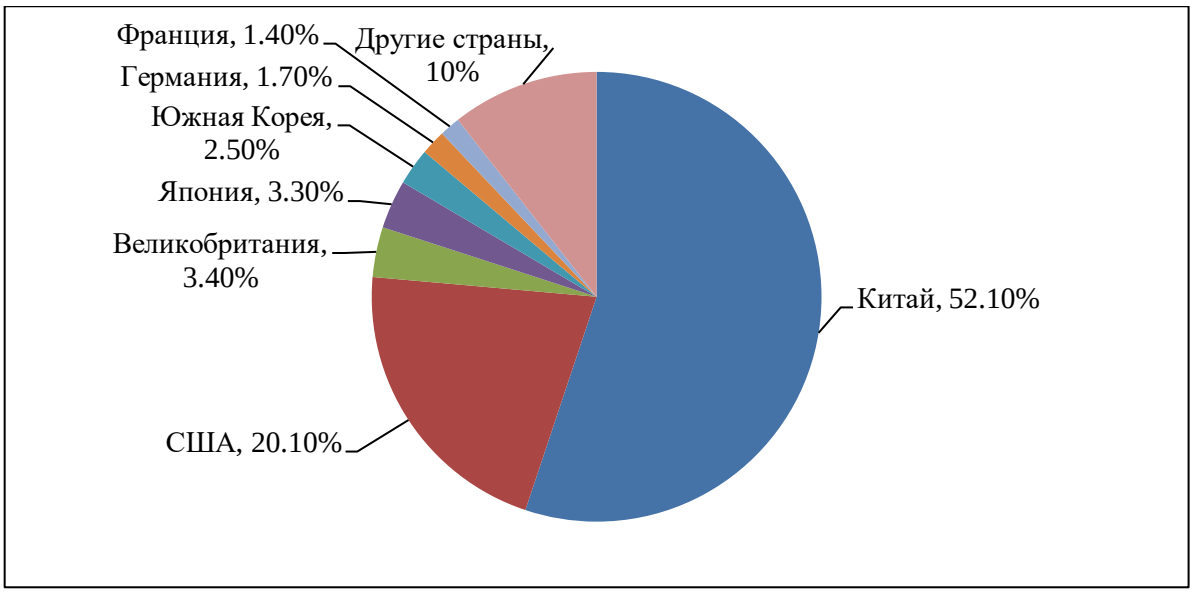

Рисунок 7 – Страны-лидеры в сфере электронной торговли (% от общей доли рынка цифровой торговли) [32]

Согласно данным представленным на рисунке 7, видно, что лидером электронной торговли является Китай; страна занимает 52,1 % рынка электронной торговли в 2023 г. На втором месте США с долей 20,1 %, на третьем Великобритания с показателем 3,4 %. Наименьшая доля приходиться на Францию со значением 1,4 % [32].

Развитие электронной торговли предполагает определение формата взаимодействия с целевой аудиторией, создание необходимой инфраструктуры для работы на онлайн-рынке, выбор интернет-платформы, настройку каналов и инструментов Интернет-маркетинга и ряда других действий, целью которых является получение прибыли.

Электронная коммерция стала неотъемлемой частью современной экономики. Согласно аналитическим прогнозам специалистов в данной отрасли в течение ближайших 5 лет следует ожидать существенный рост глобального рынка онлайн торговли.

Уже к 2025 г. объем продаж электронной коммерции во всем мире увеличится на 50 %, до 7,3 трлн долл., и составит 24,5 % общего объема розничных продаж [47]. На рисунке 8 представлены категории товаров посредством электронной торговли.

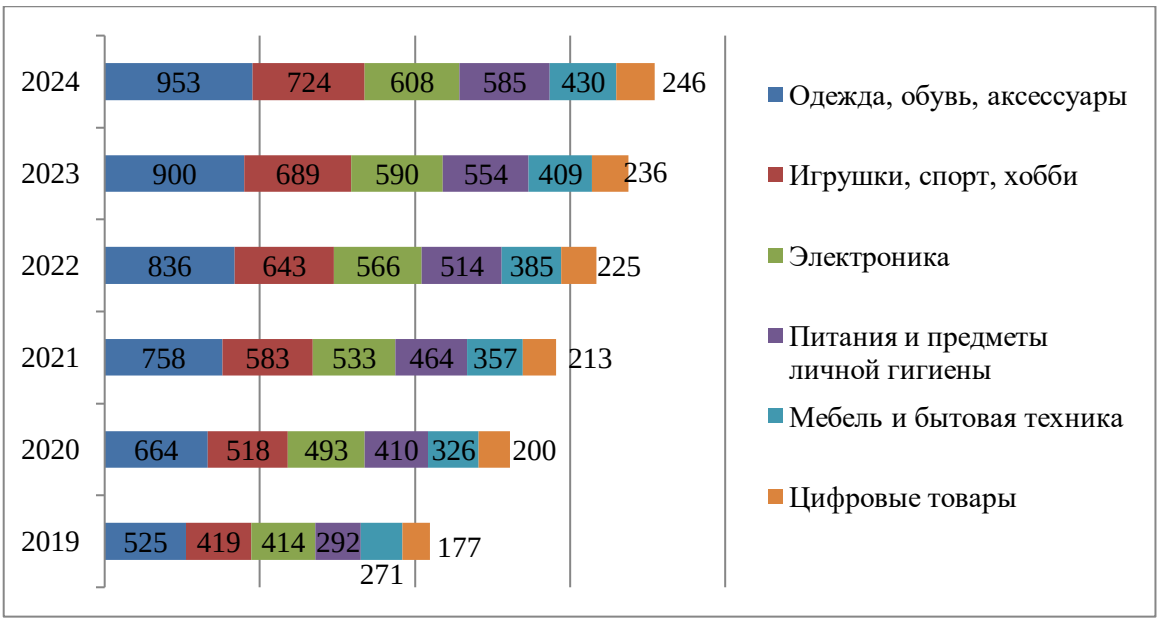

Рисунок 8 – Продажи товаров по категориям посредством электронной торговли (млрд долл.) [15, с. 57]

Согласно рисунку 8, с 2019 г. по 2023 г. продажа всех категории товаров посредством электронной торговли выросла. Наибольший рост продаж зафиксирован у категории «одежда, обувь, аксессуары» на 428 млрд долл., а наименьшая доля продаж пришлась на категорию «цифровые товары» на 69 млрд долл. [15, с. 57].

Рынок электронной торговли активно растет и развивается. В настоящее время в мире насчитывается от 12 до 24 млн магазинов электронной торговли. В приложении В представлены самые крупные маркетплейсы.

На мобильные покупки приходится 63 % всех продаж в электронной коммерции. По прогнозам экспертов в данной отрасли к 2040 г. 95 % всех покупок будет совершаться онлайн. По географическому признаку мировой рынок онлайн-платформ сегментирован на Северную Америку, Европу, АТР, Ближний Восток и Африку и Южную Америку [47].

Цифровая логистика является главной цепочкой в функционировании электронной торговли. Логистика электронной коммерции включает в себя управление запасами и ценообразование, упаковку и доставку заказов в онлайн-

режиме. Благодаря данной технологии упростились привычные грузоперевозки. На рисунке 9 представлено количество онлайн-доставок в сфере электронной торговли с 2019 по 2023 гг.

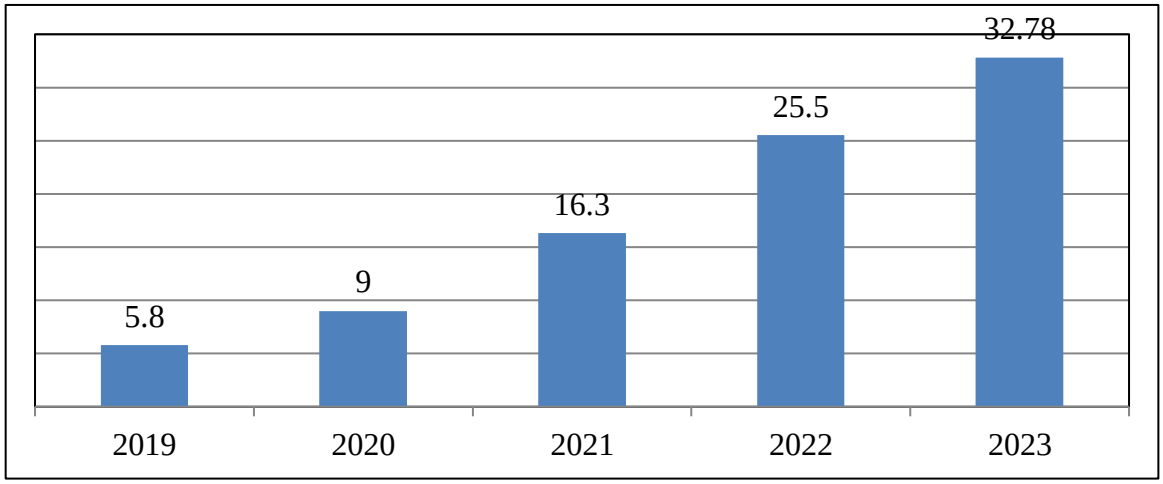

Рисунок 9 – Количество онлайн-доставок в сфере электронной торговли (трлн шт.) [составлено автором по: 45]

Согласно рисунку 9, количество доставок колоссально увеличилась с 2019 г. на 2698 трлн шт. Цифровая трансформация влечет за собой необходимость преобразования рынка, поскольку меняется восприятие и ожидания потребителя. Отрасль вынуждена менять модель организации бизнеса, ее структуру, алгоритм работы с клиентами и партнерами и пересматривать стратегию развития с учетом новой цифровой реальности [45].

В настоящее время большая часть взаимодействий в онлайн-пространстве переместилась на онлайн-площадки, где пользователи могут поддерживать связь с окружающими, и глобальными событиями одновременно.

Доля мобильных покупок на рынке электронной коммерции составляет около 63,9 %. По данным исследования, около 75 % пользователей предпочитают сайты, ориентированные на мобильные устройства. На рисунке 10 представлено развитие мобильной коммерции.

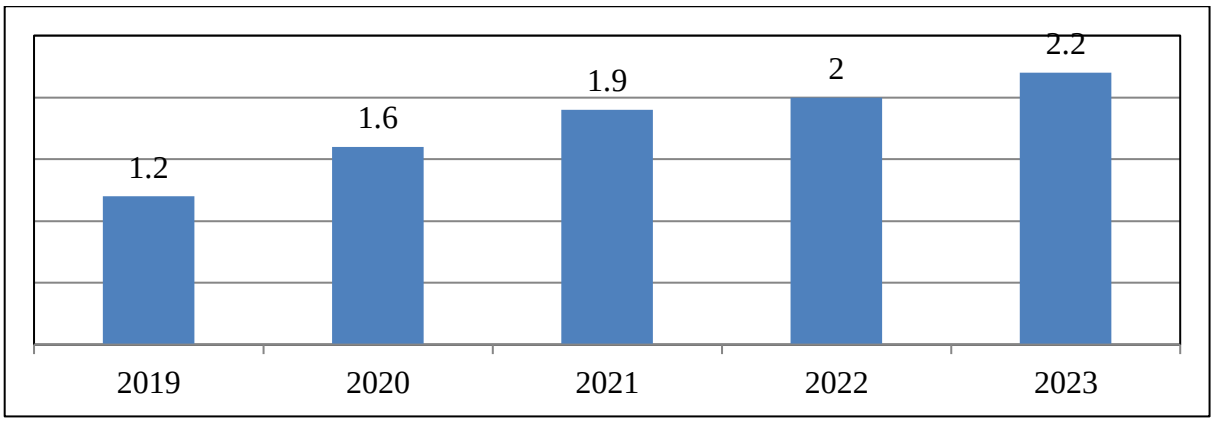

Рисунок 10 – Мобильная коммерция (трлн долл.) [47]

Согласно данным представленным на рисунке 10, можно отметить, что в рассматриваемых период с 2019 по 2023 гг. доля мобильной коммерции увеличилась на 1 млрд долл. На сегодняшний день, покупатели активно приобретают товары и услуги с помощью мобильного устройства [47].

Смартфоны внесли огромный вклад в феномен онлайн-покупок, и это также отражается на постоянно меняющемся поведении покупателей во всем мире. Поэтому необходимо рассмотреть анализ отплаты товаров. На рисунке 11 представлена структура отплаты за 2023 г.

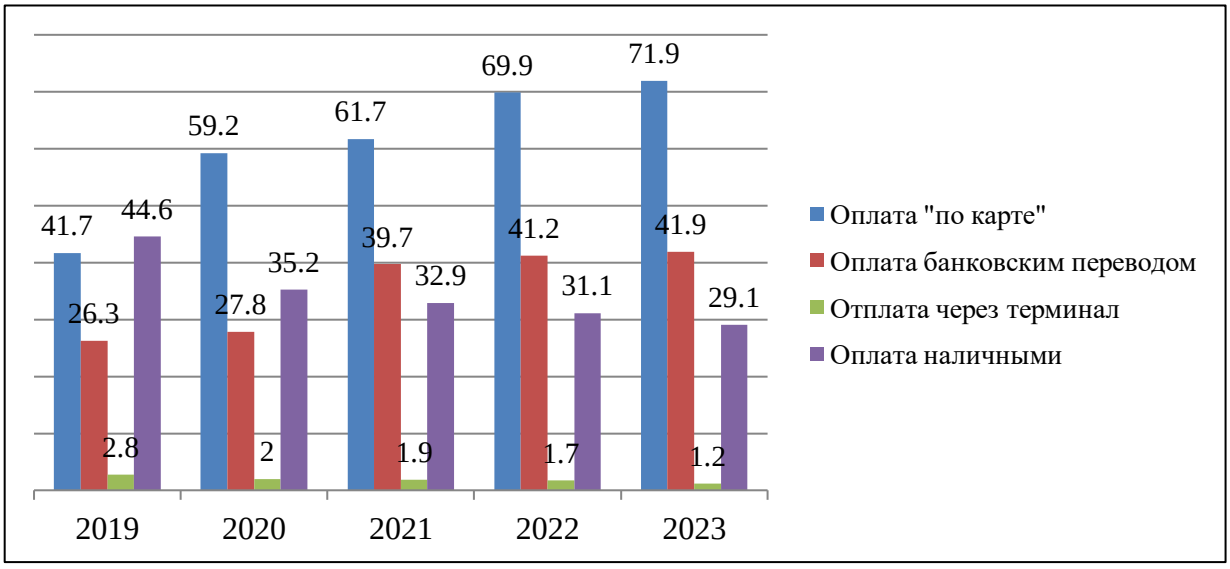

Рисунок 11 – Структура онлайн-оплаты (% от общего уровня онлайн-оплат в электронной торговле) [составлено автором по: 39]

Согласно данным из рисунка 11, доминирует категория оплата «по карте» в 2023 г. доля достигла 71,9 %; с 2019 г. данная услуга выросла на 30,2 %. Наименьшая доля приходиться на категорию «оплата через терминал». За рассматриваемый период доля сократилась на 1,6 %, причиной такой разницы в онлайн-оплате послужило рост внедрения инновационных технологий, которые значительно упросило процедуру оплаты [39].

Таким образом, развитие цифровых процессов и внедрения инновационных технологий оказало значительное влияние на мировую торговлю. С 2012 по 2024 гг. рынок электронной торговли вырос на 5484 млрд долл.; доля данной торговли в розничном рынке составляет 21,8 %, для сравнения в 2018 г. показатель достигал 12,2 %. На 2023 г. использование социальных сетей для продажи товаров занимает лидирующее положение среди использования технологии в торговле; страна-лидер в электронной торговли является Китай с долей 52,1 %. Согласно товарной структуре на первую половину 2024 г. больше всего продаж пришлось на категорию «одежда». Стоит отметить, что выросло количество онлайн-площадок; с 2019 г. доля мобильной коммерции увеличилась на 1 млрд долл. Логистика и финансовая отрасль тоже подверглись существенным изменением. Количество заказов на 2023 г. составляет 3278 млн шт. и согласно структурному анализу онлайн-оплаты – операция «оплата по карте» составляет 71,9 % и занимает лидирующую позицию в рамках разных финансовых операций. Цифровизация существенным образом отразилась на становлении торговли в глобальном масштабе и каждый год набирает обороты в развитии и совершенствовании.

2.2 Особенности правового регулирования международной цифровой торговли

Цифровая торговля стала неотъемлемой частью ведения бизнеса. Современные предприниматели разных стран активно внедряют в свою деятельность цифровые технологии. Необходимо отметить, что любая деятельность может осуществляться только в правовых рамках, определяемых как уже в

устоявшейся нормативно-правовой базе, так и в виде новых регуляторных подходов, разрабатываемых и внедряемых по мере необходимости.

Появление новых инновационных технологий в международной торговле требуют детальной проработки и внедрения нормативно-правовых актов для обеспечения правомерности и безопасности их использования как на национальном и международном уровне.

Рассмотрим ключевые нормативно-правовые акты, которые регулируют цифровую торговлю на мировом уровне. По данным ЮНКТАД 83 % от общего числа государств приняли нормативно-правовые акты, направленные на национально-законодательное регулирования онлайн-торговли.

В целях правового обеспечения использования электронных средств и содействия их использованию в коммерческой деятельности ЮНСИТРАЛ подготовила специальные законодательные тексты. Наиболее часто включается в законодательство Типовой закон ЮНСИТРАЛ об электронной торговле (1996 г.) [1], положения которого устанавливают одинаковый режим для информации в бумажном и электронном виде, а также обеспечивают юридическое признание электронных операций и процедур согласно основополагающим принципам недискриминации в отношении использования электронных средств.

Первым международным договором, обеспечивающим правовую определенность при заключении электронных договоров в международной торговле, является Конвенция Организации Объединенных Наций (ООН) об использовании электронных сообщений в международных договорах (2005 г.), которая основана на ранее разработанных текстах ЮНСИТРАЛ [42].

В 2019 г. ЮНСИТРАЛ одобрила публикацию «Комментарии по основным вопросам, связанным с договорами об облачных вычислениях», а в 2022 г. приняла Типовой закон ЮНСИТРАЛ «о создании первой согласованной на глобальном уровне единообразной правовой основы для идентификации физических и юридических лиц в режиме онлайн, а также для обеспечения гарантий качества данных в электронной форме, в том числе трансграничном контексте» [42].

Продолжая играть центральную и координирующую роль в системе ООН в рассмотрении правовых вопросов, связанных с цифровой экономикой, ЮНСИТРАЛ продолжает работу, направленную на правовое обеспечение новых технологий и их применения в торговле, в том числе в комбинации с другими направлениями своей деятельности, такими как урегулирование споров, обеспечительные интересы, несостоятельность и международные перевозки грузов.

В сотрудничестве с другими организациями проводится обширная работа по правовым вопросам, связанным с содействием развитию систем «единого окна» и безбумажной торговли. В результате совместной работы с Экономической и социальной комиссии для Азии и Тихого океана (ЭСКАТО) в этой области было разработано онлайновое Руководство по оценке готовности к трансграничной безбумажной торговле [42].

На внутреннем рынке ЕС правовая основа регулирования электронной коммерции и онлайн-услуг была создана при принятии директивы ЕС № 2000/31/ЕС, которой установлены правила в части ограничения ответственности поставщиков посреднических услуг; электронных контрактов; использования коммуникаций в коммерческих целях; устранения барьеров в регулировании трансграничных онлайн-услуг в ЕС; обеспечения правовой определенности для граждан и бизнеса [3].

В государствах-участниках СНГ действует Модельный закон об электронной торговле, который приняли 25.11.2008. В законе закрепили базовые определения и порядок осуществления электронной торговли на территории государств-участников СНГ [2].

Рабочая программа по реализации Декларации о глобальной электронной торговле предусматривала временный мораторий на взимание таможенных пошлин на электронные трансмиссии, необходимость изучения возможностей развития инфраструктуры для электронной коммерции. Для целей данной программы и было дано определение электронной коммерции, под которой понимается производство, распространение, маркетинг, продажа или доставка товара или услуги путем использования электронных средств.

В числе особенностей применения нормативно-правовой базы цифровой мировой торговли, выделим следующие характерные особенности:

1 Страны по-разному подходят к вопросу правового регулирования инновационных технологий, что оставляет открытым поле для деятельности недобросовестных участников и затрудняет процесс регулирования транснационального цифрового рынка (таблица 6).

Таблица 6 – Специфика законодательной базы электронной торговли в разных странах [составлено автором по: 4–9; 17; 15; 23]

Название страны	Описание
Индия	В 2000 г. был подписан Закон «об информационных технологиях»; В 2007 г. были внесены корректировки по регулированию и контролю над сферой кибербезопасности.
США	В 2000 г. Закон «о защите цифровой информации». В 2001 г. внесены изменения об онлайн-защите; прописаны положения о кибер-пиратстве и защита интеллектуальной собственности.
Китай	С 2019 г. действует Закон об электронной торговле (89 статей).
Мальта	01.11.2018 г.: законы «О виртуальных финансовых активах», «О работе в сфере цифровых инноваций» и «Об инновационных технологиях и услугах». Представляется, что нормы указанных законодательных актов, наиболее полно учитывают регламентацию проведения криптовалют и способов обращения с активами, предлагаемыми инвесторам.
Япония	В 2020 г. был принят Закон «о повышении прозрачности и справедливости торговли на цифровых платформах. Закон имеет экстерреториальное значение».
Россия	– Федеральный закон РФ № 126 «О связи»; – Федеральный закон РФ № 149 «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; – Федеральный закон РФ № 63 «Об электронной подписи»; – Федеральный закон РФ № 161 «О национальной платежной системе».

2 Государства почти всех стран столкнулись с проблемой регулирования субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет. Эффективное правовое регулирование возможно только при условии, что будет создано единое легальное трансграничное пространство. В настоящее время достичь этого сложно из-за стремительного развития науки и техники.

3 Цифровая торговля стала важной составляющей торговых потоков, возросло ее значение в торговой политике многих стран. Однако далеко не все страны могут

воспользоваться возможностями электронной коммерции в силу неразвитости инфраструктуры, низкого уровня образования населения в этой сфере, а также отсутствия упорядоченности в институциональной и регуляторной областях. Разрыв в уровне цифровизации между странами может существенно углубиться, если на многостороннем уровне не будут установлены определенные правила для преодоления барьеров [23, с. 3].

4 На сегодняшний день страны проводят форумы и собрания, на которых заключают и обсуждают торгово-экономические отношения в области цифровой торговли, например Сингапур и Австралия подписали Пакт о цифровой экономике, которая предоставит возможность кампаниям данных стран воспользоваться новыми технологиями для создания новых цифровых продуктов и услуг. Примеры интеграционных инициатив представлены в приложении Г.

5 Среди важных проблем в сфере нормативно-правового регулирования цифровой экономики определяется недостаточная эффективность мер по борьбе с уклонением от налогообложения при совершении электронных торговых сделок; сложность практического применения в отношении прибыли от реализации цифровых услуг и товаров положений, предусматриваемых международными договорами о недопущении двойного налогообложения; несовершенство классификаций юридических лиц и сделок, совершаемых ими в сфере электронной торговли [18, с. 8].

6 Таможенные тарифы. Одним из индикаторов масштабного распространения электронной торговли является значительно выросшие объемы посылок, перемещаемых через таможенные границы. Порог беспошлинного ввоза, начиная с которого почтовые отправления облагаются таможенным тарифом, значительно варьируется по странам. Например, достаточно низкие пороговые значения в таких странах как Швейцария – около 5 долл. за одну посылку, Индия – примерно 14 долл., Канада – около 15 долл., Беларусь – около 24 долл. Пороговые значения отсутствуют в Чили, Перу, Индонезии, Фиджи и на Мальдивах. Наиболее высокий порог ввоза посылок в США – 800 долл. и Австралии – 1000 долл. [10, с. 49].

7 Тарифные ставки. Самые высокие тарифы и наибольшее количество мер торговой защиты в отношении IT-товаров и компонентов применяются в некоторых странах Латинской Америки и Азии (Аргентине, Бразилии, Пакистане, Индии). В Аргентине, Бразилии и Пакистане средние ставки Режима наибольшего благоприятствования в торговле (РНБ) на инновационные товары превышают 10–13 %, а тарифные пики на отдельные товары составляют 30–35 %. При этом импортные пошлины на цифровую продукцию отсутствуют лишь в небольшом числе стран таких как Гонконг, Норвегия, Сингапур, Швейцария [10, с. 48].

8 Получение лицензии. Это может быть как обычная торговая лицензия, которую должен получить производитель или поставщик, занятый в сфере электронной коммерции требуется в такие страны как Чехия, Индия и Индонезия, так и специальная лицензия на осуществление электронной коммерции действует в Италии – лицензия на осуществление электронной коммерции требуется только для компаний, созданных в странах, не входящих в еврозону [10, с. 54].

Таким образом, на сегодняшний день достаточно остро стоит вопрос об нормативно-правовом регулирования электронной торговли. Инновационные технологии в торговли используют большое количество кампаний и корпораций, поэтому любая деятельность может осуществляться только в правовых рамках. Особенностью правового регулирования в данной отрасли является то, что нет единого мирового законодательного акта, который регулирует электронную торговлю. Каждая страна имеет свои нормативно-правовые акты, но они распространяются только на территории государства. Возникает необходимость скоординировать силы представителям стран и разработать общие стандарты ведения бизнеса, развития онлайн-торговли и адаптации с быстроразвивающимися цифровыми технологиями с помощью сети Интернет.

Глава 3 Основные проблемы и тенденции цифровизации торговли в современных условиях

3.1 Актуальные проблемы цифровизации мировой торговли

Внедрения технологий в торговлю способствуют снижению издержек и сопровождаются кардинальными изменениями в организации и структуре международной торговли, возникают новые онлайн-рынки и новые бизнес-модели.

На рисунке 12 представлены проблемы электронной торговли в условиях цифровизации.

Рисунок 12 – Основные проблемы в развитии цифровой торговли [составлено автором по: 47; 48; 50]

В современную эпоху цифровизации онлайн-покупки стали предпочтительным выбором для потребителей, которые хотят приобретать товары и услуги. Однако, поскольку эти транзакции происходят в виртуальной среде, потребители осознают высокий уровень риска, связанный с онлайн-транзакциями.

Стремительное развитие электронной коммерции в цифровую эпоху потребовало более глубокого изучения факторов, влияющих на поведение потребителей в Интернете.

Владельцы онлайн платформ необходимо обеспечить качество продукта, предоставить достоверную информацию и возможность конфиденциальности личных данных.

С развитием и расширением рынка электронной торговли возрос уровень конкуренции между странами. Это проявляется в том, что рынок стал переполняться маркетплейсами, сайтами, онлайн-приложениями, что привело к росту цифровой перегруженности и хаотичности цифрового пространства.

Однако конкуренция поспособствовала выработке направления специализации цифровой торговли, например, Китай лидер цифровых технологий, США активно развивает технологию «Интернет-вещей», Сингапур – это лидер по цифровым технологиям в финансовой отрасли [48, с. 11].

Стоит отметить, что специализация имеется только у некоторых стран. Многие государства не ставят приоритетной задачей создания инновационных технологий. Страны производят научно-технический обмен данными, информациями и квалифицированными специалистами.

Скорость распространения цифровых технологий растет, а отношения субъектов цифровой экономики усложняются. Представление о безопасности играет жизненно важную роль в формировании отношения людей к платформам электронной коммерции. Если пользователи чувствуют безопасность своей личной информации, они с большей вероятностью будут доверять платформе и совершать транзакции. Следовательно, предприятия электронной коммерции должны уделять приоритетное внимание мерам безопасности. Это не только улучшает общий пользовательский опыт, но и помогает создать базу лояльных клиентов, которые чувствуют себя в безопасности при использовании платформы [50, с. 4].

Операционные ограничения, связанные с функционированием платформ в онлайн-среде, могут затормозить развитие рынка. В частности, это риски возникновения проблем из-за отсутствия связи и потери электроэнергии, это может

быть связанно с климатическими условиями, природными катастрофами, непредвиденными происшествиями. Кроме того, системные ошибки и компьютерные сбои наносят торговому процессу серьезный ущерб и также влияют на динамику рынка. Проблемы онлайн-оплаты, сбои в логистическом процессе и организации также представляют одну из важных проблем функционировании цифровой торговли.

Интернет-бизнес оснащен большим количеством способов онлайн-оплаты, например, стандартный способ оплаты через приложение или «по карте», система быстрых платежей (СБП), *QR*-код и т.д. Этот сектор электронной торговли является одним из важных звеньев осуществления онлайн-торговли, поэтому кампаниям необходимо осуществлять тотальный контроль над финансовой составляющей электронной торговли. Данный сектор подвергается постоянным кибер-атакам и попыткам вести мошеннические комбинации [48, с. 4].

Логистические цепочки торговли в условиях цифровизации постоянно сталкиваются с проблемами. Сбои в логистической цепи могут привести к серьезным проблемам. Большая загруженность, колоссальный объем заказов, географическое местоположение, инфраструктурные ограничения, таможенные процедуры, трансграничные платежи, языковой барьер, особенности культуры и проверки при поставке все это усложняет логистическую цепь.

Для эффективной торговой сделки важным аспектом является грамотная организация. Поэтому для модернизации торговли, предприниматели активно внедряют инновационные технологии для упрощения, автоматизации процессов, отслеживания поставки товаров. Качество торгового обслуживания является важным фактором конкурентоспособности торговой организации [50, с. 17].

Из-за сложности с правовым регулированием торговли в сети Интернет увеличилось количество кибератак на онлайн-платформы. Для сравнения, на 2023 г. количество кибератак выросло на 116 % с 2018 г.; отмечается, что пик угроз был зафиксирован в 2020 г. во время локдаунов на 2 года вырос на 220 % [44].

Индекс кибер-угроз или *CyberEdge 2023 Cyberthreat Defense Report (CDR)* – это стало стандартом для оценки уровня безопасности организаций, оценки

восприятия специалистов в области ИТ-безопасности и определения текущих и планируемых инвестиций в инфраструктуру ИТ-безопасности [44]. Индекс рассчитывается следующим образом, показатель 5 – это самый высокий индекс опасности, 0 – самый низкий.

На рисунке 13 представлен перечень кибер-угроз, которые влияют на динамику электронной торговли.

Рисунок 13 – Индекс кибер-угроз в электронной торговли на 2023 г. (ед.)

[составлено автором по: 44]

Согласно данным рисунка 13, самый высокий показатель индекса у «вредоносных атак»» на втором месте «мошенничество в сети Интернет» и «фишинговые атаки».

Возникают затруднения в отслеживании торговли и применение инновационных технологий в сети Интернет и в правовом регулировании данного процесса. С данной проблемой столкнулись многие страны. Использование цифровых технологий могут иметь противоположный эффект при организации онлайн-бизнеса, например, интернет-пиратство; создаются «пиратские сайты», которые дублируют информацию с сайта.

Стоит отметить, что правовое регулирование данной сферы также затруднительно. Существуют различные противоречия между национальными законодательствами разных стран, поэтому необходима гармонизация, комплексная детализация и координация цифрового пространства и введения единого нормативно-правовых актов для всех стран и адаптировать государственное регулирование к тенденциям цифровизации.

Такая разработка как «искусственный интеллект» (ИИ) является передовой инновационной программой. ИИ активно внедряют в разные сферы жизнедеятельности для упрощения выполнения работы. Данная технология подразумевает воспроизводство и имитация человеческих навыков, в следствие растет угроза, что в скором времени роботы вытеснят и заместят человеческий труд. Это может поспособствовать росту безработицы и снижению социально-экономических показателей жизни населения, обострению неравенства населения [48, с. 16].

ИИ оказывает серьезное влияние на разбалансировку торговли и углубления экономического и технологического разрыва стран. Активное внедрение инновационных технологий в торговле и попытки усовершенствовать торговые цепочки поставок могут привести к риску переоценки перепроизводства в глобальном масштабе, изменении роли традиционных факторов производства и международной торговли

В век глобальной цифровой трансформации существует проблема как цифровое неравенство. Международный характер научно-технического прогресса привел к тому, что новейшие технологии и достижения распространяются в мире бесконечно, что противоречит конкуренции. Часто используются дискриминационные способы сохранения конкурентных технологических преимуществ, а использованные технологии утекают в развивающиеся страны.

Таким образом, цифровая трансформация торговли имеет как положительные последствия, как и отрицательные. В условиях быстрого внедрения и разработки инновационных устройств и технологий появилось ряд проблем, с которыми столкнулись как покупатели, как и поставщики. Это такие проблемы как высокая

конкуренция, плохо развиты цепочки логистики-доставки, изобилие онлайн-площадок, увеличение кибер-атак, появление угрозы замены труда людей, нескоординированная и несогласованная нормативно-правовая база по регулировании электронной торговли. Эти проблемы требуют принятия комплексных решений, поскольку последствия могут повлечь за собой серьезный ущерб торговому процессу, что отразиться на динамике рынка как внутреннего, так и внешнего.

3.2 Направления трансформации международной торговли в условиях цифровизации

В связи с быстрым развитием торговли цифровыми услугами страны все больше внимания уделяют технологическим инновациям и их применению в эпоху цифровой экономики для повышения своей международной конкурентоспособности.

В сфере торговли сегодня выделяются 4 ключевых направления, где активно внедряются цифровые технологии (рисунок 14).

Рисунок 14 – Направления внедрения цифровых технологий в торговле [49, с. 70]

Цифровая трансформация позволила осуществлять саму торговлю при помощи цифровых средств, а для традиционной торговли осуществлять торговые процессы при помощи онлайн-платформ.

Расширение рынка, распространение знаний и обмен научно-техническим опытом способствуют продвижению технологических инноваций в сфере торговли. На рисунке 15 представлен рейтинг стран по роботизации бизнес-среды стран.

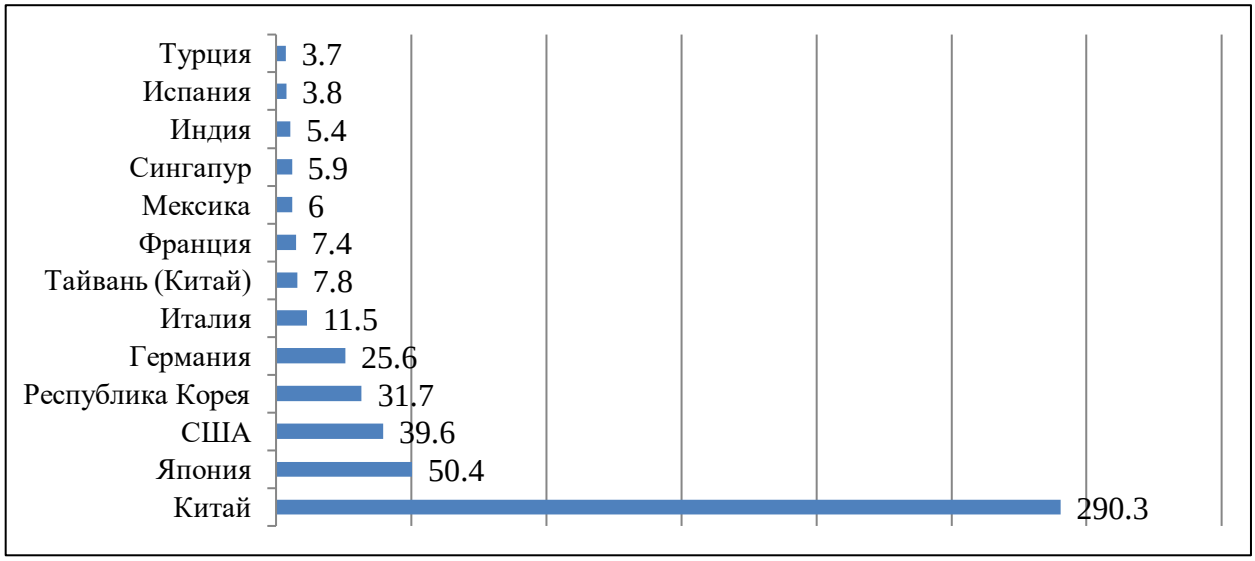

Рисунок 15 – Рейтинг стран по уровню роботизации 2023 г. (тыс. ед.) [24]

Согласно данным, представленным на рисунке 15, лидером является Китай с существенным преимуществом по данному показателю. На втором и третьем месте Япония и США. Аутсайдером является Турция с показателем 3,7 тыс. ед. [24].

Торговля постоянно трансформируется под влиянием множества факторов. Цифровые решения для ритейла предоставляют преимущества компаниям, а именно улучшают качество сервиса, автоматизируют и оптимизируют внутренние процессы, повышают охваты. Кампании все чаще создают цифровые продукты и разрабатывают инновационные модели бизнеса и стремятся создавать уникальные предложения.

Анализ научной литературы позволяет выделить тенденции развития торговли в современных условиях цифровизации.

1 Внедрение автоматизированных систем в противовес рутинной работе. Кампании оснащают приложения чат-ботами, которые способны обрабатывать сотни тысяч запросов каждый день. Согласно статистическим данным, на сегодняшний день, 35 % ритейлов используют инновацию «чат-боты», в сфере финансов 23 % банков и 15 % страховые кампании [37].

2 Аналитика с *Big Data*. Для создания персонализированной коммуникации с потребителями необходимо обеспечить и сформировать правильный ассортимент, предсказывать спрос, выстраивать стратегии маркетинга для лояльности разных сегментов аудитории. Сегодня только 23 % кампаний используют данное устройство [37].

3 Внедрение систем управления логистикой. Оптимизация поставок, автоматизация процесса доставки и транспортировки. Цифровизация мониторинга, контроль за складом, своевременное пополнение товарного ассортимента поспособствует сокращению расходов более чем на 10,5 %. Кампания *Wildberries* активно тестирует модели беспилотной отгрузки, а компания *X5* Group запустил уже регулярные рейсы. Яндекс. Маркет разработал роботов-инвентаризаторов для крупномасштабных грузов, которые помогают сменить рутинную работу сотрудников и оптимизируют производство [34].

4 *Supplier Relationship Management* (*SRM*) – это система, которая предоставляет комплексное онлайн-решение по цифровизации и управлению взаимодействия с поставщиками, начиная от верификации поставщиков и их проверки по РНП (реестр недобросовестных поставщиков), идентифицируя рейтинг поставщиком и заканчивая подбором поставщиком в соответствии с определенными требованиями [40]. Это инновация позволит интернет-магазинов автоматизации закуток на предприятии.

5 Искусственный интеллект и нейросеть. Сейчас данные инновационные технологии применяются для анализа данных, оптимизация цен, сегментирования клиентов. Нейросети способствуют построению автоматизированных торговых цепочек, генерации идей для рекламных кампаний. Искусственный интеллект помогает активно адаптировать бизнес к новым реалиям и высокой конкуренции.

6 Развитие технологий отслеживания действий пользователей. Набирает популярность такая технология как веб-трекинг – это есть анализ совершенного действия. С помощью этого устройство можно оптимизировать сайт или приложения по категориям интересов и предпочтений потребителя для повышения монетизации веб-ресурса. Согласно данных *Google Analytics*, с применением данной технологий, продажи улучшились на 9,5 % в 2024 г. по сравнению 2023 г. [37].

7 Мобильная коммерция и социальные сети. Популярность социальный сетей является перманентной тенденцией и с каждый годом появляются новые возможности для ведения бизнеса в Интернет-среде. Необходимо отметить, что мобильная коммерция меняет мир онлайн-торговли. В 2023 г. приложение *Wildberries* в *Google Play* и *App Store* скачали 29,7 млн раз, а Amazon 71,9 млн раз по всему миру [40]. Набирает обороты такая технология, как кроссплатформенная разработка; это механизм, создающий одно мобильное приложение под две платформы: *iOS* и *Android*. По статистическим данным это увеличило объемы скачивания онлайн-платформ для разных устройств на 8,8 % по всему миру [37].

8 Экологическая стабильность. На сегодняшний день, покупатели отдают предпочтения экологичность продукции; практикуют осознанное потребление, эко-утилизацию и поддерживают кампании, которые уделяют этому особое внимание. Инновационный тренд «зеленая инициатива» в онлайн-торговли, например, *Adidas* и их инициатива *Parley*: Компания сотрудничает с *Parley for the Oceans*, создавая обувь из переработанного пластика, собранного из океанов. В итоге, количество отходов в океанах меньше, а потребители получают выбор экологичной обуви [28].

9 Облачная электронная коммерция. Это сервис, который управляет цифровыми данными, приложениями, виртуальными платежами, контроль запасов товаров, а также расширяет возможности торговой площадки. Например, *Alibaba* использует облачную инфраструктуру для поддержки своей глобальной платформы *AliExpress*; *Alibaba Cloud* обеспечивает низкие логистические препятствия, высокую доступность для пользователейво всем мире. Облачные инструменты адаптируют платформы к различным языкам и валютам [37].

10 Новые формы онлайн-оплаты. Тренд по созданию и поиску альтернативных способов оплат продиктован изменившейся ситуацией на мировой арене. На сегодняшний день активно используются следующие методы оплаты:

– возможность оплачивать долями (платеж делиться на 4 части по 25 %);

– *BNPL* – «купи сейчас, заплати позже», это позволяет снизать финансовую нагрузку в моменте совершения покупок;

– создание платежных приложений – устройство будет вести учет всех финансовых операций, онлайн платежные ассистенты, которые автоматически выбирают способ оплаты, учитывая скидки, кэшбэк [28].

11 Корпоративный интернет-магазин (КИМ) по типу маркетплейса для закупок. Это облачное решение *B2B-Center*, которое сделает рутинный процесс закупки малоценных товаров эффективным. Быстрый поиск товаров, сравнение предложений и проведение покупки; закупки у поставщиков, готовых работать на индивидуальных условиях; минимум ручного труда, отсутствие повторяющихся тендерных процедур [37].

Таким образом, существует множество трендов развития торговли над влиянием процесса цифровизации. Направления развития торговли – это цифровая логистика, IT-инфраструктура, мобильная коммерция и разработка разных способов онлайн-оплаты. Кампании все чаще создают цифровые продукты и дивайсы, а также разрабатывают инновационные бизнес-модели и стремятся создавать уникальные предложения. Однако необходимо отметить, что технический аспект, с одной стороны, поможет стать конкурентоспособным объектом, но, с другой стороны, требует больших затрат и усилий для поддержания достойного уровня и следованию новшествам ведения бизнеса.

Заключение

Цифровая трансформация экономики подразумевает активное использование инновационных технологий в системе международной торговли. В связи с совершенствованием бизнес-пространства, сфера электронная коммерция приобрела огромную популярность и показывает положительную динамику развития.

Под воздействием инновационных технологий и сети Интернет создаются новые условия для ведения торговли и бизнеса. Процесс цифровизации торговли – это внедрение цифровых технологий в торговую отрасль с целью минимизировать издержки производства и увеличить объемы продаж. Цифровизация дает возможность диверсифицировать как товары и услуги, а также расширить географию экспорта, поскольку цифровое пространство подразумевает упрощенную процедуру входа на мировой рынок.

Электронная торговля – это сфера экономики, которая состоит из финансовых, торговых бизнес-процессов и операций в онлайн-режиме. Цифровые технологии выступают в роли драйверов, способствующие системному развитию цифрового общества в международном масштабе. Цифровая торговля открывает новые возможности для ведения бизнеса; это способствуют такие факторы как увеличение количества интернет-магазинов, рост пользователей сети Интернет, распространение электронных устройств, спрос покупки товаров посредством электронной коммерции, а также кроссбордерная торговля.

Развитие и внедрение инновационных технологий существенным образом отразилась на мировую экономику и бизнес-процессы. В связи с процессом глубокой цифровой трансформации, на мировой арене появляются новые технологичные решения, которые интегрируют в бизнес-прострванство – это «Интернет-вещей», «искусственный интеллект», технологии блокчейн, облачные вычисления и многие другие. С 2012 по 2024 гг. рынок электронной торговли вырос 52 %. Применение социальных сетей для продажи товаров занимает лидирующее положение среди использования технологий в торговле; страна-лидер электронной торговли является Китай. Согласно товарной структуре на мировом рынке больше

всего продаж пришлось на категорию «одежда». Наблюдается положительная тенденция увеличения мобильной коммерции и количество торговых онлайн-площадок. Логистика и финансовая отрасли тоже подверглась существенным изменение, вырос процент онлайн-заказов в 4,2 раза, а также самая популярная финансовая операция является «оплата по карте».

На мировой арене достаточно остро стоит вопрос об нормативно-правовом регулировании торговли в условиях цифровизации. Государства стран столкнулись с проблемой регулирования субъектов предпринимательской деятельности в сети Интернет. Деятельность цифровой торговли регулируют Типовой закон ЮНИСТРАЛ «об электронной торговле» (1996 г.). В 2022 г. был принят Типовой закон ЮНИСТРАЛ «об создание первой согласованной на глобальном уровне единообразной правовой основы для идентификации физических и юридических лиц в режиме онлайн». Нормативно-правовое регулирования электронной коммерции является достаточно имеет неоднозначный характер, поскольку законодательная база данной отрасли бизнеса в разных странах отличается степенью правового координации. На данный момент страны и интеграционные объединения активно разрабатывают законодательную базу для регулирования торговли в сети Интернет.

В условиях быстрого внедрения и разработки инновационных устройств и технологий появилось ряд проблем, с которыми столкнулись субъекты электронной торговли. Это такие проблемы как высокий уровень конкуренции, цифровое неравенство, технологическая уязвимость, нескоординированная нормативно-правовая база, проблемы онлайн-оплаты и логистики, риск кибер-угроз. Данные проблемы носят противоречивый характер; решение появляющихся проблем торговли в условиях цифровизации для многих стран является достаточно сложной задачей.

С каждым годом появляются новые тренды осуществления торговли в сети Интернет. Страны Европы совершенствуют механизм онлайн-доставки, делают акцент на оптимизации логистических цепочек, активно используют технологию искусственный интеллект и активно развивают «зеленую коммерцию». Азиатский

регион разрабатывает интернет-инфраструктуру и создает инновационные технологии, также модернизирует способы цифровой оплаты. Африканские страны стремиться развивать маркетплейсы, а также появился тренд социальной коммерции для малого и среднего бизнеса в некоторых африканских регионов. Америка развивает IT-инфраструктуру, совершенствует способы онлайн-оплаты и активно внедрение искусственный интеллект в торговлю для автоматизации процессов. В России наблюдается тенденция развития мобильной коммерции, создаются маркетплейсы, а именно сайты с использованием технологией чат-боты.

Итак, процесс цифровизации затронул мировую экономику; торговля претерпела существенное изменение; происходит цифровая трансформация торговли, которая подразумевает активное внедрение инновационных технологий с целью увеличить географию продаж, а также наладить взаимовыгодные торговые отношения с другими участниками экономических отношений в цифровом пространстве.

Список использованных источников

1 Об электронной торговле. Типовой закон ЮНИСТРАЛ от 14.06.1996 // Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН. – 1996. – № A/51/628.

2 Об электронной торговле. Модельный закон СНГ от 25.11.2008 // Информационный бюллетень Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ. – 2009. – № 43.

3 О некоторых правовых аспектах информационных услуг на внутреннем рынке, в частности, об электронной коммерции. Директива 2000/31/ЕС от 08.06.2000 // Журнал Европейского сообщества. – 2000. – № 178. – С. 1–16.

4 О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд : федер. закон Российской Федерации ред. от 14.02.2024 г. № 44-ФЗ // Российская газета. – 2013. – 5 апреля.

5 Об электронной подписи : федер. закон Российской Федерации ред. от 28.06.2014 г. № 63-ФЗ // Российская газета. – 2011. – 25 марта.

6 О лицензировании отдельных видов деятельности : федер. закон Российской Федерации ред. от 04.08.2023 г. № 99-ФЗ //. Российская газета. – 2011. – 4 мая.

7 О национальной платежной системе : федер. закон Российской Федерации от 26.06.2011 г. № 161-ФЗ // Российская газета. – 2011. – 27 июня.

8 Об информации, информационных технологиях и о защите информации : федер. закон Российской Федерации от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ // Российская газета. – 2011. – 27 июля.

9 О связи : федер. закон Российской Федерации от 07.07.2003 г. № 126-ФЗ // Российская газета. – 2003. – 7 июля.

10 Алиев Т. М., Исмагилова О. Д., Попова В. Н. Мировой опыт регулирования цифровой торговли // Экономическое развитие России. 2020. № 12. С. 46–59.

11 Бабенко И. В., Тинькова Е. В., Тиньков С. А. Влияние цифровизации на развитие международной торговли // Вестник российского нового университета. Серия: человек и общество. 2023. № 1. С. 24–34.

12 Белов В. А. Электронная торговля: понятие, правовое регулирование, судебная практика. URL: https://www.law.ru/article/23109-elektronnaya-torgovlya-ponyatie-pravovoe-regulirovanie-sudebnaya-praktika (дата обращения: 04.04.2024).

13 Бирюкова О. В., Данильцев А. В. Когда сотрудничество не складывается: глобальное управление цифровой торговлей // Вестник международных организаций. 2019. Т. 14. № 1. С. 7–20.

14 Головенчик Г. Теоретические подходы к определению понятия «цифровая экономика» // Наука и инновации. 2019. № 2. С. 40–45.

15 Головенчик Г. Г. Цифровая мировая экономика. М. : Цифровая мировая экономика, 2021. 175 с.

16 Горобченко М. А. Влияние цифровизации на международную торговлю // Скиф. 2021. № 12 (64). С. 29–33.

17 Детерминант: определение термина. URL: https://tochka.com/info/glossary/determinant/ (дата обращения: 14.04.2024).

18 Ешугова С. К., Хамирзова С. К. Развитие электронной коммерции в условиях цифровизации // Новые технологии. 2021. № 3. С.95–104.

19 Катрин Е. В. Цифровизация: научные подходы к определению термина // Вестник ЗабГУ. 2022. № 5. С. 49–54.

20 Лучшие онлайн-площадки мира в 2023 году. URL: https://www.webretailer.com/marketplaces-worldwide/online-marketplaces/ (дата обращения: 05.04.2024).

21 Минов А., Кирюшин С., Борисов Е. Цифровизация и цифровая трансформация. М. : О цифровой трансформации и цифровизации, 2020. С. 1–15.

22 Набиева Н. Ю. Цифровизация: понятие и особенности // Форум молодых ученых. 2022. № 3 (67). С. 115–118.

23 Наклескина Е. А., Одинцов С. В. Правовые основы цифровой трансформации бизнеса // Проблемы Науки. 2021. № 11 (168). С. 1–4.

24 Новый отчет World Robotics 2023. URL: https://prorobotov.org/blog/-stati/novyy-otchet-world-robotics-2023-aziya-znachitelno-operezhaet-evropu-i-ameriku-po-robotizatsii/ (дата обращения: 05.04.2024).

25 Обзор электронной коммерции Восточной и Юго-Восточной Азии: проблемы, перспективы, игроки. URL: https://cart-power.ru/blog/obzor-elektronnoj-kommercii-vostochnoj-i-jugo-vostochnoj-azii-problemy-perspektivy-igroki/ (дата обращения: 13.04.2024).

26 Обзор электронной коммерции в Северной Америке: США и Канаде. URL: https://cart-power.ru/blog/obzor-elektronnoj-kommercii-v-severnoj-amerike-ssha-i-kanada/ (дата обращения: 13.04.2024).

27 Особенности развития электронной коммерции в странах Западной Европы. URL: https://cart-power.ru/blog/osobennosti-elektronnoj-kommercii-v-stranah-zapadnoj-evropy/ (дата обращения: 13.04.2024).

28 Основные тренды электронной коммерции в 2023 году. URL: https://www.a-gora.ru/blog/trendy-e-commerce-2023/ (дата обращения: 07.04.2024).

29 Отчет о мировом рынке электронной коммерции. URL: https://asoworld.-com/ru/blog/global-e-commerce-market-report-2023/ (дата обращения: 08.04.2024).

30 Паскова А. А. Цифровая трансформация розничной торговли: тенденции и технологии // Новые технологии. 2020. № 6. С. 129–131.

31 Пламадяла А. П. Электронная торговля как форма международного бизнеса: российская и зарубежная практика // Экономика и бизнес. 2021. № 6–2. С. 141–144.

32 Размер рынка электронной коммерции по странам. URL: https://www.mo-biloud.com/blog/ecommerce-market-size-by-country (дата обращения: 09.04.2024).

33 Смирнов Е. В. Цифровая трансформация мировой экономики: торговля, производство, рынки; монография. М. : Мир науки, 2019. 95 с.

34 Тенденции и тренды развития рынка электронной коммерции и цифровизации закупок на 2024 год. URL: https://www.agora.ru/blog/razvitie-elektronnoy-kommertsii-2024/ (дата обращения: 10.04.2024).

35 Темников А. О. Современные подходы к определению термина «цифровая трансформация» // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2023. № 3. С. 222–229.

36 Тренды развития рынка электронной коммерции в России. URL: https://cart-power.ru/blog/trendy-razvitiya-rynka-elektronnoj-kommercii-v-rossii/ (дата обращения: 13.04.2024).

37 Тренды электронной коммерции на 2024 год. URL: https://stik.-pro/blog/trendy-electronnoy-commercee-na-2024-god/ (дата обращения: 11.04.2024).

38 Удальцова Н. Л. Цифровая трансформация и новые формы бизнеса в розничной торговли // Экономические науки. 2023. № 2 (219). С. 151–158.

39 Цифровая трансформация денежных переводов. URL: https://vc.ru/-money/854780-cifrovaya-transformaciya-denezhnyh-perevodov (дата обращения: 11.04.2024).

40 Цифровизация ритейла 2023-2025: тенденции и актуальные решения. URL: https://www.agora.ru/blog/tsifrovizatsiya-riteyla-2023-2025/ (дата обращения: 12.04.2024).

41 Шуйский В. П. Международная торговля в условиях цифровизации мировой экономики // Российский внешнеэкономический вестник. 2019. № 7. С. 7–20.

42 Электронная торговля. URL: https://uncitral.un.org/ru/texts/ecommerce (дата обращения: 12.04.2024).

43 Электронная торговля в странах Африки: потенциал роста, ведущие маркетплейсы. URL: https://cart-power.ru/blog/elektronnaya-torgovlya-v-stranah-afriki/ (дата обращения: 13.04.2024).

44 Cyberthreat Defense Report 2023. URL: HUMAN_Report_2023-Cyberthreat-Defense-Report.pdf (дата обращения: 13.04.2024).

45 Digital 2024. URL: https://www.byyd.me/ru/blog/2024/02/digital-2024-datareportal/ (дата обращения: 13.04.2024).

46 E-Commerce Statistics of 2024. URL: https://www.forbes.com/-advisor/business/ecommerce-statistics/ (дата обращения: 16.04.2024).

47 E-Commerce Statistics To Know In 2024. URL: https://www.manaferra.-com/ecommerce-statistics/ (дата обращения: 14.04.2024).

48 Handoyo S. Purchasing in the digital age: A meta-analytical perspective on trust, risk, security, and e-WOM in e-commerce // Heliyon. 2024. № 10. P. 1–23.

49 Voskresensky V. Y. On the digital transformation of the world economy // The global economy. 2024. No. 3. P. 67–75.

50 Wen H., Chen W., Zhou F. Does digital service trade boost technological innovation?: International evidence // Socio-ecomonic planning sciences. 2023. № 88. P. 1-18.

Приложение А

Трактовка термина «цифровая экономика»

Таблица А.1 – Подходы к определению понятия «цифровая экономика» [составлено автором по: 14, с. 42; 15, с. 16]

№	Автор / Организация	Характеристика
1	Рихтер К. К., Пахомова Н. В.	«Цифровая экономика есть экономика, базирующая на новом типе информационных и телекоммуникационных технологиях, охватывающая и преобразующая все сферы производства и общественной жизни».
2	Калужский М. Л.	«Цифровая экономика – это коммуникационная среда экономической деятельности в сети Интернет, а также формы, методы, инструменты и результаты ее реализации».
3	Мещеряков Р. В.	К термину «цифровая экономика» существует два подхода. Первый подход классический: цифровая экономика – это экономика, основанная на цифровых технологиях, и при этом правильнее характеризовать исключительно область электронных товаров и услуг. Второй подход – расширенный: цифровая экономика – это экономическое производство с использованием цифровых технологий.
4	Энговатова А. А.	«Цифровая экономика – это экономика, основанная на новых методах генерирования, обработки, хранения, передачи данных, а также на цифровых компьютерных технологиях».
5	Гарифуллин Б. М., Зябриков В. В.	«Сущность цифровой экономики заключается в развитии совместного потребления».
6	Варламов К. В.	«Цифровая экономика – это уклад, в котором происходит системный и последовательный перевод в цифровой вид традиционных форм деловых и производственных отношений, форм взаимодействия населения и предприятий с государством».
7	Асанов Р. К.	«Цифровая экономика – это экономика, основанная на производстве электронных товаров и сервисов высокотехнологичными бизнес-структурами и дистрибуции этой продукции при помощи электронной коммерции».
8	Программа развития цифровой экономики в России до 2035 г.	Цифровая (электронная) экономика – совокупность общественных отношений, складывающихся при использовании электронных технологий, электронной инфраструктуры и услуг, технологий анализа больших объемов данных и прогнозирования в целях оптимизации производства, распределения, обмена, потребления и повышения уровня социально-экономического развития государства
9	ЮНКТАД	«Цифровая экономика – это покупка и продажа, осуществляемая через компьютерную сеть. Под этого определение подходит как производство, продажа и распространение материальных товаров, так и цифровых продукты и услуг в цифровом виде».
10	ООН	«Электронная торговля – это внедрение информационно-коммуникационных технологий приводят к созданию новых возможностей для торговли и возникновению новых предметов торговли».

Приложение Б

Формы цифровых технологий в международной торговли

Таблица Б.1 – Формы цифровых технологий [составлено автором по: 15, с. 77–97]

Название формы	Характеристика
«Интернет-вещей»	– это механизм, который способствует обмену информации между устройствами, которые в свою очередь, подключены в единой сети; – данная форма способствует сбору, анализу, обработки и передачи данных без задействования человека с помощью программного обеспечения (ПО) или различных приложений; – к примеру, логист проектирует путь для доставки товара и осуществляет контроль за передвижением курьера.
Искусственный интеллект	– искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью в производственных процессах; – например, эта цифровая технология осуществляет контроль над техническими процессами, способствует обрабатывать и перерабатывать данные и упрощать механизмы для достижения конечной цели.
Технологии блокчейн	– блокчейн – это база данных, содержащая информацию о транзакциях, произведенная участками. – информация хранится в виде цепочки блоков; в каждом блоке отражено конкретное число транзакций; – данная цифровая технология применяется для перевода денег, шифровании карт, содержание данных в «Интернет-вещей».
Большие данные «*Big Data*»	– это данные больших масштабов, которые содержаться в цифровых устройствах; – к ним относятся: общая статистика рынков и личные данные пользователя: информация о транзакциях и платежах, покупках, перемещениях и предпочтения аудитории.
«Облачные технологии»	– «облако» – это интернет-платформа, ресурсы которой передаются по сетевым каналам от сервера к клиенту с помощью ПО; – эта цифровая технологи предоставляет интернет-услуги, например, хранение данных, серверы, приложения; – цель – диверсификация ресурсов во всем мире, возможность предоставить бизнес-пользователей расширить свой рынок, учитывать интересы клиентов, используя все необходимые ресурсы для этого.

Приложение В

Маркетплейсы

Таблица В.1 – Топ лучших цифровых площадок мира 2023 г. [составлено автором по: 20]

№	Название	Регион/ Страны	Количество посещений в год
1	*Amazon*	Глобальный	4,79 млрд
2	*eBay*	Глобальный	1,21 млрд
3	*Rakuten*	Глобальный	563,37 млн
4	*Shopee*	Юго-Восточная Азия	559,59 млн
5	*AliExpress*	Глобальный	525.45млн
6	*Etsy*	Глобальный	447,31 млн
7	*Walmart*	Северная Америка	407,61 млн
8	*Mercado Libre*	Латинская Америка	362,90 млн
9	*Wildberries*	Россия	342,85 млн
10	*Ozon*	Россия	316 млн
11	*Taobao*	Китай	303,43 млн
12	*Pinduoduo*	Китай	227,66 млн
13	*Lazada*	Юго-Восточная Азия	211,72 млн
14	*Allegro*	Польша	198,62 млн
15	*Flipkart*	Индия	161,10 млн
16	*Цель*	США, Австралия	158,40 млн
17	*Zalando*	Европа	149,32 млн
18	*JD.com*	Китай	143,36 млн
19	*Trendyol*	Турция	138,10 млн
20	*Mercari*	Япония, Болгария	125,55 млн

Приложение Г

Интеграционные инициативы

Таблица Г.1 – Примеры интеграционных инициатив [составлено автором по: 13, с. 13–17]

Название интеграции	На заседании были затронуты следующие аспекты:
Европейский союз (ЕС)	– предложено сформировать Единый цифровой рынок для улучшения доступа потребителей и бизнеса к цифровым товарам и услугам по всей Европе; – выравнить условия для цифровых сетей и инновационных услуг и максимизации роста экономики от цифровизации; – регулировать вопросы по цифровой безопасности.
Ассоциации государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН)	– ведется разработка для содействия трансграничной транзакции электронной торговли; – особое внимание уделяет электронным сделкам, противодействию кибербезопасности, защите прав потребителей, регулированию контента, защите данных, конфиденциальности и разрешению споров в этой области.
Евразийский экономический союз (ЕАЭС)	– были разработаны цели развития цифрового пространства к 2025 г. (Цифровая повестка 2025); – к числу основных задач развития «новой» экономики относит совершенствование нормативно-правовой базы; – создание широкого доступа населения к Интернету, как с технической стороны, так и со стороны повышения компьютерной грамотности населения.
Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС)	– обсуждалось предоставление возможности научно-технического установления принципов регулирования цифровой экономики для стран с различным уровнем развития; – была подготовлена «дорожная карта» АТЭС по цифровой и интернет-экономике, которая помогала координировать транспарентность и последовательных условий в области электронной торговли.
Организация экономического и социального развития (ОЭСР)	– были проанализирована глобальная сеть Интернет, поток данных, цифровая инфраструктура, цифровое доверие и высококваликафикационные знания и навыки в данной отрасли; – отметили необходимость поддержки свободного потока информации, инноваций и новых технологий; – отметили важность укрепления доверия, уменьшения препятствий для электронной коммерции.
G-20 (Большая двадцатка)	– выделили многосторонность экономики Интернета, признавая возможности и вызовы, связанные с глобальным экономическим ростом и развитием; – отметили необходимость исключения риска кражи IP-технологий с использованием ИКТ для коммерческих конкурентных преимуществ; – подчеркнули важность уважения и защиты конфиденциальности.