

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«ПЕНЗЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики и управления

Кафедра «Экономическая теория и
международные отношения»

Направление подготовки

38.04.01 «Экономика»

Магистерская программа

Международная экономика

МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ

на тему

**Цифровизация международной торговли как новая форма
международных экономических отношений**

Магистрант

Шабаева

Елена

Александровна

подпись, дата

Руководитель

Рожкова Л. В.

подпись, дата

Нормоконтролер

Влазнева С. А.

подпись, дата

Рецензент

Винничек Л. Б.

Зав. кафедрой «Организация и
информатизация производства»
ФГБОУ ВО Пензенский
государственный аграрный университет

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

Розен Л. Г.

подпись, дата

Пенза 2020

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»
Институт экономики и управления
Кафедра «Экономическая теория и международные отношения»
Направление подготовки 38.04.01 «Экономика»,
магистерская программа – Международная экономика

«УТВЕРЖДАЮ»:

зав. кафедрой

д.с.н., доцент Рожкова Л. В.

«_____» _____ 20__ г.

ЗАДАНИЕ
НА МАГИСТЕРСКУЮ ДИССЕРТАЦИЮ

магистранту Шабоевой Е. А., группа 18ЭЭм1, обучение очное

1 Тема магистерской диссертации: Цифровизация международной торговли как новая форма международных экономических отношений

утверждена приказом по университету

от «__» _____ 20__ г. № _____

2 Срок сдачи магистрантом законченной магистерской диссертации: 17.06.2020.

3 Исходные данные к магистерской диссертации: научная и справочная литература, данные сети Интернет.

4 Перечень подлежащих разработке вопросов: новая роль международных экономических отношений в современном мире; международная торговля как форма международных экономических отношений; теоретические аспекты цифровизации современной мировой экономики; динамика и структура международной торговли товарами и услугами; электронная торговля как форма международной торговли; цифровые платформы в международной торговле; международная электронная торговля России на современном этапе; цифровизация государственных услуг в сфере внешней торговли; проблемы и перспективы цифровизации внешней торговли России.

5 Перечень графического материала: таблицы, рисунки.

6 Дата выдачи задания: 3.12.2018.

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

Задание принял к исполнению магистрант _____ / Е. А. Шабоева /
(подпись) (инициалы, фамилия)

График подготовки магистерской диссертации

№ п/п	Содержание работы	Срок выполнения	Дата выполнения, подпись руководителя
Первый год обучения			
1	Проведение анализа научной литературы; выбор и актуализация темы исследования	01.09.2018 – 30.09.2018	
2	Формирование научной концепции исследования	01.10.2018 – 31.10.2018	
3	Формирование развернутого плана первой главы и укрупненных глав диссертации	1.11.2018 – 31.12.2018	
4	Проведение теоретических исследований в рамках первой главы диссертации	1.01.2019 – 28.02.2019	
5	Подготовка первой главы диссертации	1.03.2019 – 30.06.2019	
Второй год обучения			
6	Сбор статистических данных и фактологического материала	01.09.2019 – 30.09.2019	
7	Проработка новых источников литературы	01.10.2019 – 31.10.2019	
8	Проведение аналитического исследования в рамках первой и второй главы диссертации	01.11.2019 – 31.12.2019	
9	Подготовка второй главы диссертации	1.01.2020 – 1.03.2020	
10	Подготовка третьей главы диссертации	2.03.2020 – 6.05.2020	
11	Подготовка введения и заключения	7.05.2020 – 21.05.2020	
12	Оформление ВКР	22.05.2020 – 2.06.2020	
13	Сдача ВКР нормоконтролю, проверка в системе «антиплагиат.вуз»	3.06.2020 – 15.06.2020	
14	Ознакомление с отзывом, рецензией	16.06.2020	
15	Представление законченной магистерской диссертации, передача в ГЭК	17.06.2020	

Руководитель _____ / Л. В. Рожкова /
 Задание принял к исполнению магистрант _____ / Е. А. Шабеева /

Реферат

Магистерская диссертация 90 с., 3 ч., 24 рис., 3 табл., 72 источник.
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ, ЦИФРОВИЗАЦИЯ, МЕЖДУНАРОДНЫЕ
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ, ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ, ЦИФРОВЫЕ
ПЛАТФОРМЫ, ТОВАРЫ, ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ.

Объектом исследования является международная торговля.

Цель работы состоит в анализе направлений цифровизации международной торговли как формы современных международных экономических отношений и выделении основных тенденций цифровизации внешней торговли в России.

Методологическую основу работы составил системный подход. Также использовались методы единства исторического и логического, сравнительного анализа, статистического анализа, а также позитивный и нормативный подходы

В результате исследования впервые:

- предложено авторское определение цифровизации международной торговли как процесса использования цифровых технологий на всех этапах осуществления международной торговли, снижающего стоимость и облегчающего трансграничные поставки товаров и услуг;

- выделены основные направления развития международной электронной торговли, позволяющие создать благоприятную среду для развития цифровизации международной торговли;

- выделены перспективные товары для Российского экспорта электронной торговли;

- определены проблемы дальнейшего развития цифровизации международной торговли в России и в мире, а также пути их решения.

Результаты работы: показана новая роль международных экономических отношений в современном мире; выделена международная торговля как форма международных экономических отношений; рассмотрены теоретические аспекты цифровизации современной мировой экономики; показаны динамика и структура международной торговли товарами и услугами; выделена электронная торговля как

форма международной торговли; рассмотрены цифровые платформы в международной торговле; показана международная электронная торговля России на современном этапе; рассмотрена цифровизация государственных услуг в сфере внешней торговли; выделены проблемы и перспективы цифровизации внешней торговли России.

Рекомендации по внедрению. Анализ направлений цифровизации международной торговли может быть использован органами государственной власти, научным сообществом, предприятиями и организациями для расширения теоретических знаний в области направлений цифровизации международной торговли.

Теоретическая значимость ВКР состоит в комплексном анализе направлений развития международной электронной торговли, позволяющих создать благоприятную среду для развития цифровизации международной торговли и выделении проблем дальнейшего развития цифровизации международной торговли и путей их решения.

Прогнозные предложения о развитии объекта исследования. Перспективы цифровизации международной торговли видятся в дальнейшем распространении цифровых технологий на все сферы и направления международной торговли.

Оглавление

Введение.....	3
Глава 1 Международные экономические отношения в современных условиях ..	8
1.1 Новая роль международных экономических отношений в современном мире	8
1.2 Международная торговля как форма международных экономических отношений	15
1.3 Теоретические аспекты цифровизации современной мировой экономики	24
Глава 2 Особенности международной торговли в условиях глобальной цифровизации	32
2.1 Динамика и структура международной торговли товарами и услугами	32
2.2 Электронная торговля как форма международной торговли	38
2.3 Цифровые платформы в международной торговле	45
Глава 3 Направления цифровизации международной торговли в России	53
3.1 Международная электронная торговля России на современном этапе	53
3.2 Цифровизация государственных услуг в сфере внешней торговли	61
3.3 Проблемы и перспективы цифровизации внешней торговли России....	68
Заключение.....	77
Список использованных источников.....	81

Введение

Начало ХХI в. ознаменовалось вступлением мира в новую технологическую эпоху – эпоху цифровой экономики, базирующуюся на внедрении и использовании комплекса цифровых технологий (технологий, связанных с цифровой информацией). Как свидетельствует история, технологические инновации всегда приводили к серьезным изменениям в образе жизни людей, меняли способы их взаимодействия, производства и потребления. При этом они снижали торговые издержки и сопровождались значительными изменениями в организации и структуре международной торговли. Подъем цифровых технологий обещает произвести в ней еще большие изменения.

Цифровая революция стала возможной благодаря технологическим сдвигам в компьютеризации, коммуникациях и обработке информации. В течение последних лет произошло значительное увеличение мощности и скорости работы компьютеров при одновременном резком падении их стоимости и широком распространении персональных компьютеров. Названные изменения сопровождались таким же быстрым увеличением пропускной способности коммуникационных сетей, что стало важным катализатором для быстрого распространения Интернета и мобильных устройств. И наконец, значительно возросла способность переводить информацию из аналоговой формы в цифровую, а также собирать ее, хранить и анализировать. Не менее важно также то, что ученым удалось объединить возможности этих технологий, что их многократно усилило. Переход от механических и аналоговых технологий к цифровым технологиям и их быстрая адаптация, особенно в информационном и коммуникационном секторах экономики, а также активное использование услуг, основанных на информационно-коммуникационных технологиях (ИКТ) в других секторах экономики – все это заложило фундамент цифровой экономики.

Цифровые технологии трансформировали экономическую активность на внутренних и международных рынках. Их широкое применение отражается на всех секторах международной торговли, однако, сильнее всего они затронули торговлю

услугами, которые оказались в центре новейшей технологической революции. Технологические инновации сделали возможным поставлять за границу в цифровой форме возрастающее число услуг. Более того, эти технологии не только облегчают торговлю традиционными услугами, одновременно они позволяют новым услугам замещать торговлю товарами, обеспечивая рост доли услуг в международной торговле. При этом цифровые технологии могут облегчать торговлю услугами, как снижая коммуникационные и транзакционные издержки, так и уменьшая потребность в близости провайдера к клиенту.

В отличие от торговли товарами, поставка услуг часто требует прямого контакта производителя с потребителем. Более того, некоторые услуги требуют физической близости провайдера и клиента. Это требование, часто именуемое «связыванием работника и клиента», делает невозможными трансграничные поставки таких услуг. Цифровые технологии значительно снижают важность этого требования. Инновации в области дистанционно контролируемых роботов также открывают новые пути торговли услугами. Хотя в настоящее время эти технологии сравнительно дороги, в будущем более дешевые роботы, контролируемые через Интернет, могут серьезно изменить контуры международной торговли.

Поскольку цифровые технологии, такие как передача голоса, электронные письма и онлайн-платформы значительно уменьшают стоимость международных коммуникаций, поставка услуг на большие расстояния, даже на другие континенты становится дешевле и проще. Это позволяет странам специализироваться на производствах, где они располагают сравнительными конкурентными преимуществами.

Таким образом, широкое применение цифровых технологий снижает стоимость и облегчает трансграничные поставки услуг. И наконец, новейшие сдвиги в области дистанционно управляемой робототехники открывают новые возможности для торговли услугами. Согласно прогнозу ВТО, результатом широкого применения цифровых технологий может стать дальнейшее повышение доли услуг в международной торговле – до 25 % к 2030 г. Такое развитие вполне естественно, учитывая возможность более значительного снижения издержек в

торговле услугами по сравнению с торговлей товарами и повышение значимости услуг в экономике.

Новые технологии влияют также на структуру торговли товарами. По мере распространения цифровых технологий торговля отдельными товарами может возрасти, а другими сократиться или полностью исчезнуть. Со времени подписания в 1996 г. Соглашения об информационных технологиях торговля высокотехнологичными продуктами, основанными на этих технологиях (компьютеры, телекоммуникационное оборудование, полупроводники, оборудование для производства и тестирования полупроводников, научные приборы, части и компоненты указанных товаров), до 2016 г. выросла втрое и составляет в настоящее время около 15 % всей мировой торговли товарами.

Расширение торговли продуктами информационных технологий создает основную инфраструктуру для информационных и коммуникационных услуг, позволяя им играть главную роль в продвижении и адаптации цифровых технологий. Снижение стоимости и быстрота распространения компьютеров и мобильных телефонов привели к облегчению доступа к Интернету и росту цифровой экономики, создавая новые возможности для торговли. Расширение торговли данными товарами, вероятно, продолжится, учитывая усиливающееся проникновение цифровых технологий в экономику и появление новых продуктов этой категории.

Процессы цифровизации и цифровой трансформации рассматриваются в трудах таких зарубежных авторов, как Д. Белл, Н. Винер, Б. Гейтс, К. Гирц, П. Друкер, Р. Йенсен, М. Кастельс, Н. Негропonte и других, а также в работах отечественных авторов, таких как С. Ю. Глазьев, В. В. Макаров, Р. М. Нуреев, А. Н. Спартак, Е. Н. Смирнов, И. А. Стрелец, Т. О. Толстых, В. В. Трофимов и др.

Актуальность темы исследования определяется масштабным развитием техники и технологий Интернет в сочетании с интенсивным развитием международных экономических отношений, что способствует широкому применению цифровых технологий в международной торговле. Преимущества использования Интернет и других ИКТ привлекают всё большее число участников,

стремящихся воспользоваться новыми возможностями ведения бизнеса, осуществления продаж и совершения покупок. Цифровизация стала незаменимым спутником практически любой сферы современного предпринимательства и причиной становления новой экономики, породив вместе с тем спектр вопросов и проблем.

Таким образом, целью работы является анализ направлений цифровизации международной торговли как формы современных международных экономических отношений и выделение основных тенденций цифровизации внешней торговли в России.

Данная цель реализуется через следующие задачи:

- выделить новую роль международных экономических отношений в современном мире;
- раскрыть сущность цифровизация и информатизация мировой экономики;
- отразить теоретические аспекты международной торговли как формы международных экономических отношений;
- провести анализ динамики и структуры международной торговли товарами и услугами;
- рассмотреть электронную торговлю как форму международной торговли;
- показать развитие электронных платформ для трансграничного сотрудничества;
- проанализировать электронную внешнюю торговлю России на современном этапе;
- выделить направления цифровизация государственных услуг в сфере внешней торговли;
- определить перспективы цифровизации внешней торговли России.

Объектом исследования является международная торговля.

Предмет исследования – основные направления цифровизации международной торговли в мировой и российской экономике.

Методологическую основу работы составил системный подход. Также использовались методы единства исторического и логического, сравнительного анализа, статистического анализа, а также позитивный и нормативный подходы.

Новизна магистерской диссертации состоит в следующем:

- предложено авторское определение цифровизации международной торговли как процесса использования цифровых технологий на всех этапах осуществления международной торговли, снижающего стоимость и облегчающего трансграничные поставки товаров и услуг;

- выделены основные направления развития международной электронной торговли, позволяющие создать благоприятную среду для развития цифровизации международной торговли;

- выделены перспективные товары для Российского экспорта электронной торговли;

- определены проблемы дальнейшего развития цифровизации международной торговли в России и в мире, а также пути их решения.

Информационную базу исследования образуют статистические данные и результаты современных исследований иностранных и российских ученых по проблемам цифровизации международной торговли, опубликованные в сборниках статей, а также в периодических изданиях, аналитические обзоры, Интернет-ресурсы.

Глава 1 Международные экономические отношения в современных условиях

1.1 Новая роль международных экономических отношений в современном мире

Существование любой экономики в современных реалиях невозможно без международной кооперации и разнопланового сотрудничества между странами. Ни одно государство сегодня не может существовать в изоляции и оставаться при этом успешным. Развитие международных экономических отношений – это залог нормального функционирования всей мировой экономики.

Мировая (планетарная) экономика – это не что иное, как объединение всех национальных производств и структур. А вот международные экономические отношения как раз и являются инструментом для их сближения, обеспечивая их сотрудничество.

Международные экономические отношения при этом были направлены в равной степени как на разделение труда (что вылилось в специализации разных стран на производстве определенной продукции), так и на объединение усилий (что выразилось в кооперации государств и экономик). В результате кооперации производств возникли крупные транснациональные компании.

Взаимоотношения экономического характера между странами, компаниями или корпорациями принято называть международными экономическими отношениями (МЭО).

Международные экономические отношения, как и любые другие, имеют своих конкретных субъектов. В данном случае в роли таких субъектов выступают:

- независимые государства и зависимые территории, а также их отдельные части;
- ТНК (транснациональные корпорации);
- международные банковские учреждения;
- отдельные крупные компании;

– международные организации и блоки (в том числе финансирующие и контролирующие) [17, с. 14].

Объектами МЭО являются:

– товары в материальной форме (сырьевые и продовольственные товары, готовые изделия, продукция обрабатывающей промышленности, машинотехническая продукция);

– услуги (международные инжиниринг, консалтинг, аудит, лизинг, туризм, перевозки, расчеты и т.п.);

– технологии (патентные и беспатентные лицензии, товарные знаки);

– капитал (прямые и портфельные зарубежные инвестиции, международный кредит);

– рабочая сила [17, с. 15].

Между субъектами мирового хозяйства экономические отношения складываются по поводу экспорта (импорта) товаров и услуг, технологий, рабочей силы и капитала, осуществления хозяйственной деятельности за рубежом, привлечения валютных и финансовых операций. Указанное взаимодействие субъектов определяет структуру современных МЭО и позволяет выделить пять основных форм мирохозяйственных связей (рисунок 1.1).

Также включаются международная производственная кооперация, международный туризм, деятельность международных экономических организаций и другие.

Несмотря на то, что каждая форма международных экономических отношений имеет свою специфическую сферу и способы реализации, они тесно взаимосвязаны между собой, и все вместе образуют систему. Международные экономические отношения как система представляют собой совокупность форм международных экономических отношений в их тесной взаимообусловленности и взаимодействии. В этом качестве МЭО отражают рыночный характер национальных экономик.

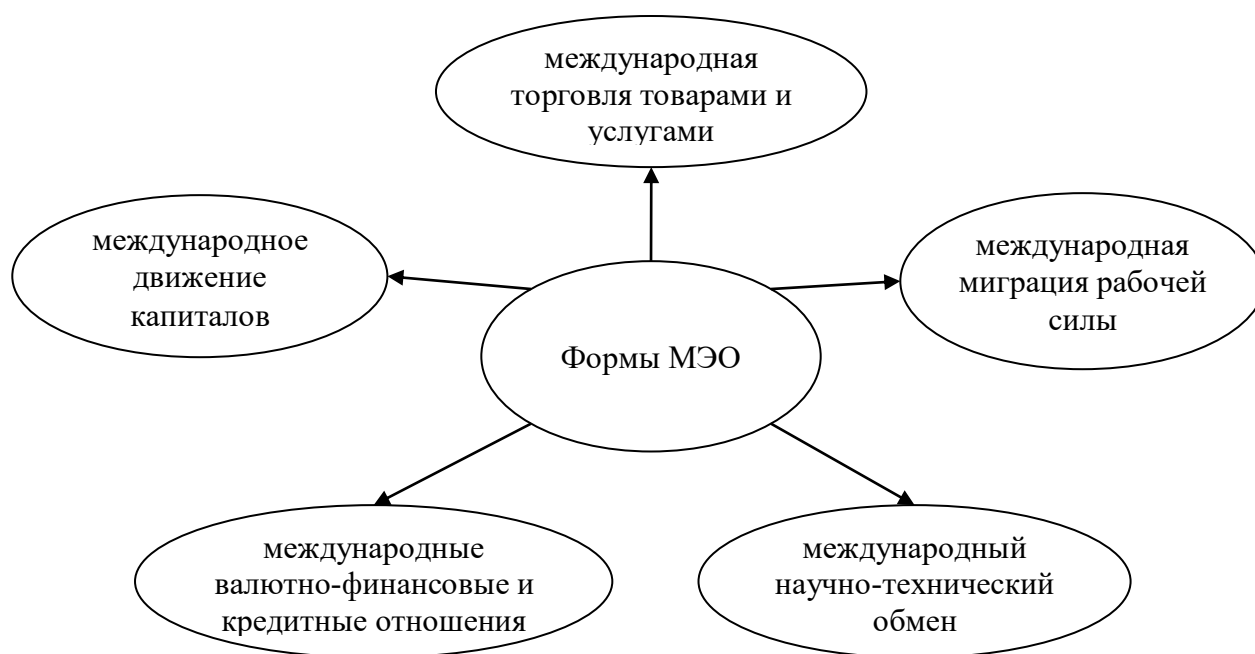


Рисунок 1.1 – Основные формы МЭО [17, с. 16]

Все эти формы международных экономических отношений неодинаковы по своей роли и значимости для мировой экономики. Так, в современных условиях лидерство удерживают именно валютно-кредитные отношения.

Международная торговля товарами предопределяет развитие международной торговли услугами (банковские, страховые услуги, гарантийное и послегарантийное обслуживание, международные перевозки и т.п.). Тенденции развития мирового рынка товаров и услуг воздействуют на динамику и географические направления международной миграции предпринимательского капитала, его транснационализацию, международную специализацию и кооперирование производства, которые, в свою очередь, влекут за собой международные перемещения рабочей силы. Все формы МЭО связаны с необходимостью проведения международных расчетов и возможностью получения или предоставления международных кредитов.

Одновременно ситуация на мировых финансовых рынках сказывается на международной торговле товарами и услугами, технологиями, а также на процессах трудовой миграции рабочей силы. Практическое осуществление МЭО предполагает наличие механизма их реализации.

Механизм реализации МЭО – это совокупность правовых норм и инструментов по их реализации (международные соглашения, договоры, конвенции, хартии, кодексы и т.п.), принятых на национальном и межгосударственном уровнях, включая региональные и глобальные международные экономические организации.

Основными тенденциями развития международных экономических отношений в настоящее время являются процессы международной экономической интеграции, глобализации и транснационализации мировой экономики.

Международная экономическая интеграция – сближение и взаимоприспособление национальных экономик, включение их в единый воспроизводственный процесс в интернациональных масштабах [25, с. 121].

Международную экономическую интеграцию можно охарактеризовать как процесс хозяйственного объединения стран на основе разделения труда между отдельными национальными хозяйствами, взаимодействия их экономик на различных уровнях и в различных формах путем развития глубоких устойчивых взаимосвязей.

Международная экономическая интеграция – это достаточно высокая, эффективная и перспективная ступень развития мировой экономики, качественно новый и более сложный этап интернационализации хозяйственных связей. На этой ступени происходит не только сближение национальных экономик, но и обеспечивается совместное решение экономических задач. Следовательно, экономическую интеграцию можно представить как процесс экономического взаимодействия стран, приводящий к сближению хозяйственных механизмов, принимающий форму межгосударственных соглашений и согласованно регулируемый межгосударственными органами.

Экономическая интеграция выражается в сотрудничестве между национальными хозяйствами разных стран и полной или частичной их унификации; ликвидации барьеров в движении товаров, услуг, капитала, рабочей силы между этими странами; сближении рынков каждой из отдельных стран с целью образования одного единого (общего) рынка; стирании различий между

экономическими субъектами, относящимися к разным государствам; отсутствии той или иной формы дискриминации иностранных партнеров в каждой из национальных экономик и т.п.

Процессы экономической интеграции идут как на двусторонней, так и на региональной или на глобальной основе. В качестве характерной особенности интеграционных объединений в настоящее время можно назвать их развитие на региональном уровне: создаются целостные региональные хозяйственные комплексы с общими наднациональными и межгосударственными органами управления.

Существенной особенностью всей системы международных отношений становится глобализация. Экономическая интеграция вполне вписывается в процесс глобализации, составляя его ядро, а сама глобализация представляет собой более высокую стадию интернационализации, ее дальнейшее развитие, когда долго накапливающиеся количественные изменения привели к качественному скачку. Мир становится единым рынком для большинства ТНК и к тому же большинство регионов открыто для их деятельности.

Глобализация международных отношений – это усиление взаимозависимости и взаимовлияния различных сфер общественной жизни и деятельности в области международных отношений. Она затрагивает практически все сферы общественной жизни, включая экономику, политику, идеологию, социальную сферу, культуру, экологию, безопасность, образ жизни, а также сами условия существования человечества [39, с. 30].

Процесс глобализации охватывает разные сферы мировой экономики, а именно внешнюю, международную, мировую торговлю товарами, услугами, технологиями, объектами интеллектуальной собственности; международное движение факторов производства (рабочей силы, капитала, информации); международные финансово-кредитные и валютные операции (безвозмездное финансирование и помощь, кредиты и займы субъектов международных экономических отношений, операции с ценными бумагами, специальные финансовые механизмы и инструменты, операции с валютой); производственное,

научно-техническое, технологическое, инжиниринговое и информационное сотрудничество.

Глобализация мировой экономики – это многоуровневое явление, затрагивающее: региональную, национальную экономику (макроуровень); товарные, финансовые и валютные рынки, рынки труда (мезоуровень); отдельные компании (микроуровень) [39, с. 32].

На макроэкономическом уровне глобализация проявляется в стремлении государств и интеграционных объединений к экономической активности вне своих границ за счет либерализации торговли, снятия торговых и инвестиционных барьеров, создания зон свободной торговли и т.п. Кроме того, процессы глобализации и интеграции охватывают межгосударственные согласованные меры по целенаправленному формированию мирохозяйственного рыночного (экономического, правового, информационного, политического) пространства в крупных регионах мира.

На микроэкономическом уровне глобализация проявляется в расширении деятельности компаний за пределы внутреннего рынка. Большинству крупнейших транснациональных корпораций приходится действовать в глобальных масштабах: их рынком становится любой район с высоким уровнем потребления, они должны быть способны удовлетворять спрос потребителей везде, независимо от границ и национальной принадлежности. Компании мыслят в глобальных категориях покупателей, технологий, издержек, поставок, стратегических альянсов и конкурентов. Различные звенья и стадии проектирования, производства и сбыта продукции размещаются в разных странах, унифицируясь в международном масштабе. Создание и развитие транснациональных фирм позволяет обойти множество барьеров (за счет использования трансфертных поставок, цен, благоприятных условий воспроизводства, лучшего учета рыночной ситуации, приложения прибыли и т.д.).

Учитывая, что для ТНК (особенно многонациональных и глобальных) внешнеэкономическая деятельность в большинстве случаев имеет более важное значение, чем внутренние операции, они выступают основным субъектом

глобальных экономических процессов. Транснациональные корпорации – это основа глобализации, ее главная движущая сила.

Становление и развитие МЭО обусловлено наличием ряда объективных предпосылок на национальном и международном уровнях [47, с. 8].

К предпосылкам развития МЭО на национальном уровне относят:

- переход от натурального типа хозяйствования к товарному производству;
- утверждение товарно-денежных отношений с целью максимизации прибыли;
- качественный скачок в развитии производительных сил в ходе промышленной революции, позволивший перейти к массовому производству товаров сверх внутренних национальных потребностей.

К предпосылкам развития МЭО на международном уровне относятся:

- неравномерность распределения естественных и приобретенных факторов производства между странами, лежащая в основе международного разделения труда;
- осознание народами экономических преимуществ от мирохозяйственных связей для роста благосостояния нации в целом;
- создание на базе НТП инфраструктуры ВЭС (железных дорог, средств связи, транспорта и т.п.).

К факторам, оказавшим наиболее серьезное воздействие на формирование и развитие МЭО, относят:

- НТП, увеличивший объемы и расширивший ассортимент международного обмена, вовлекший в сферу мирохозяйственных связей обмен услугами и технологиями, обеспечивающий непрерывное функционирование мирового рынка, упростивший процессы трудовой миграции;
- обострение глобальных проблем (экологической, сырьевой, энергетической, продовольственной, демографической и др.) активизировало международное сотрудничество в сфере научно-исследовательских работ, совместного освоения недр Земли и Мирового океана, охраны окружающей среды и др.;

– либерализация внешнеэкономической политики практически всех стран мира, особенно четко проявившаяся в последние 50 лет и выразившаяся в ослаблении мер тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли, улучшении инвестиционного климата во многих странах;

– изменения в системе международного разделения труда (МРТ) – роль и место страны в МРТ сейчас все меньше зависит от ее природно-климатических ресурсов и географического положения и все больше от «приобретенных ресурсов» (технологий, капитала, качественного состава рабочей силы) и сотрудничества с международными корпорациями;

– процессы региональной экономической интеграции, охватившие все без исключения континенты и др. [17, с. 111].

Таким образом, происходит создание и постоянное совершенствование системы мирового и регионального регулирования МЭО как ответ на возникающие проблемы их развития, что позволило создать общую для всех стран нормативно-правовую базу функционирования мирохозяйственных связей в виде Венской конвенции о договорах купли-продажи товаров, Оттавской конвенции о международной финансовой аренде и т.п. Происходит формирование всемирной инфраструктуры МЭО, включающей всемирные сети транспорта, коммуникаций, глобальных информационных сетей, что значительно ускоряет практическую реализацию мирохозяйственных связей, порождает новые способы их осуществления (заключение международных товарных сделок в сети Интернет, купля-продажа товаров и услуг на международных товарных биржах, аукционах, практически немедленное осуществление международных расчетов).

1.2 Международная торговля как форма международных экономических отношений

Международная торговля является старейшей и важнейшей формой международных экономических отношений, оказывая решающее влияние на развитие мирового хозяйства в целом.

Международная торговля – это сфера товарно-денежных отношений, представляющая собой совокупность внешней торговли всех стран мира. Внешняя торговля – обмен той или иной страны с другими странами, включающий в себя оплачиваемые экспорт и импорт товаров и услуг. Термин «внешняя торговля» применим только к отдельно взятой стране.

Термин международная торговля впервые использовал в XII в. итальянский ученый-экономист Антонио Маргаретти – автор экономического трактата Власть народных масс на Севере Италии [18, с. 433].

Формы международной торговли:

- экспорт – вывоз за границу национальных товаров.
- импорт – ввоз зарубежных товаров в страну.
- реэкспорт – вывоз ранее ввезённых товаров.
- реимпорт – ввоз ранее вывезенных товаров.

Для характеристики как международной торговли, так и внешней используются показатели общего товарооборота, товарной и географической структуры. Внешнеторговый оборот – сумма стоимости экспорта и импорта той или иной страны. Стоимостной объем внешней торговли исчисляется за определенный период времени в текущих ценах соответствующих лет с использованием текущих валютных курсов. Физический объем внешней торговли исчисляется в постоянных ценах и позволяет производить необходимые сопоставления и определять ее реальную динамику.

Мировой товарооборот подсчитывается путем суммирования только объемов экспорта всех государств, традиционно выражаемых в долларах США. Такая методика подсчета вызвана тем, что экспорт товаров всех стран мира является одновременно импортом этих стран (не считая стоимости транспорта и страхования грузов), поэтому сложение цифр мирового экспорта и импорта приводило бы к двойному счету.

Стоимость мирового импорта всегда выше стоимости экспорта на сумму стоимости фрахта и страхования. Учет стран, между которыми осуществляется внешнеторговый оборот, осуществляется по методу «производство – потребление».

В соответствии с этим методом импорт отражается по стране производства, а экспорт – по стране потребления товара.

Товарная структура мировой торговли представляет собой соотношение товарных групп в мировом экспорте.

Географическая структура – распределение торговых потоков между отдельными странами и их группами, выделяемыми либо по территориальному, либо по организационному признаку. Организационная географическая структура – данные о международной торговле между странами, принадлежащими к отдельным интеграционным и иным торгово-политическим группировкам, либо выделенными в определенную группу по тем или иным критериям.

Международная торговля состоит из двух встречных потоков товаров – экспорта и импорта и характеризуется торговым сальдо и торговым оборотом (рисунок 1.2). Торговое сальдо – разность стоимостных объемов экспорта и импорта. Торговый оборот – сумма стоимостных объемов экспорта и импорта.

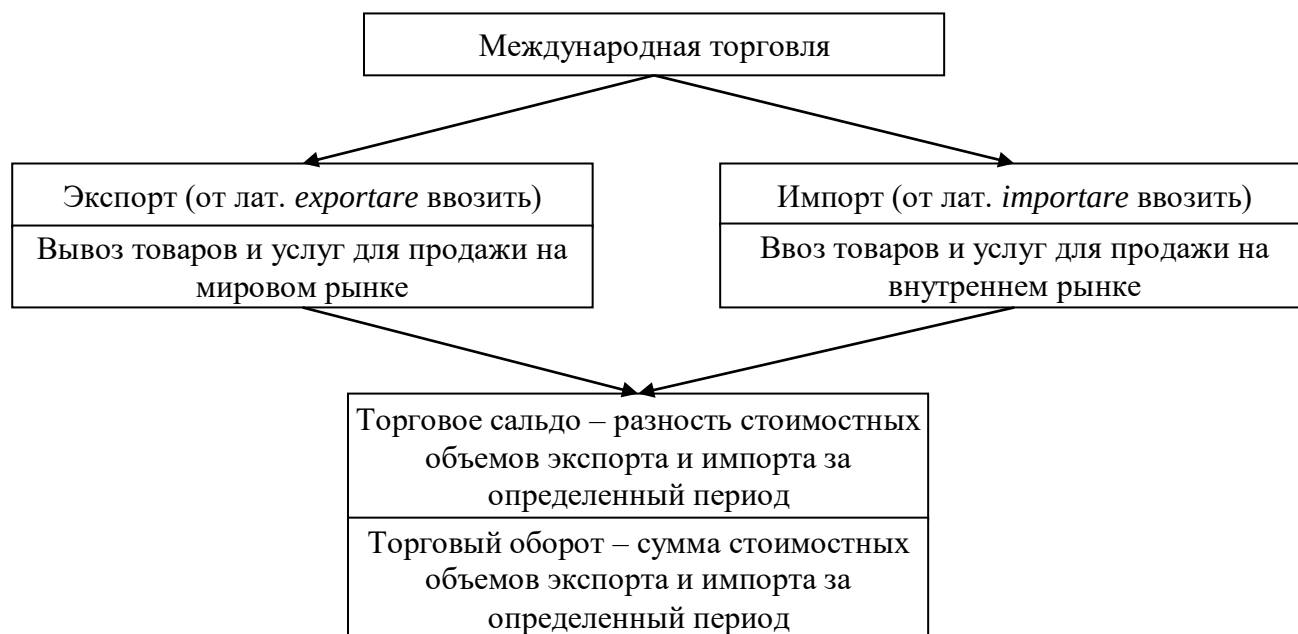


Рисунок 1.2 – Структура показателей международной торговли [19, с. 76]

Показателями, отражающими участие страны в международной торговле, являются экспортная и импортная квота. Экспортная квота исчисляется как

отношение экспорта товаров и услуг к ВВП и показывает, какая доля всей произведенной продукции в стране реализуется на мировом рынке. Импортная квота исчисляется как отношение импорта к объему внутреннего потребления страны, включающего в себя совокупность национального производства и запасов импорта, и показывает, какова доля импортируемых товаров и услуг во внутреннем потреблении.

Субъектами международной торговли выступают все государства мира, транснациональные корпорации и региональные интеграционные группировки. Объектами международной торговли являются продукты труда человека – товары и услуги.

Учитывая, что объектами международной торговли выступают товары и услуги, выделяют две ее формы: международную торговлю товарами и международную торговлю услугами. Международная торговля товарами – это форма связи между товаропроизводителями разных стран, возникающая на основе международного разделения труда и выражающая их взаимную экономическую зависимость.

Статистическая комиссия ООН рекомендует учитывать в экспорте и импорте все товары и материальные ценности, которые в результате их вывоза или ввоза уменьшают или увеличивают материальные ресурсы страны. В экспорт и импорт, таким образом, включаются также и товары, ввоз–вывоз которых осуществлялся на некоммерческой основе, то есть в порядке оказания безвозмездной помощи или в форме даров [19, с. 77].

В объем мирового товарооборота не включается стоимость всех видов услуг, в том числе материального характера (строительно-монтажные работы, проектные, изыскательские работы, патенты, лицензии, печатание книг, рекламных материалов).

Многостороннее регулирование мировой торговли на межгосударственном уровне оказывает все более заметное влияние на условия осуществления торгово-экономических и производственно-технических связей между странами, на их объем и структуру.

Многостороннее регулирование является органической составной частью механизма мировой торговли. Оно выступает как средство, содействующее обмену материальными ценностями и услугами, производственно-техническими знаниями и опытом между национальными производителями-экспортерами товаров и услуг. Организационными формами многостороннего регулирования межгосударственных торгово-экономических отношений являются международные экономические организации.

Международные организации можно разделить на две группы:

- универсальные: ООН, ВТО, ОЭСР;
- региональные, которые создаются в рамках интеграционных объединений: КЕС, АТЭС и т.д.

Существенную роль в межгосударственном регулировании МЭО играет ООН). Среди организаций ООН, непосредственно связанных с экономической деятельностью, следует упомянуть Экономический и социальный совет ООН (ЭКОСОС), Конференцию ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Организацию ООН по промышленному развитию (ЮНИДО), Продовольственную и сельскохозяйственную организацию (ФАО) и др. [60, с. 236].

В регулировании международной торговли товарами и услугами особую роль играет Всемирная торговая организация (ВТО), которая с 1 января 1995 г. пришла на смену Генеральному соглашению о тарифах и торговле (ГАТТ). В настоящее время членами ВТО является 146 государств. Главная задача ВТО – либерализация мировой торговли на основе последовательного сокращения уровня таможенных пошлин и устранения различных нетарифных барьеров. В настоящее время правилами ВТО регулируется свыше 90 % мировой торговли (по стоимости).

Деятельность организации базируется на ряде простых фундаментальных положений:

- торговля без дискриминации: участники ВТО обязуются предоставлять друг другу принцип наибольшего благоприятствования в торговле (т.е. условия не худшие, чем предоставляются ими любой другой страной), а также предоставлять товарам иностранного происхождения тот же режим, что и национальным товарам,

в области внутренних налогов и сборов, а также в отношении национальных законов, распоряжений и правил, регулирующих внутреннюю торговлю;

– защита внутреннего производства с помощью таможенных тарифов: гласно и открыто устанавливаемые таможенные тарифы (пошлины) являются основным, а в перспективе – единственным инструментом регулирования экспорта и импорта стран-участниц;

– они отказываются от применения количественных мер внешнеторгового регулирования (квоты, импортные и экспортные лицензии и т.п.);

– стабильная и предсказуемая основа для торговли: закрепление на длительный срок размеров пошлин в таможенных тарифах. Пошлины устанавливаются в ходе многосторонних переговоров;

– содействие честной конкуренции: противодействие таким нечестным методам конкурентной борьбы, как сбыт товаров по искусственно заниженным ценам (демпинг) или применение государственных субсидий для занижения экспортных цен;

– гласность и открытость в торговом регулировании; разрешение споров и конфликтов путем консультаций и переговоров [60, с. 237].

Одно из важнейших обязательств, которое берет на себя присоединяющаяся к ВТО страна, – приведение национальных принципов и правил, регулирующих ее внешнюю торговлю, в максимальное соответствие с нормами этой организации.

Существуют различные теории международной торговли (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Теории международной торговли [61, с. 235]

Экономические школы	Теории международной торговли
Меркантилизм	Теория активного денежного и торгового баланса
Классическая политическая экономия	Теория абсолютных преимуществ А. Смита
	Теория сравнительных преимуществ Д. Рикардо
Шведская школа	Теория соотношения факторов производства Хекшера-Олина
Неоклассический синтез	Теорема выравнивания цен на факторы производства (П. Самуэльсон)
	Парадокс В. Леонтьева
	Стандартная и альтернативная модели международной торговли

Первая теория – меркантилизм – система взглядов экономистов XV–XVII вв., ориентированная на активное вмешательство государства в хозяйственную деятельность. Представители направления: Томас Мэн, Антуан де Монкретьен, Уильям Стаффорд. Термин был предложен Адамом Смитом, критиковавшим труды меркантилистов. Основные положения:

- необходимость поддержания активного торгового баланса государства (превышения экспорта над импортом);
- признание пользы привлечения в страну золота и других драгоценных металлов с целью повышения её благосостояния;
- деньги - стимул торговли, поскольку считается, что увеличение массы денег увеличивает объём товарной массы;
- приветствуется протекционизм, направленный на импортирование сырья и полуфабрикатов и экспортирование готовой продукции;
- ограничение на экспорт предметов роскоши, так как он ведет к утечке золота из государства [17, с. 43].

Теория абсолютных преимуществ Адама Смита – реальное богатство страны состоит из товаров и услуг, доступных её гражданам. Если какая-либо страна может производить тот или иной товар больше и дешевле, чем другие страны, то она обладает абсолютным преимуществом. Одни страны могут производить товары более эффективно, чем другие. Ресурсы страны перетекают в рентабельные отрасли, так как страна не может конкурировать в нерентабельных отраслях. Это приводит к повышению производительности страны, а также квалификации рабочей силы; длительные периоды производства однородной продукции обеспечивают стимулирование выработки более эффективных методов работы. Естественные преимущества – климат, территория и ресурсы. Приобретённые преимущества: технология производства, то есть способность изготовить разнообразную продукцию.

Теория сравнительных преимуществ Давида Рикардо предполагает, что специализация на производстве товара, имеющего максимальные сравнительные преимущества, выгодна и в случае отсутствия абсолютных преимуществ. Страна

должна специализироваться на экспорте товаров, в производстве которых она имеет наибольшее абсолютное преимущество (если она имеет абсолютное преимущество по обоим товарам) или наименьшее абсолютное непреимущество (если она не имеет абсолютного преимущества ни по одному из товаров). Специализация на определённых видах товаров выгодна для каждой из этих стран и приводит к росту общего объема производства, происходит мотивация торговли даже в том случае, если одна страна обладает абсолютным преимуществом в производстве всех товаров перед другой страной. Примером в данном случае может служить обмен английского сукна на португальское вино, что приносит выгоды обеим странам, даже если абсолютные издержки производства и сукна и вина в Португалии ниже, чем в Англии [17, с. 44].

Согласно теории Хекшера-Олина страна экспортирует товар, для производства которого используется интенсивно относительно избыточный фактор производства, и импортирует товары, для производства которых она испытывает относительный недостаток факторов производства. Необходимые условия существования:

- у стран-участниц международного обмена складывается тенденция к вывозу тех товаров и услуг, для изготовления которых используются преимущественно факторы производства, имеющиеся в избытке, и, наоборот, тенденция к ввозу той продукции, по которой имеется дефицит каких-либо факторов;

- развитие международной торговли приводит к выравниванию «факторных» цен, то есть дохода, получаемого владельцем данного фактора;

- существует возможность при достаточной международной мобильности факторов производства замены экспорта товаров перемещением самих факторов между странами.

Суть парадокса В. Леонтьева состояла в том, что доля капиталоемких товаров в экспорте могла расти, а трудоёмких сокращаться. В действительности же при анализе торгового баланса США, доля трудоёмких товаров не сокращалась. Разрешение парадокса Леонтьева заключалась в том, что трудоёмкость товаров импортируемых США довольно велика, но цена труда в стоимости товара

значительно ниже, чем в экспортных поставках США. Капиталоёмкость труда в США значительная, вместе с высокой производительностью труда это приводит к существенному влиянию цены труда в экспортных поставках. Доля трудоёмких поставок в экспорте США растёт, подтверждая парадокс Леонтьева. Связанно это с ростом доли услуг, цены труда и структуры экономики США. Это приводит к росту трудоёмкости всей американской экономики, не исключая и экспорта.

Теория Майкла Портера вводит понятие конкурентоспособности страны. Именно национальная конкурентоспособность, с точки зрения Портера, определяет успех или неуспех в конкретных отраслях производства и то место, которое страна занимает в системе мирового хозяйства. Национальная конкурентоспособность определяется способностью промышленности. В основе объяснения конкурентного преимущества страны лежит роль страны базирования в стимулировании обновления и совершенствования (то есть в стимулировании производства инноваций). Государственные меры для поддержания конкурентоспособности – воздействие правительства на факторные условия, воздействие правительства на условия спроса, воздействие правительства на родственные и поддерживающие отрасли и воздействие правительства на стратегию, структуру и соперничество фирм [20, с. 149].

В середине XX в. (1948 г.) американские экономисты П. Самуэльсон и В. Столпер усовершенствовали теорию Хекшера-Олина, представив, что в случае однородности факторов производства, идентичности техники, совершенной конкуренции и полной мобильности товаров международный обмен выравнивает цену факторов производства между странами. Авторы основывают свою концепцию на модели Рикардо с дополнениями Хекшера и Олина и рассматривают торговлю не просто как взаимовыгодный обмен, но и как средство, позволяющее сократить разрыв в уровне развития между странами [20, с. 140].

Со второй половины XX в., когда международный обмен по определению М. Пелло приобретает «взрывной характер», мировая торговля развивается высокими темпами. В период 1950–1998 гг. мировой экспорт вырос в 16 раз. По оценке западных специалистов период между 1950 и 1970 гг. можно

охарактеризовать как «золотой век» в развитии международной торговли. В 70-е гг. мировой экспорт снизился до 5 %, еще больше сократившись в 80-е гг. В конце 80-х гг. он продемонстрировал заметное оживление. Со второй половины XX в. проявилась неравномерность динамики внешней торговли. В 90-е гг. Западная Европа – главный центр международной торговли. Ее экспорт почти в 4 раза превышал экспорт США. К концу 80-х гг. Япония стала выбиваться в лидеры по фактам конкурентоспособности. В этот же период к ней присоединились «новые индустриальные страны» Азии – Сингапур, Гонконг Тайвань. Однако к середине 90-х гг. США вновь выходят на лидирующие позиции в мире по конкурентоспособности.

На современном этапе международная торговля играет важную роль в хозяйственном развитии стран, регионов, всего мирового сообщества:

- внешняя торговля стала мощным фактором экономического роста;
- зависимость стран от международного товарообмена значительно повысилась.

Таким образом, развитие международной торговли получило мощный импульс под влиянием процессов глобализации мировой экономики, либерализации в торгово-политической сфере, расширения преференциальной торговли в рамках региональных экономических объединений, углубления международной производственной и научно-технической кооперации, быстрого роста продаж прогрессивных высокотехнологичных изделий, прежде всего, офисного и телекоммуникационного оборудования, инкорпорирующего в себе новейшие достижения НТП.

1.3 Теоретические аспекты цифровизации современной мировой экономики

В настоящее время термин «цифровизация» используется в узком и широком смысле. Под цифровизацией в узком смысле понимается преобразование информации в цифровую форму, которое в большинстве случаев ведет к снижению

издержек, появлению новых возможностей и т. д. Большое число конкретных преобразований информации в цифровую форму приводит к таким существенным положительным последствиям, которые обуславливают применение термина цифровизации в широком смысле. Впервые термин «цифровизация» ввел в употребление в 1995 г. американский информатик Николас Негропonte, он связывал цифровизацию с цифровой трансформацией всего мирового сообщества [69].

Как переход к цифровой информации всех сторон экономической и социальной жизни, цифровизация из простого метода улучшения разных частных сторон жизни превращается в драйвер мирового общественного развития, обеспечивающий повышение эффективности экономики и улучшение качества жизни. Поэтому под цифровизацией в широком смысле понимается современный общемировой тренд развития экономики и общества, который основан на преобразовании информации в цифровую форму и приводит к повышению эффективности экономики и улучшению качества жизни.

Цифровизацию в широком смысле можно рассматривать как тренд эффективного мирового развития только в том случае, если цифровая трансформация информации отвечает следующим требованиям: она охватывает производство, бизнес, науку, социальную сферу и обычную жизнь граждан; сопровождается лишь эффективным использованием ее результатов; ее результаты доступны пользователям преобразованной информации; ее результатами пользуются не только специалисты, но и рядовые граждане; пользователи цифровой информации имеют навыки работы с ней.

Цифровизация пришла на смену информатизации и компьютеризации, когда речь шла в основном об использовании вычислительной техники, компьютеров и информационных технологий для решения отдельных экономических задач. Большие возможности цифрового представления информации приводят к тому, что она (цифровизация) формирует уже целостные технологические среды «обитания» (экосистемы, платформы), в рамках которых пользователь может создавать для себя нужное ему дружественное окружение (технологическое, инструментальное,

методическое, документальное, партнерское и т. п.) с тем, чтобы решать уже целые классы задач.

Вполне естественно под цифровой экономикой понимать экономику, основным трендом эффективного развития которой является цифровизация. Данное определение выделяет следующую основную особенность цифровой экономики – под воздействием тренда цифровизации она развивается эффективно.

Понятие «цифровая экономика» представляет собой относительно новое и исключительно важное явление, размах которого выражается в двузначных темпах ежегодного прироста в масштабах мирового хозяйства. Побудительные причины данного явления имеют политическую и экономическую природу, однако влияние оказывает и технологический прогресс (который сам по себе подвержен влиянию более масштабных явлений). В 1990-е гг. качественные сдвиги в экономике были связаны с возникновением и развитием Интернета, который до сих пор является основой цифровой экономики. Однако в 2000-е и 2010-е гг. развитие информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) создало новые предпосылки для изменений в хозяйственной системе. Данный процесс сопровождается внедрением цифровых датчиков во все большее количество устройств («Интернет вещей»), созданием новых персональных устройств (мобильных телефонов, смартфонов, планшетов, нетбуков, ноутбуков, устройств трехмерной печати), новых цифровых моделей (облачная обработка данных, цифровые платформы, цифровые услуги), растущей интенсивностью использования массивов данных с использованием технологии «больших данных» (*big data*), новых методов анализа данных и алгоритмов принятия решений, новых технологий автоматизации и роботизации [15, с. 28].

Данные технологии создают новые возможности в цифровой сфере: предприниматель или компания при желании может задействовать цифровую систему в сфере своей деятельности. Этот процесс может включать:

- датафикацию (внедрение технологий хранения больших массивов данных),
- цифровизацию (конверсию всех частей информационных цепочек стоимости из аналогового формата в цифровой),

- виртуализацию (физическое разложение процессов),
- генеративность (использование данных и технологий по новому, отличному от исходного, назначению путем перепрограммирования и рекомбинации).

Степень воздействия любой технологии может рассматриваться как результат ее распространения и глубины внедрения. При значительных темпах распространения, включая распространение в развивающихся странах, и растущем эффекте внедрения, открывающих доселе недоступные возможности, воздействие цифровых технологий на развитие экономики также возрастает [16, с. 230].

Воздействие технологий может рассматриваться как дезорганизация существующих экономических процессов, систем и секторов, изменение текущей модели потребления, делового взаимодействия и моделей. Кроме того, данный процесс может привести к возникновению новых экономических процессов, систем и секторов. В отдельных секторах мы можем пронаблюдать воздействие технологий, которое уже проявляется в доминировании компаний нового типа: «Убер» (крупнейший в мире оператор «такси»), «Фейсбук» (наиболее популярная в мире медиакомпания), «Алибаба» (крупнейший в мире ретейлер, обладающий наибольшей оценочной стоимостью) и «Эйрбиэн» (крупнейший в мире «отельер»). Новые бизнес-модели доминируют в дискурсе, даже еще не воплотившись в экономике: яркий пример – «Индустрия 4.0» (рисунок 1.3).

В настоящее время существует множество определений понятия «цифровая экономика», которые делают акцент на том или ином аспекте воздействия тренда цифровизации на национальную экономику, например, на использовании инновационных цифровых информационно-коммуникационных технологий; на обеспечении ИКТ различных видов взаимодействий; на использовании интернета, мобильных и сенсорных сетей, возможностей работы в режиме онлайн; на применении электронного документооборота, современных электронных каналов связи, способов учета и хранения информации; на создании новых бизнес-моделей, новых рынков и новых потребителей и т. д.



Рисунок 1.3 – Индустрия 4.0 и сопутствующие технологии [66, с. 144]

В настоящее время существует множество определений понятия «цифровая экономика», которые делают акцент на том или ином аспекте воздействия тренда цифровизации на национальную экономику, например, на использовании инновационных цифровых информационно-коммуникационных технологий; на обеспечении ИКТ различных видов взаимодействий; на использовании интернета, мобильных и сенсорных сетей, возможностей работы в режиме онлайн; на применении электронного документооборота, современных электронных каналов связи, способов учета и хранения информации; на создании новых бизнес-моделей, новых рынков и новых потребителей и т. д.

Если говорить о соотношении понятий «цифровизация» и «цифровая экономика», то необходимо отметить, что цифровизация – это основа цифровой экономики, тот тренд мирового развития, который определяет развитие экономики и общества, формирует цифровую экономику. Другими словами, цифровизация представляет собою главный современный тренд развития экономики и общества, основанный на переходе к цифровому формату представления информации,

который направлен на повышение эффективности экономики и улучшение качества жизни. Она способствует последовательному улучшению всех бизнес-процессов экономики и связанных с ней социальных сфер, которое (улучшение) основано на увеличении скорости обмена, доступности и защищенности информации, а также на возрастании роли автоматизации как базы цифровизации [55, с. 47].

Цифровая экономика, а именно возникновение новых возможностей, безусловно, позитивным образом отражается на жизни человека. Плюсы и минусы цифровизации мировой экономики приведены в таблице.

Таблица 1.2 – Плюсы и минусы цифровизации мировой экономики [составлено автором]

Положительные последствия цифровизации	Отрицательные последствия цифровизации
рост производительности всего общественного труда за счет его повышения на уровне отдельных производств и компаний	риск киберугроз, связанный с проблемой защиты персональных данных (частично проблема мошенничества может решаться внедрением так называемой цифровой грамотности)
возникновение новых бизнес-моделей и новых форм бизнеса, позволяющих повысить доходность и конкурентоспособность деятельности	«цифровой разрыв» (разрыв в цифровом образовании, в условиях доступа к цифровым услугам и продуктам, и, как следствие, разрыв в уровне благосостояния людей, находящихся в одной стране или в разных странах)
снижение издержек производства за счет использования информационных технологий передачи и хранения информации	рост безработицы на рынке труда, поскольку будет возрастать риск исчезновения некоторых профессий и даже отраслей (например, многие эксперты всерьез полагают, что банковская система в течение ближайших десяти лет исчезнет)
обеспечение доступности и продвижения товаров и услуг, как государственных, так и коммерческих, вплоть до мирового масштаба	риски несовершенства, неподготовленности нормативно-правовой базы, сопровождающей и обеспечивающей протекание процессов цифровизации
преодоление бедности и социального неравенства, появление экономического и социального эффекта от цифровых технологий для бизнеса и общества	пиратство и распространение вредоносного контента, который может нанести серьезный ущерб всем сферам общественной жизни от государства до частных лиц.
повышение прозрачности экономических операций и обеспечение возможности их мониторинга	«цифровое рабство» (использование данных о миллионах людей для управления их поведением)

Благодаря развитию цифровых технологий, потребитель может быстрее получать необходимые ему услуги, экономить, покупая продукты в интернет-

магазинах по более низким ценам. Так, электронная версия книги обойдется в разы дешевле, чем ее печатный аналог, на оптовой закупке в интернете, договорившись с другими потребителями, можно сэкономить больше, чем делая покупки в оффлайн-торговых точках. В конце концов, потребитель даже может начать свое дело онлайн, стать предпринимателем, не выходя из дома.

Это всего лишь несколько примеров того, как цифровая экономика положительно влияет на нашу жизнь, давая множество возможностей рядовому пользователю, и тем самым расширяя возможности самого рынка. Но внедрение в жизнь «цифры» и электронной коммерции, тем не менее, несет для человечества и ряд минусов, которые вызывают серьезные опасения [68].

Так как цифровизация становится общепризнанным мировым трендом развития экономики и общества, то появляется настоятельная потребность в более точном и направленном измерении влияния этого тренда на экономику и общество разных стран. К показателям, которые напрямую оценивают влияние цифровизации как тренда на национальную экономическую и социальную жизнь, можно отнести те из них, которые отражают уровень выполнения в этой стране требований цифровизации как тренда.

Цифровизацию можно рассматривать как тренд эффективного мирового развития только в том случае, если цифровая трансформация информации будет отвечать следующим требованиям: она будет охватывать все – бизнес (в том числе и международную торговлю), науку, социальную сферу и обычную жизнь граждан, она будет сопровождаться эффективным использованием ее результатов, ее результаты будут доступны пользователям этой информации, ее результатами будут пользоваться не только специалисты, но и рядовые граждане, пользователи цифровой информации будут иметь навыки работы с ней.

Цифровые технологии трансформировали экономическую активность на внутренних и международных рынках. Их широкое применение отражается на всех секторах международной торговли, однако, сильнее всего они затронули торговлю услугами, которые оказались в центре новейшей технологической революции. Цифровизация облегчает торговлю, как снижая коммуникационные и

транзакционные издержки, так и уменьшая потребность в близости провайдера к клиенту. Таким образом, цифровизация международной торговли, основанная на широком применении цифровых технологий, представляет собой процесс использования цифровых технологий на всех этапах осуществления международной торговли, что снижает стоимость и облегчает трансграничные поставки товаров и услуг. При этом применяется все, что есть в мире с точки зрения цифровизации – не только торговля онлайн и создание маркетплейсов, но и использование цифровых технологий, новых платформ в офлайн торговле, начиная с роботизации складов, применения виртуальной реальности при обучении персонала, использования биометрических данных до предиктивной аналитики, цифровой логистики и блокчейн-проектов.

Перечисленные требования цифровизации как мирового тренда развития экономики и общества, обеспечивающие повышение их эффективности и качества, должны обязательно учитываться при оценке степени охвата цифровизацией разных стран. Выполнение этих требований в той или иной мере будет подтверждать факт вовлечения страны под влияние данного тренда, а степень их выполнения будет показывать уровень включения страны в процесс цифровизации.

Глава 2 Особенности международной торговли в условиях глобальной цифровизации

2.1 Динамика и структура международной торговли товарами и услугами

Анализ последних тенденций в международной торговле показывает сначала минимальный рост в период между 2012 и 2014 гг., затем спад в 2015 и 2016 гг. и, наконец, мощный подъем в 2017 и 2018 гг. После продолжительного периода нестабильности объем мировой торговли возрос примерно на 10 % в 2017 и 2018 гг., достигнув 25 трлн долл. Как отмечалось в первоначальном прогнозе Всемирной торговой организации (ВТО), ожидается, что в период между 2019 и 2021 гг. объем глобальной торговли будет увеличиваться примерно на 3,7 % в год, опережая рост мирового производства на 0,7 %. Однако, как показывают последние прогнозы ЮНКТАД, в результате нынешней неопределенности в сфере мировой торговли в этот период рост торговли может лишь оставаться равным росту объемов производства в мире [63, с. 12].

Недавний уверенный рост международной торговли был обусловлен в первую очередь тенденцией к повышению цен на сырьевые товары (восстановлением цен на нефть) и незначительным снижением курса доллара США в течение 2017 г. Однако такие тенденции лишь частично объясняют рост, происходивший в течение последних двух лет. Кроме того, отмечался устойчивый рост объема международной торговли, главным фактором которого служил динамичный рост мирового производства – наблюдавшийся в большинстве стран – который помог стимулировать значительные инвестиции в экономический рост. Тем не менее, в свете нынешних неопределенностей в сфере глобальной торговли прогнозы, по всей видимости, будут вновь пересмотрены в сторону понижения.

Эта динамика проиллюстрирована на рисунке 2.1, где показаны темпы роста мирового производства и торговли, а также соотношение стоимости мировой торговли и объема мирового производства – этот показатель, как правило, используется для оценки тенденций глобализации. В период между 2011 и 2014 гг.

данный показатель остановился на уровне около 30 %, а затем сократился в 2015 и 2016 гг. – эти два года часто называют периодом де-глобализации. В дальнейшем этот показатель начал расти, достигнув пиковых уровней в 2018 г.

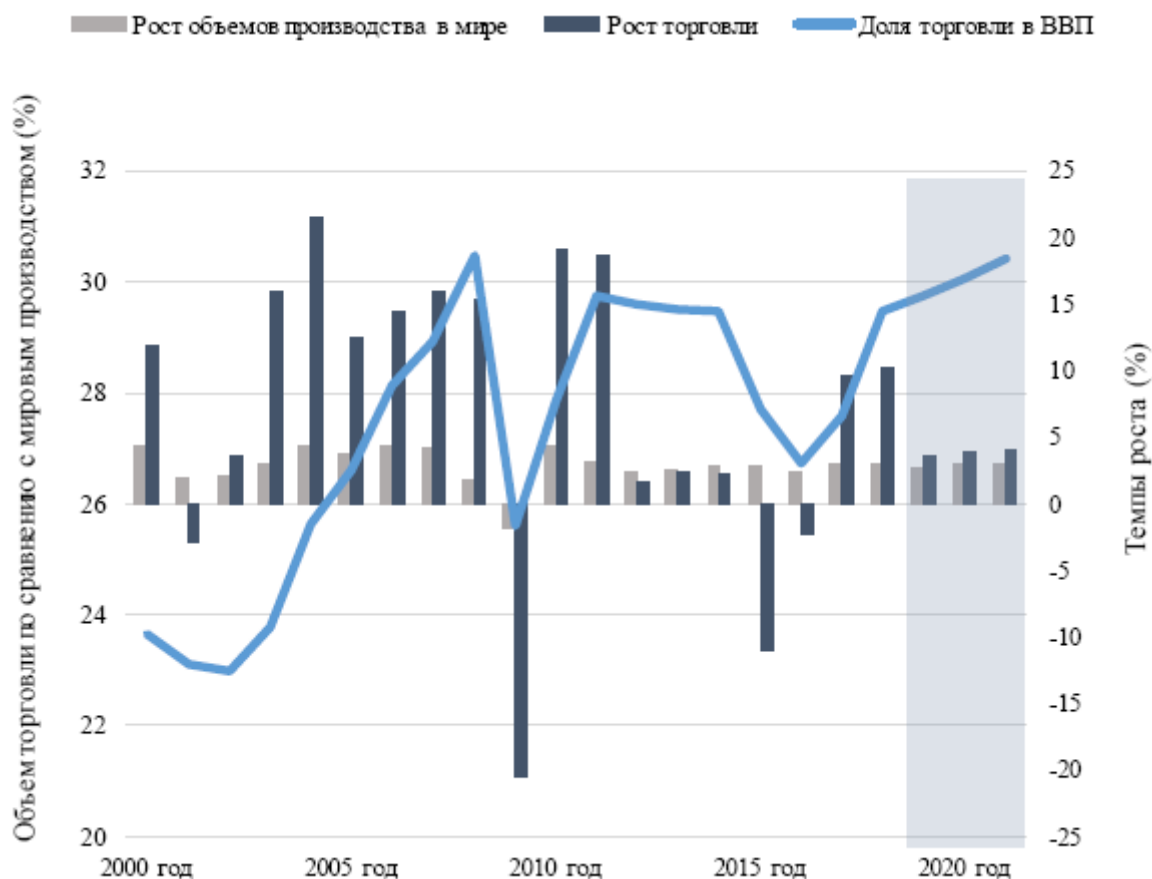


Рисунок 2.1 – Экономический рост и международная торговля, 2000–2021 гг. [23]

Хотя годовые темпы роста торговли в 2018 г. были в целом высокими, во второй половине года этот рост замедлился. Что еще более важно, данные ЮНКТАД свидетельствуют о стагнации стоимостного объема международной торговли в первом квартале 2019 г. (рисунок 2.2). В 2018 г. темпы роста торговли были высокими во всех регионах и торговых блоках. Экспорт из Европейского союза, Соединенных Штатов Америки, Китая и Восточной Азии вырос на 7–9 %. Цены на сырьевые товары способствовали быстрому росту экспорта в странах с переходной экономикой, а также в странах Африки и Ближнего Востока. Напротив, данные за первый квартал 2019 г. показывают, что рост экспорта практически прекратился в Соединенных Штатах Америки и Китае и приобрел отрицательную

величину в Европейском союзе. Кроме того, данные указывают на сокращение экспорта в других развитых странах и развивающихся странах Южной Азии.

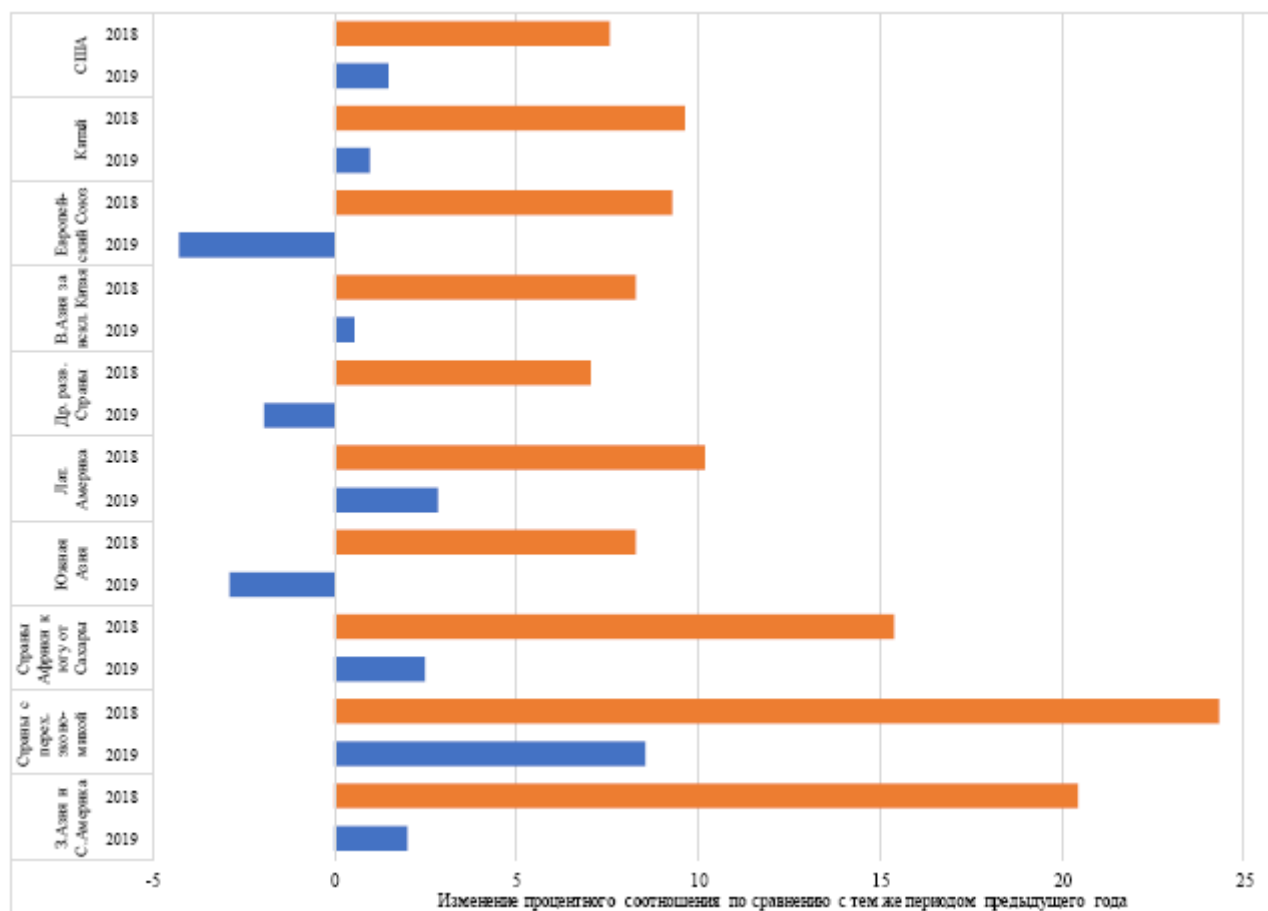


Рисунок 2.2 – Последние тенденции в области экспорта, страны с наиболее развитой экономикой и отдельные группы [23]

Торговля между развивающимися странами представляет значительную часть международной торговли товарами, составив в 2018 г. 5,5 трлн долл., или 28 % объема мировой торговли. В отношении торговли по линии Юг – Юг актуальны два важных соображения. Во-первых, после 2012 г. рост интеграции прекратился, при этом доля торговли по линии Юг – Юг в глобальной торговле осталась неизменной. Во-вторых, в торговле товарами по линии Юг – Юг по-прежнему доминируют некоторые страны Восточной Азии, доля которых в 2018 г. занимала более трех четвертей общего объема и составляла почти 4,5 трлн долл.

В глобальном масштабе торговля услугами в 2018 г. достигла рекордного уровня 5,8 трлн долл., подтвердив динамику экспорта услуг, который рос быстрее, чем экспорт товаров как в развитых, так и в развивающихся странах (рисунок 2.3). Кроме того, экспорт услуг имеет более устойчивый характер, чем экспорт товаров, поскольку его максимальное сокращение пришлось на периоды глобального экономического и финансового кризиса 2009 г. и уменьшения объемов торговли в 2015 г.

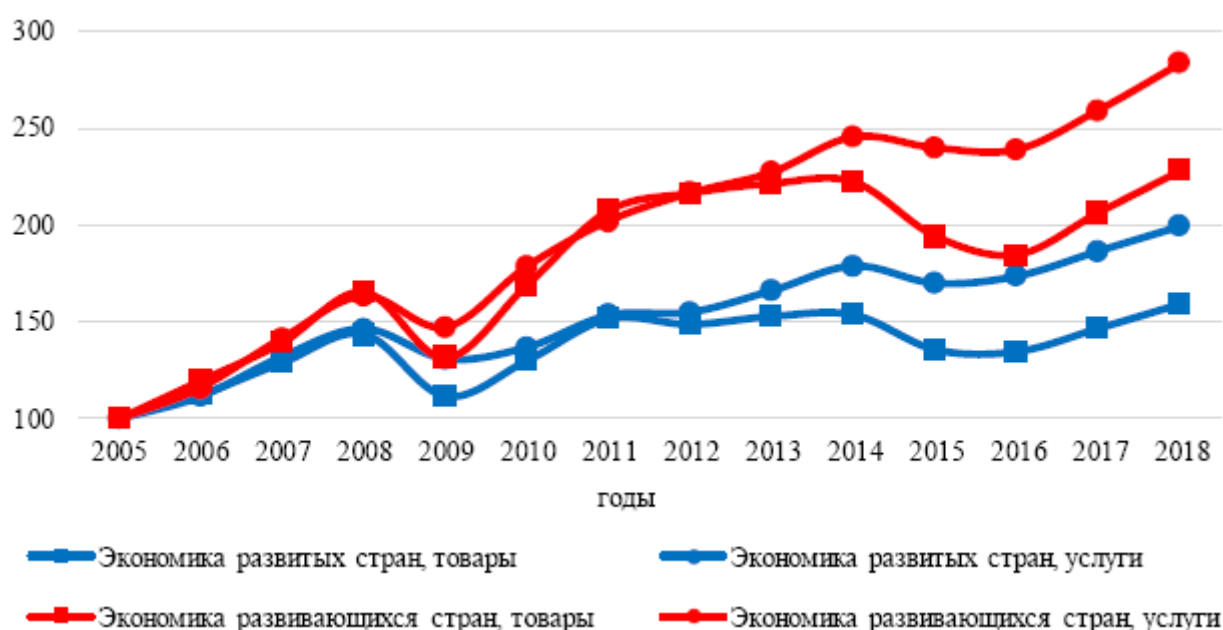


Рисунок 2.3 – Экспорт услуг и товаров, 2005–2018 гг. (2005 – 100 %) [23]

В период между 2005 и 2018 гг. доля экономики развивающихся стран в мировом экспорте услуг увеличилась с 23 до 30 %. Лидерские позиции по-прежнему занимают развивающиеся страны Азии, у которых в период между 2005 и 2018 гг. наблюдались самые высокие темпы роста экспорта услуг, а в 2018 г. – наибольшая доля в мировом экспорте услуг, составившая 24 %. В период между 2005 и 2018 гг. наблюдался заметный годовой рост экспорта услуг в наименее развитых странах, который составил 11 %, превысив рост их экспорта товаров и увеличив долю услуг в общем объеме экспорта с 14 до 19 %. Это свидетельствует о сохраняющемся влиянии услуг на рост экспорта в развивающихся и наименее развитых странах.

Распределение экспорта коммерческих услуг в 2018 г. по секторам подчеркивает различные профили торговли услугами в развитых и развивающихся странах. Зависимость стран с переходной и развивающейся экономикой от транспорта и поездок по-прежнему была выше на 59 % и 54 % от их общего объема экспорта коммерческих услуг, соответственно, и была более заметной в Африке и наименее развитых странах, составляя соответственно 72 и 75 %. С другой стороны, развитые страны продолжали специализироваться преимущественно на категориях услуг с более высокой добавленной стоимостью, таких как финансовые услуги.

Несмотря на эти сохраняющиеся различия, разрыв между экономическими профилями развивающихся и развитых стран немного сократился. В период между 2005 и 2018 гг. к числу наиболее быстро растущих категорий экспорта в развивающихся странах относились услуги в сфере телекоммуникаций, компьютеров и информации, финансовые и прочие деловые услуги, при этом годовые темпы роста составляли соответственно 13 %, 12 % и 9 %. Это привело к увеличению зависимости экспорта коммерческих услуг в развивающихся странах от этих категорий с более высокой добавленной стоимостью в условиях сокращения относительной доли услуг в сфере транспорта и поездок [57, с. 610].

Эти тенденции не в полной мере отражают значение торговли услугами. Например, основным способом поставки остается торговля услугами с использованием метода коммерческого присутствия, о чем свидетельствует тенденция роста объема продаж иностранных филиалов, составившая в 2017 г. 30,8 трлн долл., что на 6 % больше по сравнению с 2016 г. Кроме того, 52 % иностранных филиалов транснациональных корпораций, работающих в основной и обрабатывающей отраслях промышленности, осуществляли фактическую деятельность по предоставлению услуг. Временное перемещение людей в качестве поставщиков услуг также имеет важное значение для стран с развивающейся экономикой, в частности для экспорта профессиональных и предпринимательских услуг, в соответствии со значительными денежными средствами, переводимыми в такие страны.

Помимо этого, в имеющихся данных по трансграничной торговле услугами не отражаются значительные дополнительные услуги, включаемые в экспорт товаров, из числа услуг в сфере промежуточных вводимых ресурсов и услуг, предоставляемых в едином комплексе с товарами, таких как услуги по распределению, предоставляемые компаниями обрабатывающей промышленности. Экспорт дополнительных услуг в составе продукции всех экономических секторов, известный как способ 5 торговли услугами, отражает «повышение роли услуг» в международной торговле. Объем общемирового валового внутреннего продукта (ВВП), увеличивающийся в результате многосторонней либерализации способа 5 торговли услугами, может достичь 300 млрд евро к 2025 г., что приведет к расширению объема глобальной торговли в размере более 500 млрд евро. Кроме того, в сфере услуг существуют важные виды деятельности, которые выполняются в рамках производственных фирм, но не учитываются в данных по трансграничной торговле услугами или при анализе добавленной стоимости в валовом экспорте.

Согласно оценкам, в 2018 г. общемировой объем денежных переводов составил 689 млрд долл., из которых 529 млрд долл. пришлось на развивающиеся страны. Важность миграции для сектора услуг также подчеркивается тем фактом, что около 71 % трудящихся-мигрантов заняты в сфере услуг [44, с. 8].

Сохраняющаяся напряженность в торговых отношениях указывает на то, что первоначальные прогнозы, в которых темпы роста мировой торговли в 2019 г. составляли до 4 процентов, возможно, были слишком оптимистичными. В частности, продолжалась эскалация напряженности между Соединенными Штатами Америки и Китаем. В первом квартале 2019 г. объем торговли между Соединенными Штатами и Китаем сократился более чем на 15 % по сравнению с тем же периодом предыдущего года, причем ожидается его дальнейшее сокращение. По состоянию на июнь 2019 г. двусторонней торговли между Соединенными Штатами Америки и Китаем, составлявшая около 400 млрд долл., облагалась дополнительными тарифами. Прямым следствием применения тарифов в отношениях между этими двумя странами является перенаправление некоторой части двусторонней торговли в другие страны, где действуют фирмы, которые

являются близкими конкурентами компаний в Китае или Соединенных Штатах. Согласно оценкам ЮНКТАД, в наиболее благоприятном положении окажется Европейский союз, на долю которого в конечном итоге придется около 70 млрд долл. из двусторонней торговли между Соединенными Штатами и Китаем, а Японии, Мексике, Канаде и другим основным бенефициарам достанется более чем по 20 млрд долл. каждому [45, с. 24].

Таким образом, в течение 2019 г. многостороннее торговое сотрудничество по-прежнему сдерживалось растущим влиянием одностороннего подхода. Напряженность в торговых отношениях, которая началась в 2018 г., не только сохраняется, но и возросла. Эта напряженность, а также колебания цен на товарных рынках негативно повлияли на рост торговли, в результате чего прогнозируемые темпы такого роста оказались ниже темпов роста валового внутреннего продукта. Это происходит в то время, когда ожидается, что торговля и непосредственно многосторонняя торговая система будут играть важную роль в прилагаемых на мировом уровне усилиях по достижению целей в области устойчивого развития.

2.2 Электронная торговля как форма международной торговли

Электронная торговля – это торговля через сеть с помощью компьютера покупателя и компьютера продавца. Предметом электронной торговли может быть любой товар, услуга, недвижимость, банковский продукт и т.п. Сегодня основными товарами электронной торговли являются: продовольственные товары, промышленные товары, информационный продукт.

В январе 2019 г. 76 из 164 членов ВТО – представлявшие менее половины членского состава ВТО, но 90 % мировой торговли – договорились начать переговоры по торговым аспектам электронной торговли. Эту инициативу можно рассматривать как результат работы, проведенной 71 членом, подписавшим совместное заявление об электронной торговле на Конференции ВТО на уровне министров 2017 г. До сих пор обсуждения между государствами-членами были сосредоточены на четырех областях, показанных на рисунке 2.4.

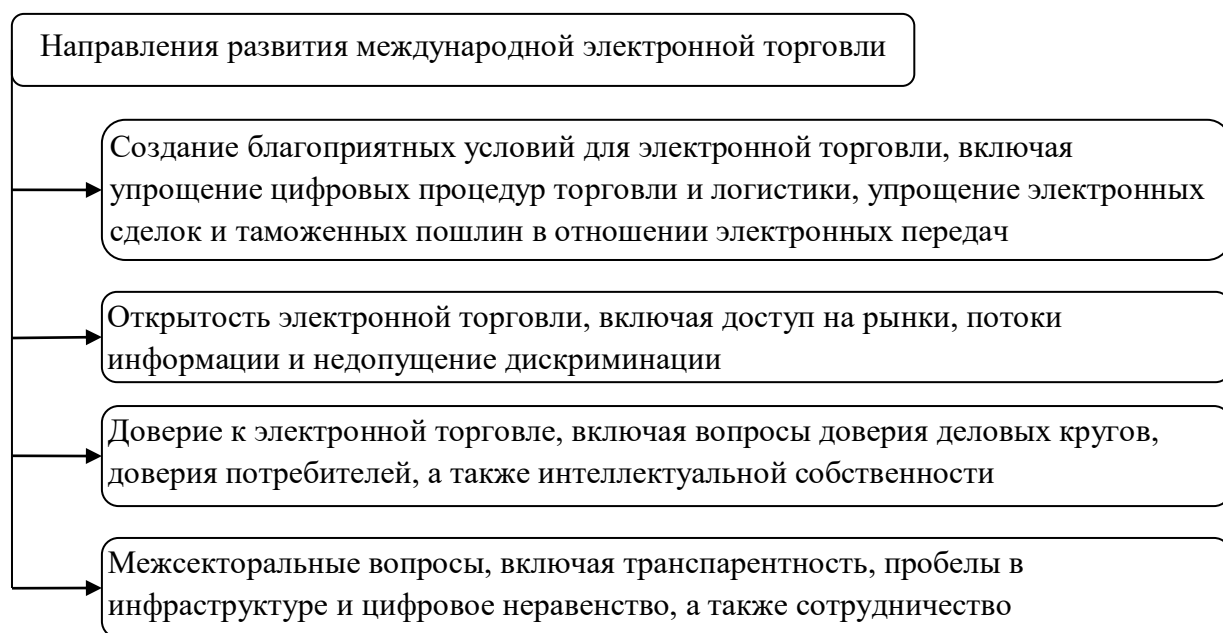


Рисунок 2.4 – Направления развития международной электронной торговли [27, с. 40]

Мировой рынок электронной торговли в 2019 г. вырос на 17,9 % и составил 3,46 трлн долл. (рисунок 2.5)

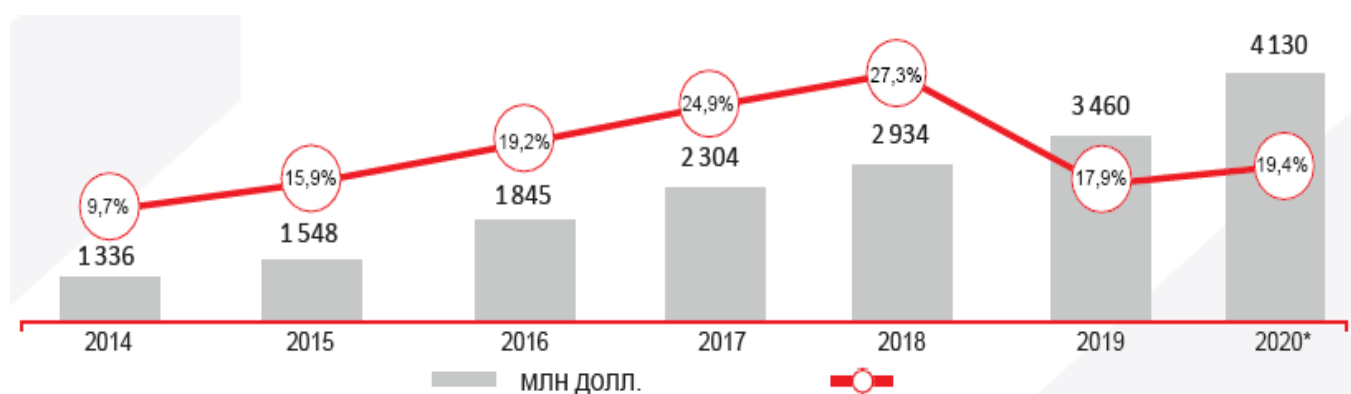


Рисунок 2.5 – Динамика мирового рынка электронной торговли [51]

Китай и Соединенные Штаты являются мировыми лидерами рынка электронной коммерции: на их долю приходится около 40 % рынка (рисунок 2.6).

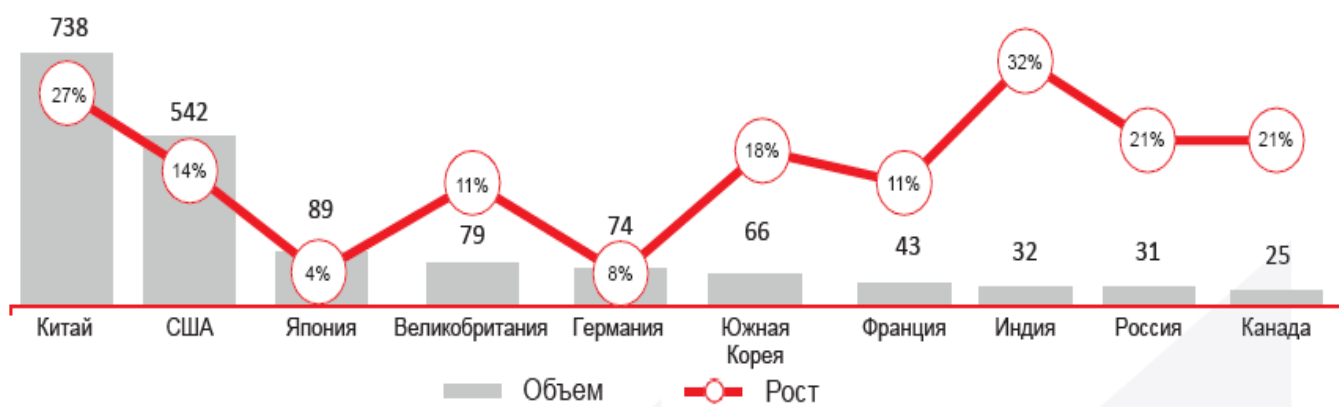


Рисунок 2.6 – Объем и рост рынка электронной торговли в 2019 г., млрд долл. [51]

Развитие цифровых технологий будет иметь важное значение для современной экономики и затронет все страны, секторы и заинтересованные стороны. В настоящее время в мире наблюдается колоссальный разрыв между странами со слабым развитием Интернет-связи и странами с весьма высоким уровнем цифровизации. Например, в наименее развитых странах Интернетом пользуется лишь каждый пятый житель, тогда как в развитых странах доступ к Интернету имеют четверо из каждых пяти человек. Это лишь один из примеров цифрового разрыва [50, с. 16].

В других областях, таких как возможности для использования цифровых данных и передовых технологий, этот разрыв значительно больше. Например, в Африке и Латинской Америке в совокупности находится менее 5 % всех арендуемых центров по обработке данных в мире. Без принятия соответствующих мер данный разрыв приведет лишь к дальнейшему увеличению неравенства в распределении доходов. Но при этом рынки электронной торговли Латинской Америки являются одними из самых быстрорастущих в мире, наряду с Азиатскими рынками (рисунок 2.7).

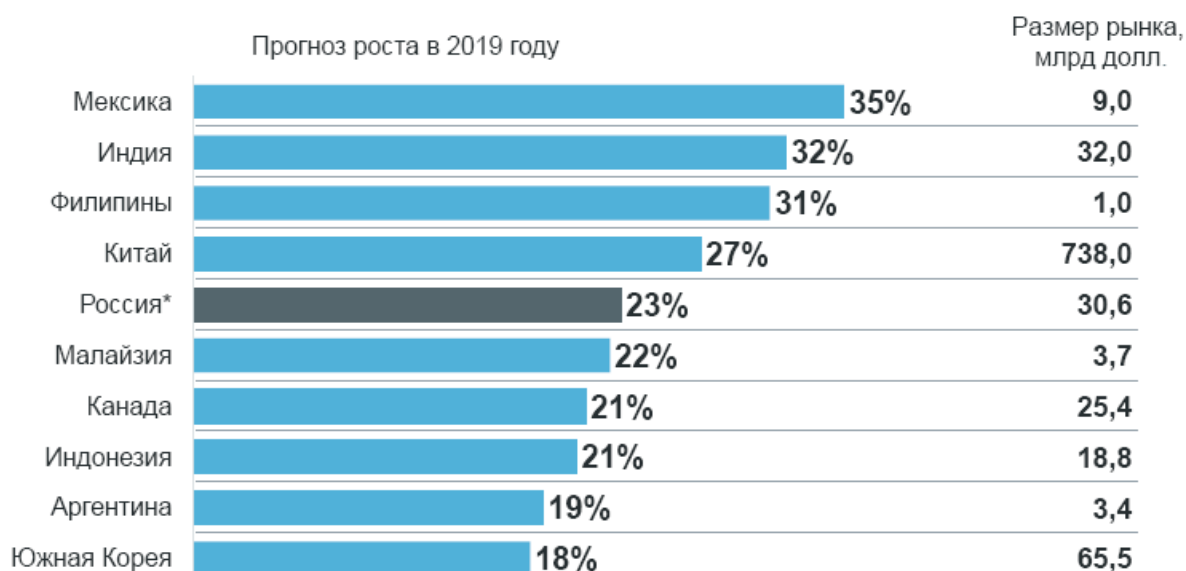


Рисунок 2.7 – Самые быстрорастущие рынки электронной торговли в мире [10]

В связи с этим необходимо понять, каким образом эта (р)эволюция может повлиять на развивающиеся страны с точки зрения создания стоимости и получения выгод и что необходимо сделать для улучшения существующего положения дел. В экономической географии цифровой экономики не прослеживается традиционного разрыва между Севером и Югом. Ведущую роль неизменно играют две страны, одна из которых является развитой, а другая – развивающейся, а именно Соединенные Штаты и Китай, в которых доля электронной торговли в ВВП более 2 % (рисунок 2.8).

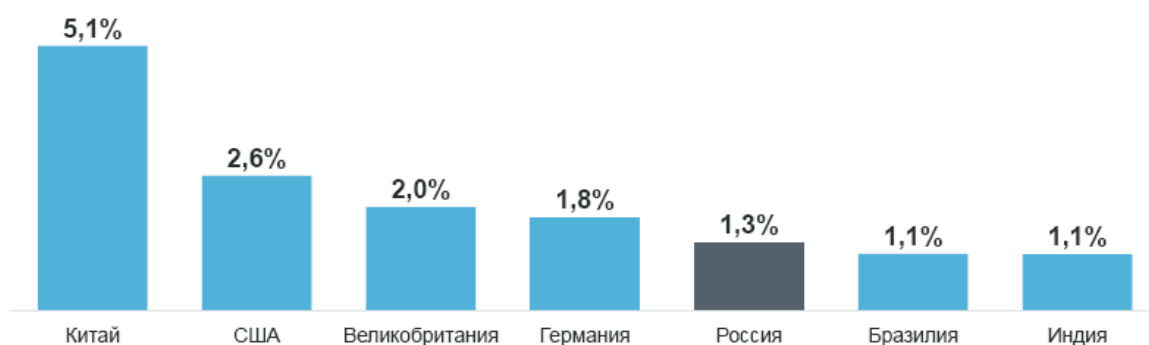


Рисунок 2.8 – Доля электронной торговли B2C в ВВП [10]

Например, на них приходится 75 % всех патентов, связанных с технологиями блокчейн, 50 % мировых расходов на Интернет вещей и более 75 % мирового рынка

открытых технологий облачных вычислений. И наиболее показательно, что на их долю приходится 90 % рыночной капитализации 70 крупнейших цифровых платформ мира. Доля Европы составляет 4 %, а Африки и Латинской Америки в совокупности – всего 1 %. Таким образом, во многих областях развития цифровых технологий остальной мир, и в особенности Африка и Латинская Америка, намного отстают от Соединенных Штатов и Китая. Некоторые из нынешних торговых противоречий являются проявлением стремления к глобальному доминированию в сфере передовых цифровых технологий.

11 октября 2019 г. в Женеве завершился ежегодный Форум ВТО по вопросам развития международной торговли. Палитра тем была очень разнообразной, но наибольшее внимание было уделено цифровизации международной торговли, электронной коммерции и торговле услугами, устойчивому развитию [59].

К дискуссии традиционно приглашаются представители разных заинтересованных групп – бизнес, государство, международные организации и университеты. С технологической точки зрения в этом году наибольшее внимание было уделено влиянию на международную торговлю и торговую политику искусственного интеллекта, больших данных и дополненной реальности. В значительно меньшей степени эксперты фокусировались на обсуждении технологий блокчейна. Это стало отражением сформировавшегося за прошедший год понимания их функциональной роли в обеспечении эффективности международной торговли и снижения спекулятивного ажиотажа.

Красной нитью сессий этого года по вопросам цифровизации стала тема данных и их трансфера при торговле товарами и услугами. На Форуме ВТО традиционно громче звучит голос стран – технологических лидеров, которые в большинстве своем выступают за отказ от их локализации. Вопросы развития и равного участия в трансфере и использовании данных в интересах развивающихся стран обсуждались гораздо реже и преимущественно с подачи посетителей форума. Это отличает Форум от Недели электронной коммерции ЮНКТАД, где активно обсуждаются проблемы участия развивающихся стран в цифровой экономике. В настоящее время один из острейших вопросов на повестке дня для стран Африки и

Латинской Америки – где и как встроиться в глобальные цепочки стоимости, основанные на анализе и трансфере данных. Вышедший в свет в сентябре 2019 г. доклад ЮНКТАД о цифровой экономике ввел термин глобальные цепочки стоимости данных (*global data value chain*) [67].

Проблемой большинства развивающихся стран становится риск замыкания их участия в цифровой торговле в рамках поставщика «сырых» данных и зависимость от узкого круга цифровых платформ, контролируемых США и Китаем. Вошедший в широкое использование термин «платформизации» отражает формирующуюся сегодня трансграничную систему международной электронной коммерции, когда достаточно ограниченный перечень компаний доминирует на отдельных сегментах, монополизируя определенные направления цифровой торговли. Существующая в настоящее время система мер многостороннего регулирования международной торговли только способствует укреплению их доминирующего положения. Но вопрос, звучащий из уст представителей развивающихся стран, актуален и для многих развитых государств, где нет консенсуса по вопросам регулирования трансфера данных.

Практика проведения мероприятий подобного уровня показывает, что даже на современном, начальном этапе развития цифровой экономики, вопросов, связанных с трансфером данных, на повестке дня гораздо больше, чем ответов. Существующие механизмы и международные соглашения по регулированию торговли товарами и услугами не позволяют обеспечить в полной мере интересы всех стран-участниц в цифровой экономике. Свыше 20 лет развития электронной коммерции показали, что регулирование по-прежнему носит фрагментированный характер на всех уровнях – национальном и тем более международном. Стремительное развитие цифровой экономики делает нерешенные вопросы еще более злободневными. Современный арсенал мер торговой политики позволяет регулировать торговлю товарами и услугами, но в значительной степени оставляет вне поля трансфер данных, товары в цифровой форме и новые виды услуг на основе применения искусственного интеллекта, блокчейна, больших данных и трехмерной печати. В этих условиях

резко возрастают риски монополизации новых сегментов рынка ИТ и технологической зависимости отдельных стран.

России, заинтересованной в продвижении идей по локализации данных, необходимо активно участвовать в дискуссиях по вопросам формирования новых элементов многосторонней торговой системы, связанных с их трансфером. При реализации заявленного комплекса мер по развитию цифровой экономики и рационального применения мер торговой политики представляется возможным сохранение и укрепление технологического лидерства России по отдельным направлениям экспорта информационных технологий и услуг, реализуемых на их основе [40, с. 78].

В проводимые в рамках ВТО переговоры по электронной торговле должны входить вопросы роли, которую законодательство и политика в области конкуренции играют при регулировании онлайн-платформ, служащих в качестве рынков, в частности доминирующих платформ. Между этими доминирующими платформами электронной торговли и гораздо меньшими и местными предприятиями электронной торговли существует значительный разрыв. Если цель состоит в том, чтобы электронная торговля приносила равные выгоды, обеспечивая рост и благосостояние потребителей, то следует активнее использовать законодательство и политику в области конкуренции в целях создания конкурентной деловой среды для новых и местных предприятий электронной торговли. Это относится не только к развивающимся, но и к развитым странам, в которых рынки электронной торговли монополизированы доминирующими платформами электронной торговли.

Существует необходимость проводить в рамках ВТО переговоры в области электронной торговли, добиваясь того, чтобы в ходе обсуждений и при выработке решений учитывались вопросы защиты прав потребителей, включая защиту данных и неприкосновенность частной жизни потребителей. Поскольку трансграничное сотрудничество имеет решающее значение для экосистемы электронной торговли, которая служит интересам потребителей, важно предусматривать четкие положения, позволяющие обеспечивать эффективное сотрудничество между

учреждениями по защите прав потребителей при рассмотрении жалоб потребителей, касающихся электронных коммерческих операций.

Таким образом, создание условий для того, чтобы развивающиеся и наименее развитые страны получали реальные выгоды от электронной торговли, остается одной из важнейших задач в области развития в эпоху цифровой трансформации. Эта задача является тем более сложной потому, что большинство развивающихся стран в настоящее время не принимают участия в этих многосторонних переговорах с ограниченным числом участников, главная цель которых должна состоять в создании международной нормативно-правовой базы, позволяющей странам использовать возможности электронной торговли в интересах развития.

2.3 Цифровые платформы в международной торговле

Цифровые платформы играют все большую роль в мировой экономике. Мировой рынок электронной торговли развивается за счет двух форматов платформ: интернет-магазины и маркетплейсы (рисунок 2.9).

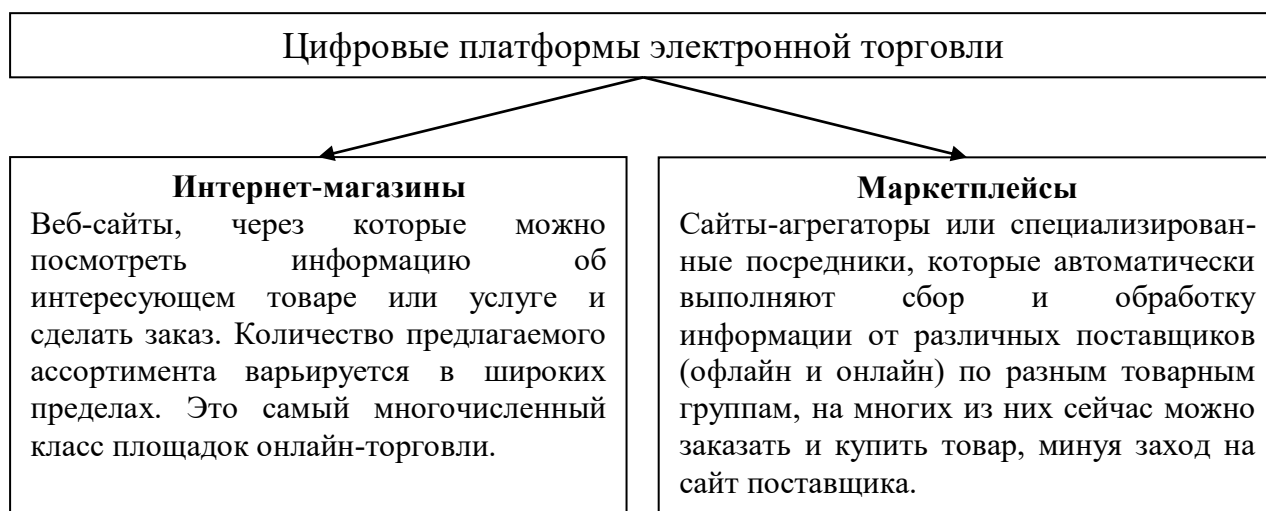


Рисунок 2.9 – Формы электронной торговли [29, с. 33]

В 2018 г. совокупная стоимость компаний, работающих на базе платформ, с рыночной капитализацией более 100 млн долл. превысила 7 трлн долл., что на 67 %

больше, чем в 2015 г. На долю семи «суперплатформ», а именно компанию «Майкрософт» и следующих за ней компании «Эппл», «Амазон», «Гугл», «Фейсбук», «Тенсент» и «Алибаба», приходится две трети совокупной капитализации рынка.

Некоторые глобальные цифровые платформы завоевали очень сильные рыночные позиции в определенных сегментах. Например, около 90 % рынка поисковых систем для Интернета принадлежит компании «Гугл». На компанию «Фейсбук» приходится две третьих мирового рынка социальных сетей, и её платформа является самой популярной среди социальных сетей в более 90 % стран. Почти 40 % мировых розничных онлайн-продаж осуществляется через сеть компании «Амазон», а на его дочернюю компанию «Амазон веб сервисез» приходится примерно такая же доля мирового рынка услуг в сфере облачной инфраструктуры [34, с. 30].

Первый интернет-магазин Amazon.com был запущен в июле 1995 г. Джефф Безос, основатель компании, ориентирует свой бизнес на потребителя. За счет того, что компания в значительной степени реализует собственные товары, «Амазон» имеет разветвленную логистическую сеть, позволяющую доставить товар в короткие сроки. Кроме этого, именно Джефф Безос впервые внедрил алгоритм рекомендации сопутствующих товаров на основании истории покупок.

В Китае коммуникационная сеть «Вичат» (принадлежащая компании «Тенсент») насчитывает более миллиарда активных пользователей, и её платежная система вместе с системой «Алипей» (принадлежащей компании «Алибаба») охватывает практически весь китайский рынок платежей, осуществляемых через сеть сотовой связи. Крупнейшим игроком, доминирующем на рынке Китая, является «Алибаба», основанная в 1999 г. Джеком Ма. «Алибаба» – китайская публичная компания, работающая в сфере интернет-коммерции, владелец веб-порталов www.taobao.com, www.tmall.com, www.alibaba.com и ряда других. При этом на компанию «Алибаба» приходится, по оценкам, почти 60 % китайского рынка электронной торговли [64, с. 295].

Основными видами деятельности являются торговые операции между компаниями по схеме *B2B* и розничная онлайн-торговля; также владеет одной из крупнейших в мире инфраструктур для облачных вычислений и активы в сфере СМИ и индустрии развлечений. В 2019 г. объем продаж на порталах группы «Алибаба» составил около 900 млрд долл. Компания действует, прежде всего, в Китайской Народной Республике. Годовой доход «Алибаба» составляет всего 20 % от годового дохода «Амазон» (рисунок 2.10).

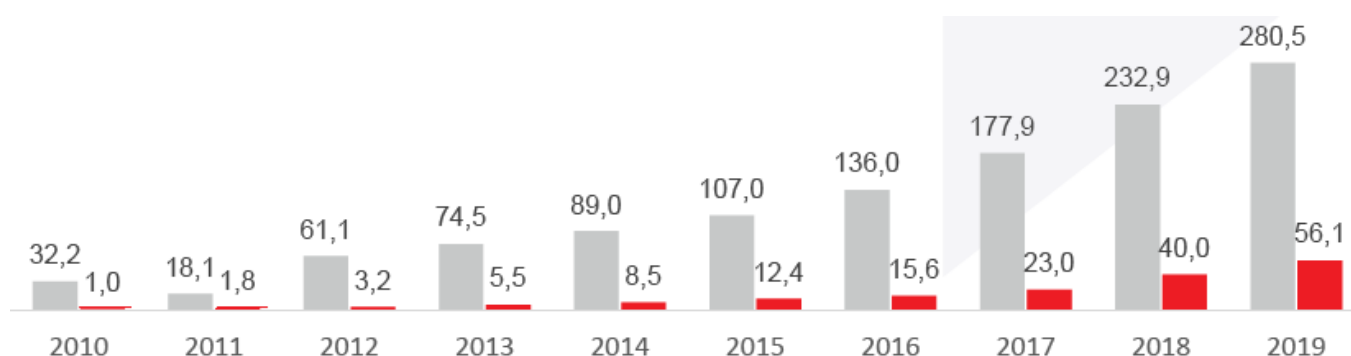


Рисунок 2.10 – Годовой доход «Амазон» и «Алибаба», млрд долл. [51]

Однако прибыль «Алибаба» выше, так как она выступает в качестве маркетплейса для независимых покупателей и продавцов, в то время как «Амазон» продает товары напрямую потребителям и несет больше расходов (рисунок 2.11).

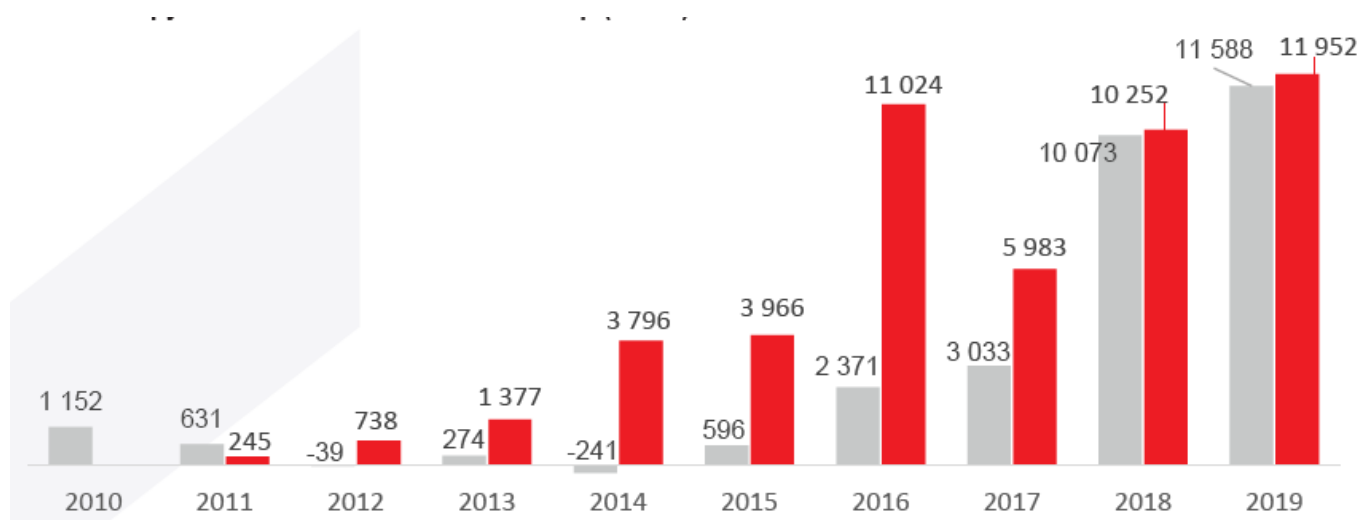


Рисунок 2.11 – Чистая прибыль «Амазон» и «Алибаба», млн долл. [51]

Быстрое укрепление доминирующего положения этих крупнейших цифровых гигантов на рынке объясняется рядом факторов. Первый фактор связан с сетевым эффектом (т.е. чем больше пользователей платформы, тем больше её ценность для всех). Второй фактор касается способности платформ извлекать, контролировать и анализировать данные. Как и в случае с сетевым эффектом, увеличение числа пользователей означает увеличение объема данных, что в свою очередь позволяет обогнать потенциальных конкурентов и воспользоваться преимуществами первопроходца. Третий фактор заключается в том, что, как только платформа начинает наращивать масштабы и предлагать различные комплексные услуги, издержки пользователей, связанные с переходом на других провайдеров услуг, начнут возрастать. Глобальные цифровые платформы предприняли шаги по укреплению своих конкурентных позиций, в том числе посредством поглощения потенциальных конкурентов и предложения сопутствующих товаров и услуг.

Примерами наиболее заметных поглощений, осуществленных компаниями, работающими на базе цифровых платформ, служат приобретение социальной сети «Линкедин» компанией «Майкрософт» и приобретение коммуникационной сети «Уотсапп» компанией «Фейсбук». Компании «Алфавет» («Гугл») и «Майкрософт» инвестировали в телекоммуникационное оборудование, поглотив компании «Моторола» и «Нокиа» соответственно. Крупные платформы осуществили также другие масштабные поглощения в секторах розничной торговли, рекламы и маркетинга, а также в сфере нежилой недвижимости [56, с. 15].

К числу других мер относятся стратегические инвестиции в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР) и лоббирование в директивных органах как на национальном, так и на международном уровнях. Кроме того, изучаются также возможности стратегических партнерств между многонациональными предприятиями (МНП) в традиционных секторах и глобальными корпорациями, работающими на базе цифровых платформ. Например, компания «Уолмарт» заключила соглашение о партнерстве с компанией «Гугл», чтобы использовать облачный сервис «Гугл ассистент»; компания «Байду» разрабатывает свою платформу «Аполло» совместно с компаниями «Форд» и

«Даймлер»; компания «Гугл» совместно с компаниями «Вольво» и «Ауди» создала платформу «Андроид автомотив»; компания «Дженерал электрик» заключила соглашение о партнерстве с компанией «Майкрософт», чтобы использовать её облачную платформу «Азур»; а компании «Интел» и «Фейсбук» совместно разрабатывают новую микросхему на базе искусственного интеллекта [67].

Эволюция цифровой экономики требует нестандартного экономического мышления и анализа политики. При разработке соответствующих стратегий необходимо учитывать процесс размывания границ между секторами в связи с повсеместным повышением роли услуг, а также серьезные трудности при применении национальных законов и регулирующих положений в отношении трансграничной торговли цифровыми услугами и продуктами. Они должны также способствовать появлению новых возможностей для создания стоимости и получения выгод на местном уровне, а также для осуществления дальнейших структурных преобразований посредством цифровизации.

Три года назад Правительство Сингапура запустило проект единой платформы для осуществления торговых сделок – *Next Generation Trade Platform (NTP)*. Фактически это центр цифровых данных по внешнеторговым сделкам сингапурских компаний (рисунок 2.12).



Рисунок 2.12 – Цифровая платформа внешнеторговых сделок в Сингапуре [13]

Ключевая составляющая платформы – хранилище цифровых торговых документов: коносаментов и авианакладных, инвойсов, таможенных разрешений, сертификатов происхождения. В свою очередь возможность обмениваться цифровыми документами обусловила появление портала торгового финансирования с участием как сингапурских, так иностранных банков.

Портал разработан и внедрен сингапурской компанией *vCargo Cloud Pte Ltd*.
Как работает портал?

1 Через портал компания подает заявление на получение финансирования внешнеторговой сделки.

2 Это заявление, конвертированное в формат сообщения *SWIFT*, направляется в один из участвующих банков.

3 Банк выпускает документарный инструмент, например аккредитив, и загружает его в хранилище цифровых документов.

4 Требуемые документарным инструментом документы уже переданы или будут переданы из доверенного источника в единое хранилище: перевозчик направил транспортный документ, таможенный орган – разрешение на ввоз/вывоз, торгово-промышленная палата – сертификат происхождения.

5 Банк обращается в хранилище документов и при выполнении необходимых условий предоставляет финансирование [13].

Еще один немаловажный момент: данные могут анализироваться с учетом участия всех банков (сейчас их девять), что существенно снижает риск двойного финансирования под одну отгрузку.

Следующий этап – обеспечить взаимодействие платформы с участниками международной торговли, а также цифровыми платформами других стран, для чего необходимо гарантировать их интероперабельность, а также разработать соответствующие стандарты и руководства, с тем, чтобы участники международной торговли были уверены в том, что работа всех поставщиков услуг соответствует одним и тем же критериям [13].

Данные стали новым экономическим ресурсом, необходимым для создания стоимости и получения выгод. Способность контролировать данные имеет

стратегически важное значение, поскольку это позволяет превратить их в «цифровой интеллект». Практически в любой цепочке создания стоимости способность собирать, хранить, анализировать и преобразовывать данные усиливает влияние на рынке и создает конкурентные преимущества. Цифровые данные лежат в основе всех стремительно развивающихся цифровых технологий, таких как аналитика данных, искусственный интеллект, блокчейн, Интернет вещей, облачные вычисления и все предоставляемые через Интернет услуги. Неудивительно, что бизнес-модели, основанные на данных, используются не только цифровыми платформами, но и всё в большей степени ведущими компаниями в самых различных секторах [6, с. 131].

В развивающихся странах местные компании могут с выгодой для себя использовать услуги глобальных платформ. В некоторых случаях знание местной специфики (например, предпочтений в запросах пользователей, условий Интернет-трафика и культурных особенностей) может также давать преимущество местным цифровым платформам, позволяя им предлагать услуги с учетом потребностей местных пользователей. Однако в связи с вышеупомянутыми аспектами динамичного процесса конкуренции цифровые платформы в развивающихся странах, стремящиеся расширять свою деятельность, сталкиваются с неравной конкуренцией.

Доминирование глобальных цифровых платформ, их контроль над данными, а также их способность создавать стоимость и затем получать выгоды, как правило, способствует дальнейшему усилению концентрации и консолидации, а не уменьшению неравенства между странами и внутри них. Действительно, в глобальной «цепочке создания стоимости данных» многие страны могут оказаться в зависимом положении из-за того, что создание стоимости и данные в значительной мере контролируются лишь несколькими глобальными платформами и другими ведущими ТНК. Существует опасность того, что страны независимо от их уровня развития превратятся просто в поставщиков необработанных данных для таких цифровых платформ, но при этом им придется платить за «цифровой интеллект», создаваемый владельцами цифровых платформ на основе этих данных. Чтобы

разорвать этот порочный круг, требуются нестандартные решения, направленные на формирование альтернативной структуры цифровой экономики, обеспечивающей более сбалансированные результаты и более справедливое распределение выгод, получаемых от данных и «цифрового интеллекта».

Глава 3 Направления цифровизации международной торговли в России

3.1 Международная электронная торговля России на современном этапе

Интернет-торговля является одним из наиболее динамичных секторов в экономике России. Интернет-торговля растет за счет числа заказов, но не за счет среднего чека, который падает третий год подряд. Хотя рост количества онлайн-покупателей продолжается, количество онлайн-заказов растет в первую очередь за счет увеличения частоты покупок (рисунок 3.1).

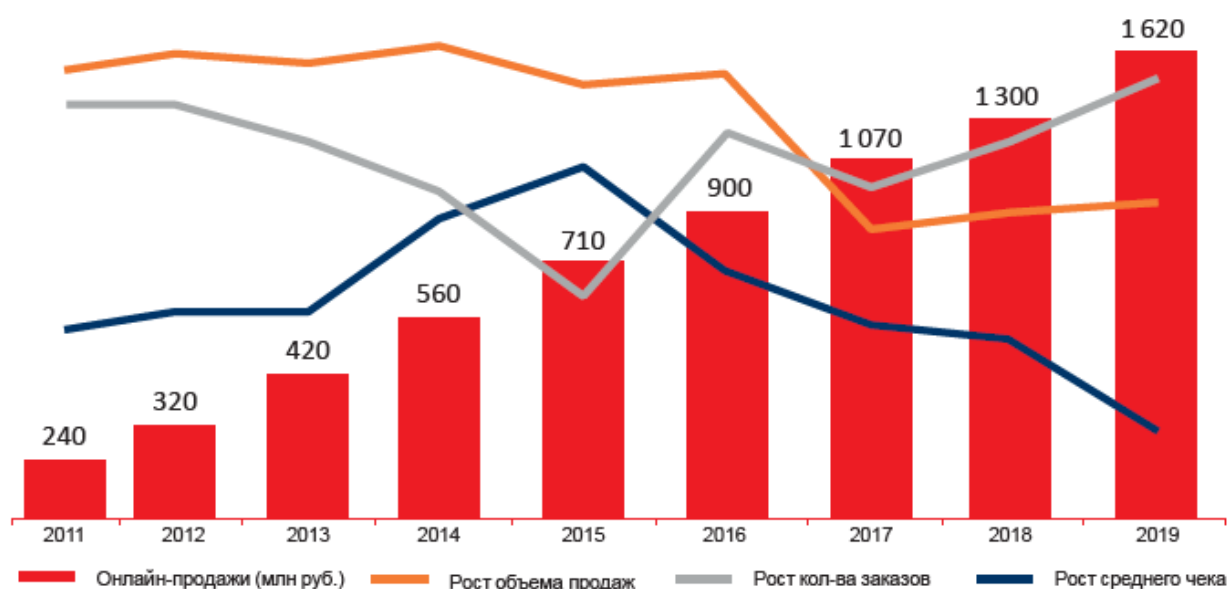


Рисунок 3.1 – Структура российского рынка Интернет-торговли [10]

Объем Интернет-экспорта на данный момент очень мал и составляет около 3 % от всех Интернет-продаж внутри страны (объем экспорта составлял в 2019 г. 817 млн долл., при среднем чеке 52 долл.). Однако потенциал развития является колоссальным благодаря, с одной стороны, эксклюзивности, качеству товаров и, с другой, заинтересованности в российских товарах покупателей во всем мире. По данным компании «ИБэй», на этом аукционе выставлено более 400 тыс. товаров со словом «*russian*» в описании, большая часть из них относится к одежде, обуви и аксессуарам, книгам и ювелирным украшениям [9].

Очевидно, что русские интернет-магазины заинтересованы в продажах за рубеж и трансграничная торговля постоянно растет (рисунок 3.2). По данным компании «ИБэй», которая заявила о своем намерении открыть аукцион для российских продавцов, за короткие сроки поступило более 10 тыс. заявок на размещение товаров от магазинов малого и среднего сегмента. Их количество может резко увеличиться до десятков тысяч.



Рисунок 3.2 – Структура российского рынка Интернет-торговли, млн руб. [10]

Постепенно отечественные компании начинают выходить также и на китайские ведущие торговые площадки. Так, российский ритейлер АБК договорился с китайской «Алибаба» о продаже отечественных кондитерских изделий и экологически чистой еды на входящей в «Алибаба» торговой площадке «ТМолл». За три года сотрудничества с одной из крупнейших китайских онлайн-площадок (его партнерами являются американский ритейлер *Costco*, новозеландский *Countdown*, корейский *Lotte Mart*) АБК планирует выйти на оборот в 60 млн долл. [71, с. 139].

Российский онлайн-экспорт растет как в ближнее, так и в дальнее зарубежья. Лидирующими направления экспорта среди стран дальнего зарубежья остаются США, а среди стран ближнего зарубежья – Беларусь (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Направления экспорта российской Интернет-торговли [36]

Страна	2018	2019
Страны дальнего зарубежья, всего	58,9%	57,2%
США	17,6%	20,4%
Германия	4,5%	4,3%
Великобритания	3,8%	3,8%
Франция	2,4%	2,3%
Канада	2,2%	2,3%
Израиль	2,0%	2,2%
Китай	2,4%	1,9%
Другие страны дальнего зарубежья	24%	20%
Страны ближнего зарубежья, всего	41,1%	42,8%
Беларусь	17,5%	21,8%
Казахстан	13,7%	12,9%
Украина	6,6%	4,6%
Другие страны ближнего зарубежья	3,2%	3,5%

Сохраняется тренд на рост доли стран СНГ в структуре российского розничного онлайн-экспорта (рисунок 3.3).

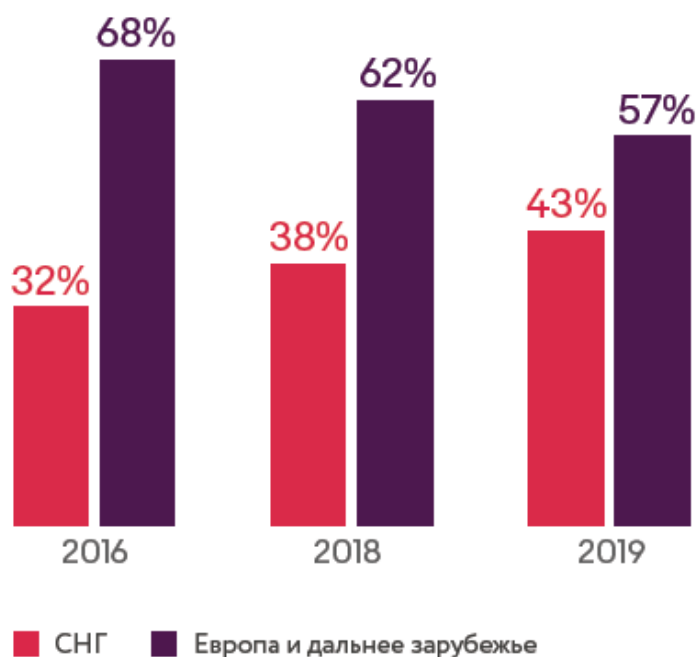


Рисунок 3.3 – Структура розничного онлайн-экспорта [36]

Тренд обусловлен действиями крупнейших игроков, которые активно развивают продажи на соседних рынках. «Вайлдберриз» наращивает продажи во всех, уже четырех не считая России, странах своего присутствия в СНГ. «Ламода» считает СНГ приоритетным для себя направлением экспорта. В тоже время «Озон»

специализируется на дальнем зарубежье. 20 лет назад русскоговорящие клиенты «Озон» в Австралии, Канаде, Японии и других странах покупали на «Озон» книги, а в 2019 г. они, а в некоторых случаях и их дети, могут заказать на «Озон» почти все.

Категория «Одежда, обувь и аксессуары» сохраняет лидерство по доле долларовой выручки (рисунок 3.3). Категория «Электроника» уступила второе место коллекционным вещам. К самым динамичным категориям относятся: «Красота и здоровье» (+24 %), «Дом и сад» (+10 %), «Запчасти» (+9 %).



Рисунок 3.3 – Распределение доли выручки в долларах [36]

Учитывая стремительное развитие Интернет-торговли внутри страны, необходимо переходить на качественно новый уровень продвижения отечественных товаров за рубеж. Пример экспорта софтверных услуг лишний раз доказывает, что потенциал страны достаточно велик, чтобы реализовать себя в трансграничной коммерции. К 2018 г. объем экспорта Интернет-торговли составил всего 5–10 % от общего числа Интернет-сделок внутри страны. Импорт товаров через интернет в 2018 г. составил 75–90 млн отправок при среднем чеке в 40 долл., а весь экспорт составляет 500–700 тыс. отправок в год. Данные цифры обусловлены рядом факторов, непосредственно влияющих на развитие трансграничной интернет-коммерции. По мнению эксперта, есть категории товаров, которые будут востребованы в других странах: сувениры, книги, российские марки одежды в США и Европе, а также международные товары, стоимость которых в России дешевле, чем в соседних государствах [8, с. 175].

Преимущества ведения бизнеса с использованием каналов электронной торговли представлены на рисунке 3.4.

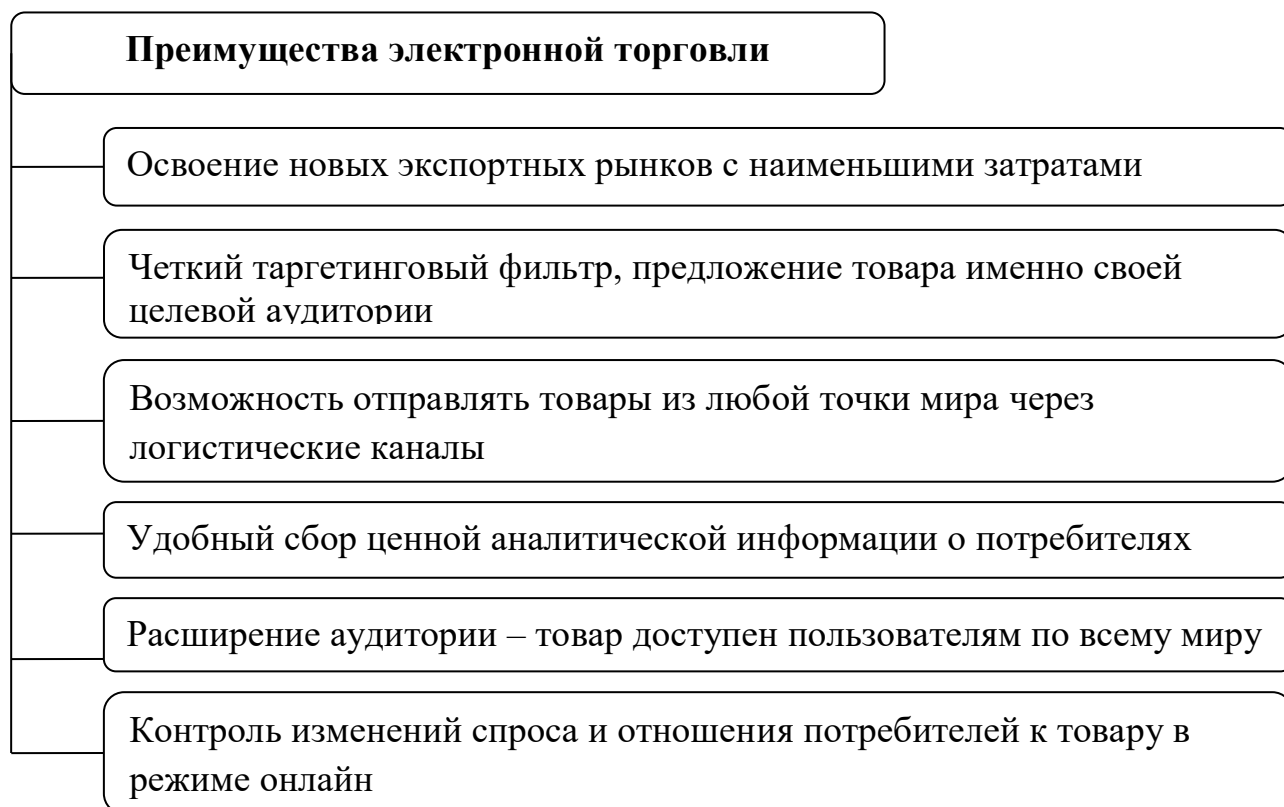


Рисунок 3.4 – Преимущества деления бизнеса в сфере электронной торговли
[составлено автором]

Россия – страна, имеющая широкие возможности для экспорта не только в рамках реальной торговли, но и посредством интернета. По мнению экспертов, наибольшее распространение за рубежом могут иметь такие продукты отечественного производства, как товары легкой промышленности, а также ряд эксклюзивных товаров, производящихся только в нашей стране (рисунок 3.5).

Ювелирные украшения. Их производством занимается огромное количество компаний в разных регионах России. Учитывая тот факт, что страна богата драгоценными камнями и славится их качественной обработкой, ювелирная продукция может стать перспективным товаром для экспорта. Более того, стоимость большинства товаров значительно ниже, чем их аналогов на других рынках. В наше время покупатели не боятся заказывать дорогостоящие товары, к

которым также относятся ювелирные украшения, через интернет. Залог успеха в этой отрасли – правильное позиционирование и гарантия высокого качества.

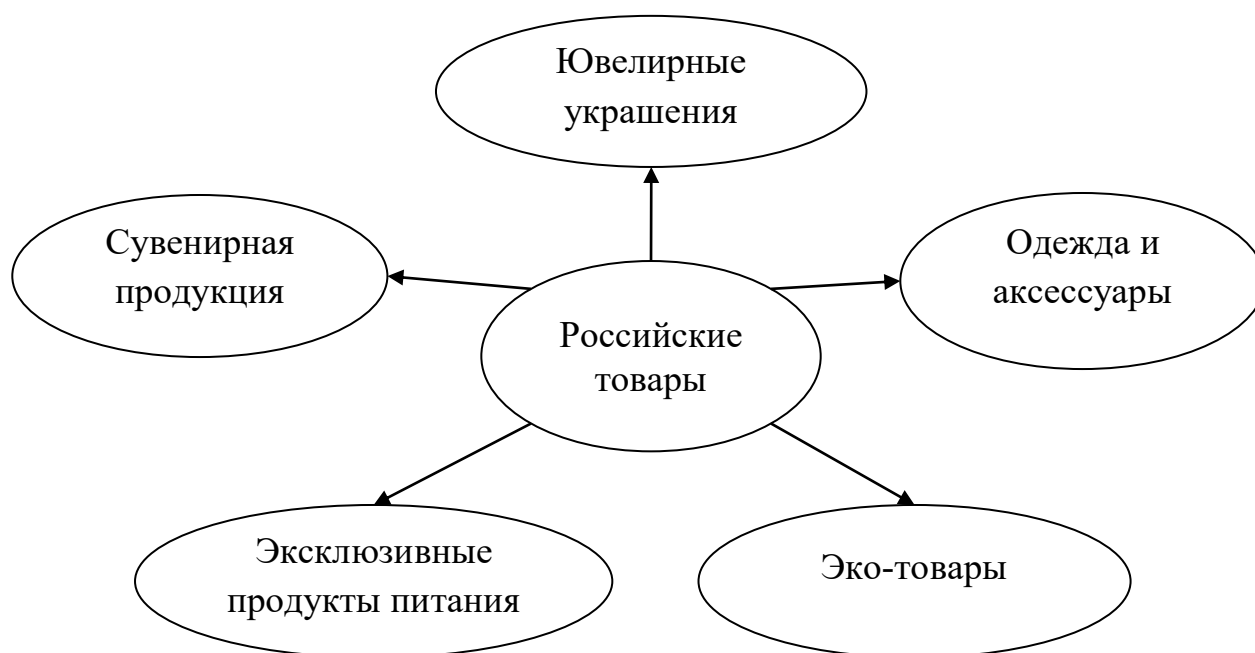


Рисунок 3.5 – Основные российские продукты, конкурентоспособные за рубежом
[составлено автором]

Интернет-экспорт одежды и аксессуаров также весьма перспективен с учетом постепенного развития производства этих товаров. Важно учитывать тот факт, что продажа одежды – внушительный сегмент китайских Интернет-компаний, однако не всегда их товары являются качественными: зачастую попадает бракованная продукция или же производится поставка потребителю товара сомнительного качества. В России сфера производства одежды развивается очень быстрыми темпами: широкое распространение получает множество современных эксклюзивных брендов одежды и аксессуаров, отличающихся высоким качеством и соответствием современным модным тенденциям [28, с. 111].

Более того, в России производится одежда таких популярных в последнее время в мире моды брендов, как *Ulyana Sergeenko*, *A la russe*, *Alena Akhmadullina*, *Chapurin* и многие другие. Именно они получают мировое признание, а их продукция пользуется спросом в любом уголке планеты. Россия становится одним из трендсеттеров мировой моды. Большое количество дизайнеров стремится

завоевать признание публики, и интернет-коммерция во многом способствует этому. По качеству производства модной одежды Россия не уступает мировым лидерам, а российская продукция является востребованной и за рубежом.

Эко-товары. Все больший оборот в мировой торговле набирают продажи экологически чистых товаров, произведенных с использованием натуральных ингредиентов. Такая продукция, как косметика на основе сибирских трав или иных натуральных компонентов, может иметь значительный успех, особенно в странах Европы, испытывающих недостаток экологически чистых ресурсов, используемых в данной сфере. Экспорт товаров с приставкой «био-» также может способствовать как значительному успеху Интернет-торговли, так и развитию бизнеса в дальних регионах страны, таких как Сибирь, Урал, Дальний Восток и другие. Это в значительной мере увеличит количество рабочих мест, улучшив обстановку на региональном рынке труда [65, с. 105].

Эксклюзивные товары местного производства, такие как икра, водка, кедровые орехи, соленья, известные во всем мире, являются по большей части недоступными для большинства зарубежных жителей в связи с их высокой стоимостью в их странах. Интернет-экспорт откроет для них возможность заказа данной продукции по более выгодным ценам, чем в стране проживания.

Мелкие бытовые товары, к которым относится сувенирная продукция, коллекционные товары, марки, предметы старины, созданные в те или иные эпохи. Спрос на товары данной категории во всем мире является стабильно высоким, что обусловлено вкладом нашей страны в мировую историю и ее богатым историческим прошлым. Этот сегмент распространен как среди коллекционеров во всем мире, так и среди покупателей, интересующихся историей и традициями России.

Развитие сегмента Интернет-торговли привело к смене бизнес-процессов и покупательского поведения. На первый план выходит логистический сектор, участвующий на всех этапах жизненного цикла продукта.

С приходом различных интернет-ритейлеров и увеличением объема продаж, спрос на стандартные складские операции снижается в сторону фулфиллмент-

операторов, предоставляющих комплекс логистических услуг, обрабатывающих огромное количество SKU разных форматов, габаритов и температурных режимов. В условиях трансформации рынка, складская индустрия предлагает новые решения, среди которых: многоуровневые мезонины, сборка с весовым контролем, конвейеры, роботизированные линии, IT-продукты. Значительно снизить стоимость и сроки последней мили позволит развитие рынка ПВЗ и постаматов, а также складская сеть, находящаяся в черте города и имеющая доступ к основным транспортным магистралям.

Темп роста Интернет-торговли в России опережают общемировые. Появляются новые онлайн-ритейлеры, готовые инвестировать в создание экосистемы логистики. Изменение требований к логистическим компаниям подтолкнут к смене формата и появлению новых концепций. Повышение спроса аккумулирует ввод новых качественных складских площадей. Развитие системы местных складов позволит существенно сократить время доставки товара. При этом тенденция на развитие рынка ПВЗ и постаматов будет продолжаться. Это значительно снизит стоимость последней мили в среднесрочной перспективе [41, с. 14].

За три года на рынок Санкт-Петербурга вышло порядка 250 тыс. кв. м складских площадей при ежегодном поглощении в 150 тыс. кв. м. Дефицит качественных складских площадей привел к ранним переговорам на строящиеся объекты и вводом с высоким процентом заполняемости. Ожидается бурный рост девелоперской активности в 2020–2021 гг. Новый ввод складских площадей приведет к нормализации арендной ставки, что повысит привлекательность рынка Санкт-Петербурга со стороны онлайн-ритейлеров [42, с. 37].

Вопрос экспорта российских товаров остается открытым, необходимо, чтобы российские продавцы могли экспортировать продукцию без каких либо сложностей, связанных с бюрократическими процедурами и законодательными преградами. Ярким примером таких ограничений является стоимость заполнения таможенной декларации на одну посылку – около 1000 руб., в то же время регистрация группы посылок на данный момент недоступна [3, с. 100].

Таким образом, четко прослеживается потенциал развития сферы Интернет-торговли и реальное желание российских интернет-магазинов быть представленными на иностранных рынках. Наибольшим потенциалом для экспорта обладают такие сегменты, как ювелирные украшения, одежда и аксессуары, органические (эко-, био-) продукты, национальные товары и предметы старины. Вместе с уровнем развития экспорта этих товаров будет увеличиваться и доля экспорта в общем объеме ВВП.

3.2 Цифровизация государственных услуг в сфере внешней торговли

В современном мире, где наблюдается устойчивый экономический рост, прослеживается тенденция цифровизации экономики. Как новый тренд мирового общественного развития, пришедший на смену информатизации, компьютеризации, он основан на цифровом представлении информации, которое приводит к повышению экономической эффективности. Сегодня трудно представить совершение какой-либо внешнеэкономической операции без применения передовой информационной технологии.

Важным аспектом цифровизации является ее активное внедрение в деятельность государственных органов, осуществляющих взаимодействие с участниками ВЭД, например, Федеральная налоговая служба, Федеральная таможенная служба, Росалкогольрегулирование и т.д. Обоюдное применение достижений цифровых технологий позволяет, как участникам ВЭД, так и государственным органам, снизить риски появления убытков, уменьшить время проведения таможенного контроля, а также увеличить прозрачность реализации товаров на рынке. Поэтому актуальным вопросом является разработка цифровых технологий государственными органами, которые будут удовлетворять участников ВЭД. Также предложение инициатив, касающихся внедрения цифровых технологий, от самих участников ВЭД должны всегда учитываться при разработке проектов.

В общем можно выделить такие тренды цифровизации экономики в целом и ВЭД в частности:

1 Кибербезопасность. Сегодня информация стала главным ресурсом, поэтому защита данных актуальна как никогда раньше. Причем с развитием цифровой экономики кибербезопасность будет только расти. Проблема защищенности электронных ресурсов и технологий – одна из главных причин, по которой ряд специалистов выступает против цифровизации экономики. И сохранность конфиденциальной информации очень важна для внешнеэкономической деятельности предприятий участвующих в международной торговле, для поддержания конкурентоспособности на мировом рынке. Поэтому цифровизовываться ради цифровизации или потому что мир просто движется вперед не нужно и риски цифровизации понятны [7, с. 8].

2 Цифровизация государственных услуг. Государство учится взаимодействовать с населением через цифровую экономику. Цифровизация позволяет работать с большими данными, она разгрузит транспорт, таможню и логистику. ФТС России также активно разрабатывает и внедряет электронную таможню, что позволит ускорить документооборот. Также важно, что обмен документами теперь не будет привязан к географии. Все участники ВЭД встанут в один ряд – не будет привилегированных брокеров в портах или аэропортах. Повысится конкурентоспособность, прозрачность таможенного оформления для всех участников ВЭД. Главным преимуществом электронных таможен является отсутствие прямого контакта между работниками Таможенной службы и участниками ВЭД, что исключает коррупционные риски.

3 Создание общих электронных платформ для трансграничного сотрудничества. Этот тренд актуален для корпораций или крупных стран с несколькими часовыми поясами. Благодаря цифровизации над одним и тем же проектом могут одновременно работать команды, расположенные в разных часовых поясах, что увеличивает эффективность компаний и их производительность. Цифровизация позволяет добиваться активного роста и игрокам традиционных рынков, вовремя освоившим новые технологии. В 2017 г. в Шанхае запустили

первый в Азии терминал для морских грузов, полностью управляемый искусственным интеллектом (там также используют *GPS*-позиционирование, беспилотный кран и другие новые разработки). Все это позволило повысить эффективность терминала на 30 % (и сократить персонал на 70 %) [35].

В стратегии развития таможенной службы Российской Федерации до 2020 г. одним из основных направлений является совершенствование информационно-технического обеспечения, что окажет наиболее благоприятное воздействие на процесс цифровизации. В данном акте делается акцент на том, что работа в данном направлении приведет к развитию внешнеэкономической деятельности, минимизации издержек участников внешнеэкономической деятельности и государства, связанных с совершением таможенных операций, дальнейшему повышению качества таможенного администрирования [31, с. 49].

Если рассматривать эффективность деятельности электронных таможен на современном этапе, то можно отметить, что она находится на довольно высоком уровне. Об этом говорят следующие факты, показанные на рисунке 3.6.

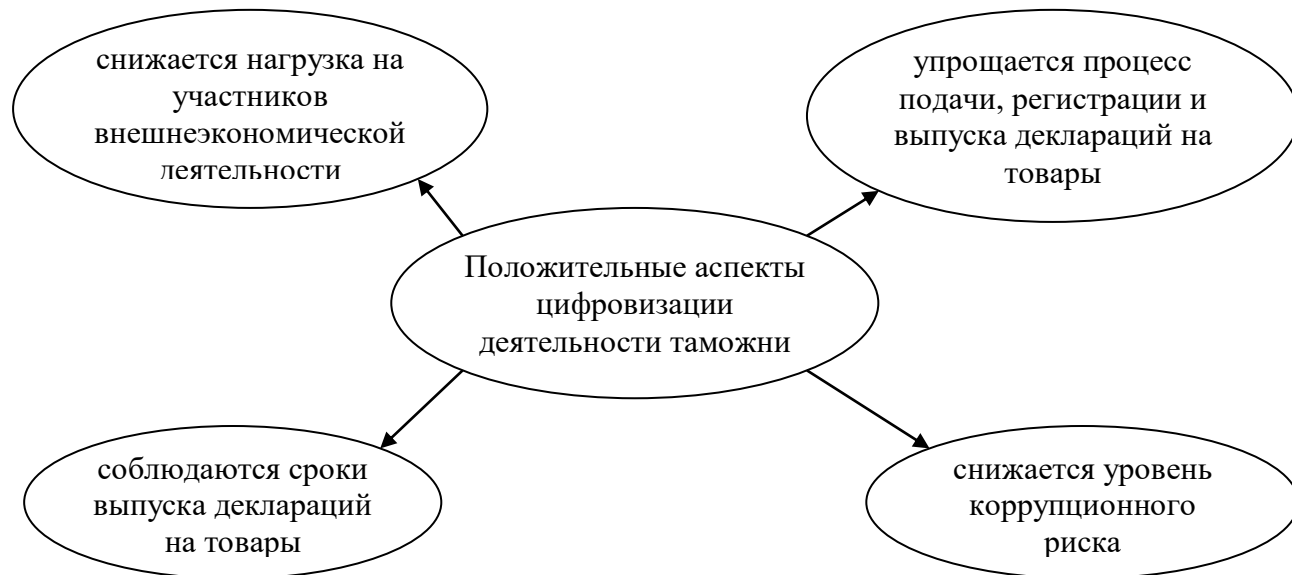


Рисунок 3.6 – Основные российские продукты, конкурентоспособные за рубежом
[составлено автором по 52, 54]

Сегодня в электронных таможнях используются такие технологии, как: электронное декларирование, удаленный выпуск товаров, предварительное

информирование, технология информационного взаимодействия между владельцами складов временного и таможенными постами, автоматическая регистрация и выпуск деклараций, также проводятся совместные работы по применению новых технологий, обеспечивающих интеграцию информационных систем Федеральной таможенной службы и Федеральной налоговой службы Российской Федерации.

В 2018 г. в рамках создания единой сети электронных таможен и центров электронного декларирования созданы и начали функционировать Приволжская, Уральская и Северо-Кавказская электронные таможни, в центрах электронного декларирования которых сконцентрировано декларирование товаров в регионах деятельности Приволжского, Уральского и Северо-Кавказского таможенных управлений соответственно. Проведенная ФТС России работа позволила обеспечить достижение в 2018 г. следующих значений ключевых показателей:

- доля электронных деклараций на товары, зарегистрированных в центрах электронного декларирования, составила 33,6 % (плановое значение – 30 %);

- доля автоматически зарегистрированных электронных деклараций на экспортируемые товары составила 82,8 % и на импортируемые товары – 36,2 % (плановые значения – 60 и 30 % соответственно);

- доля автоматически выпущенных электронных деклараций, поданных участниками внешнеэкономической деятельности низкого уровня риска, на экспортируемые товары составила 46,9 % и на импортируемые товары – 26,6 % (плановые значения – 40 и 25 % соответственно);

- доля таможенных и иных платежей, уплачиваемых с применением лицевого счета юридических лиц, открытых в едином информационном ресурсе ФТС России, составила 74,27 % (плановое значение – 50 %) [12].

Развитие всех форматов торговли и конкуренции становится предметом внимания для государственной власти, курирующей деятельность участников ВЭД. В настоящее время ВЭД находится на передовых рубежах цифровой трансформации, в нем находят применение новейшие технологии машинного обучения, робототехники и искусственного интеллекта. Стоит заметить, что

инициатором многих цифровых проектов, нацеленных на повышение прозрачности работы бизнеса и борьбу с нелегальным оборотом товаров, стало государство.

Важным шагом на пути к цифровизации ВЭД стало внедрение системы «Честный знак». Алгоритм цифровой маркировки представлен следующим образом: производитель наносит цифровой код на товар, система фиксирует весь путь товара по логистической цепи, в магазине код сканируют дважды – перед тем, как разместить на полке, и на кассе. Благодаря встроенному в онлайн-каассу фискальному накопителю и постоянной связи с системой «Честный знак» нелегальный товар не будет продан. Также происхождение товаров может проверить каждый человек, у которого на смартфоне установлено мобильное приложение «Честный знак». Оно доступно в магазинах *App Store* и *Google Play*. Таким образом, цифровая маркировка поспособствовала бизнесу повысить производительность, совершенствовать логистические схемы, нарастить долю рынка и в конечном счете увеличить выручку. Благодаря внедрению системы маркировки легальный бизнес получает защиту от контрафакта, а его честное имя на рынке ограждено от репутационных потерь, связанных с некачественной продукцией, реализуемой под его брендом [59].

Современные цифровые технологии расширяют возможности для международной торговли – онлайн-магазины позволяют потребителям легко приобретать товары со всех концов света. Однако цифровизация международных рынков ставит вопрос о необходимости вмешательства государства, причем и национальное, и глобальное регулирование еще только формируется. Вопросы барьерности регулирования сферы цифровой экономики – предмет острых международных дискуссий. Одни страны, например Россия и Китай, считают необходимым для достижения национальных целей, информационной безопасности, в частности, ввести ограничения в сфере передачи и хранения данных; другие, в первую очередь США, называют подобную позицию торговым протекционизмом.

Действительно, регулирование в цифровой среде часто оказывается достаточно обременительным. Примером может служить китайский проект

«Золотой щит» (*Great Firewall*), позволяющий блокировать иностранные СМИ и цифровые платформы (около 10 % из 1000 наиболее популярных глобальных онлайн-сервисов недоступно на территории Китая). На практике при введении той или иной нормы (пример – требование к ИТ-компаниям раскрывать исходные коды при выходе на национальные рынки) регуляторам часто приходится делать выбор между интересами национальной безопасности и принципом свободы международной торговли [62, с. 1431].

Россия не является исключением. Однако, согласно оценкам Всероссийская академия внешней торговли (ВАВТ) Министерства экономического развития, требования российского законодательства в цифровой сфере, включая регулирование взаимодействия с операторами связи, правила трансграничной передачи данных, вопросы защиты прав интеллектуальной собственности и регулирование электронных транзакций, не являются более обременительными, чем в большинстве стран ОЭСР.

В ряде случаев можно говорить о том, что в других странах, в том числе членах ОЭСР, существуют барьеры, отсутствующие в России. В качестве примеров можно привести ограничения на онлайн-рекламу, требования обеспечить коммерческое или локальное присутствие, а также требования для получения национального доменного имени. Требования, связанные с необходимостью обеспечить физическое присутствие в стране, чтобы получить национальное доменное имя, существуют во многих странах, включая Японию, Республику Корея, США, Австралию, Турцию, Бразилию и Аргентину.

Подобные барьеры на зарубежных рынках препятствуют расширению российского экспорта. Если принять общий уровень нетарифных ограничений в отношении российских товаров и услуг, которые сегодня действуют на зарубежных рынках, за 100 %, то в случае устранения рассмотренных выше ограничений снижение нетарифных барьеров в транспортных, строительных, страховых и информационно-коммуникационных услугах, поездках и услугах по переработке товаров может достигнуть от 25 до 40 %.

С другой стороны, требования о локализации данных, применяемые в России и других странах, означают для российских компаний дополнительные ограничения на импорт услуг в целом ряде секторов, включая страховые и финансовые услуги, плату за пользование интеллектуальной собственностью. В России, в зависимости от сектора, верхняя граница локализационных барьеров составляет от 10,8 % до 44,4 % от общего уровня нетарифных ограничений в торговле услугами. Аналогичные ограничения в странах – партнерах российских поставщиков в разных секторах могут достигать от 14,2 % до 38,4 % [37, с. 435].

Оборотной стороной снижения нетарифных барьеров в условиях распространения цифровых технологий может стать чрезмерный эффект масштаба, когда «победитель получает все». Это значит, что в случае снижения нетарифных барьеров первоначальное усиление конкуренции и выигрыши потребителей могут закончиться быстрым сокращением числа поставщиков и монополизацией рынков. В частности, сейчас серьезные опасения вызывает доминирующее положение на рынке таких технологических гигантов, как «Амазон», «Алибаба», «Гугл».

Многие правительства уже обращаются к инструментам антимонопольной политики, чтобы решить проблему злоупотребления рыночной силой и обеспечить равные условия для небольших фирм, а также стимулировать развитие отечественных компаний [53].

В целом стремительный рост цифровых технологий заставляет весь бизнес (а особенно – крупных лидеров в традиционных секторах задумываться о траекториях дальнейшего развития. В 2018 г. *Forbes* опросил руководителей наиболее успешных компаний, чья прибыль благодаря цифровой трансформации выросла на 7 % и более. У этих компаний обнаружилась одна общая характеристика: все они определили цели и преимущества от внедрения новых технологий и системно реализуют намеченную стратегию (несмотря на длительный период возврата инвестиций). Такой подход принято называть зрелостью цифровизации, но абсолютное большинство компаний – как в России, так и за рубежом – этой зрелостью сегодня не обладают.

Однако России пока не удастся полностью реализовать свой потенциал и догнать мировых лидеров. Причины можно найти все в тех же зонах конкурентоспособности, которые помогают развиваться азиатским финансовым центрам. В стране есть проблемы с инфраструктурой, развитием человеческого капитала, доступностью финансового капитала и т.д. Цифровизация позволит России совершить долгожданный рывок, в том числе во внешней торговле. К счастью, процесс не нужно начинать с нуля: достаточно опереться на опыт регионов и компаний, которые уже прошли этот путь.

3.3 Проблемы и перспективы цифровизации внешней торговли России

Современные компании онлайн-торговли стараются привлечь большее число клиентов по всему миру, оптимизировать процесс поставки товаров и смогут в ближайшем будущем использовать для этого следующие цифровые технологии (рисунок 3.7).

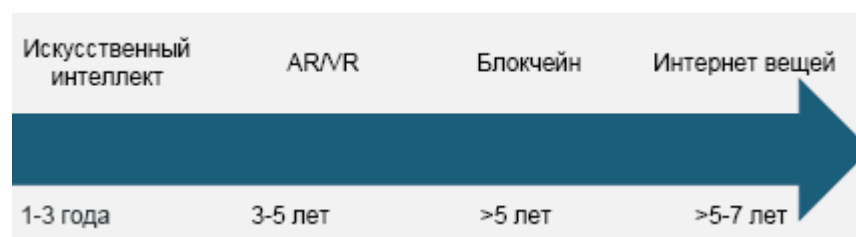


Рисунок 3.7 – Прогноз внедрения новых технологий в российском онлайн-экспорте [10]

Так искусственный интеллект может применяться в маркетинге, категорийном менеджменте, ценообразовании и логистике. AR/VR (виртуальная реальность) может использоваться в маркетинге, проектировании помещений, продажах и управлении персоналом. Блокчейн технологии позволят контролировать цепочки поставок, регулировать хранение и передачу информации, осуществлять гарантии качества товаров. А Интернет вещей позволит осуществлять персонализацию предложений, оптимизировать логистику и хранение товаров. Все

это позволит значительно улучшить экспортные возможности российской Интернет-торговли (рисунок 3.8).

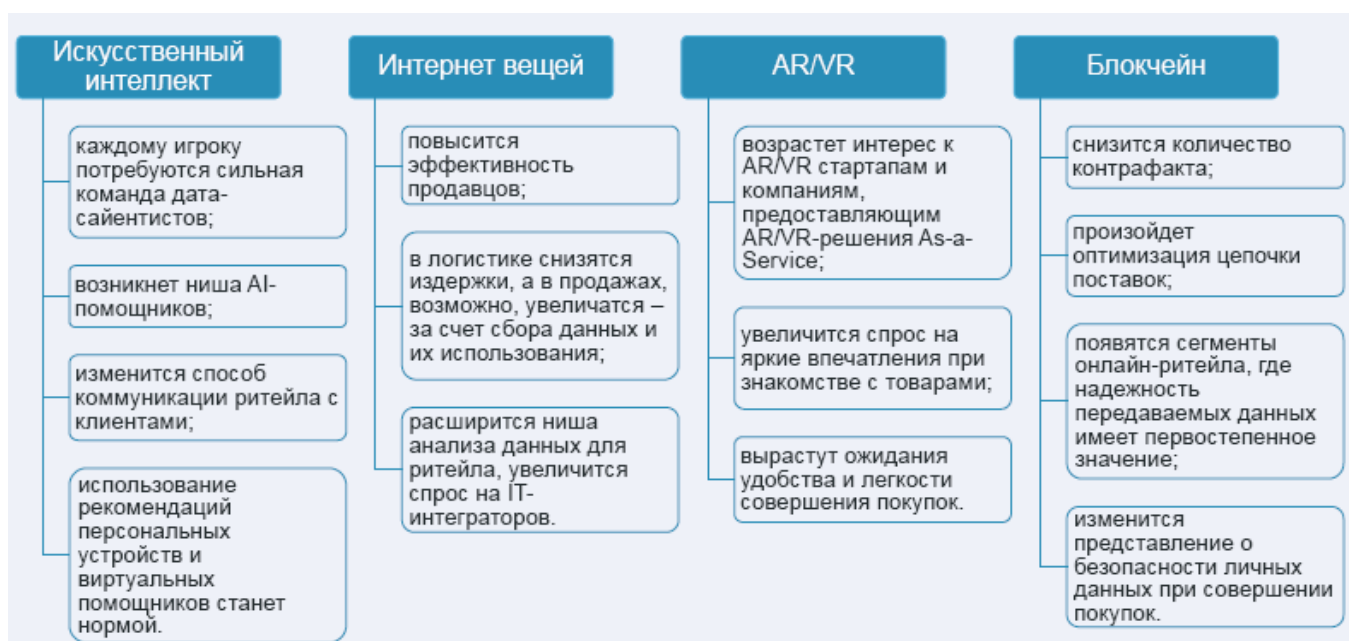


Рисунок 3.8 – Изменения в Интернет-торговле с внедрением технологий [10]

В настоящее время в экономике используется система блокчейн. Блокчейн происходит от англ. *blockchain*, что дословно означает «цепочка блоков». Иными словами – это база данных, которая в прямом смысле этого слова представляет собой непрерывную цепь из блоков и хранится одновременно на множестве компьютеров. Новые блоки в этой базе-цепочке создаются постоянно. Каждый вновь созданный блок содержит группу накопившихся за последнее время и упорядоченных записей (транзакций), а также заголовок. Основными принципами системы блокчейн являются: безопасность, распределенное хранение, открытость, взаимодействие без посредников.

Новые технологии могут серьезно повлиять на международную торговлю по ряду причин: во-первых, многие компании начинают принимать платежи в биткойне (и других виртуальных валютах) по всему миру; во-вторых, технологии блокчейн могут обеспечить значительную экономию средств, в-третьих, возможное применение блокчейна в различных сферах будет расширяться, в-четвертых, вместо

бумажных контрактов некоторые компании начали использовать «умные контракты».

Одним из первых государств, внедряющих блокчейн в деятельность государственных органов, в частности таможенных, является США. Специальная группа при правительстве США продемонстрировала 14 вариантов использования технологии в таможенной сфере. Среди них можно выделить сбор и отслеживание данных от государственных агентств-партнеров, таких как: лицензии, разрешения, свидетельства о происхождении и соглашения о свободной торговле, товарные качества, таможенные лицензии. Кроме этого американские участники ВЭД реализуют совместные проекты с иностранными компаниями. Датская судоходная компания *Maersk* завершила испытания своего первого проекта на блокчейне, целью которого являлось упрощение алгоритма международной доставки грузов.

Так, *Maersk* и американская компания по поставке аппаратного и программного обеспечения *IBM* объявили о совместном проекте по созданию цифрового решения для глобальной торговли. Смысл заключается в том, чтобы упростить процесс документооборота при контейнерных перевозках, переместив его в Интернет благодаря использованию технологии блокчейн. Блокчейн-решение для транспортного бизнеса было запущено в 2017 г. Оно функционирует на базе открытой платформы *Linux Foundation Hyperledger Fabric*. Таможенные органы при этом имеют возможность видеть груз в онлайн-режиме и владеют более качественной информацией для оценки рисков и принятия решения о проведении дополнительного таможенного контроля. Каждый участник цепочки поставки видит перемещение груза на каждом этапе и понимает местонахождение контейнера в данный момент. Участники процесса могут также видеть статус таможенных документов, коносаменты и иные данные [5, с. 41].

С технологией блокчейн неразрывно связана и другая технология – Смарт-контракт. Она представляет собой компьютерную программу, выполняющую операцию в зависимости от действий другого объекта без вмешательства человека. Для участников ВЭД важно, что смарт-контракты могут следить за выполнением условий транспортировки, хранения и использования товаров в цепи поставок. При

составлении обычного договора, юрист стремится снизить все возможные риски неисполнения обязательств одной из сторон, тогда как умные контракты делают все автоматически. Смарт-контракт нельзя не исполнить или исполнить ненадлежащим образом, поскольку за всем следят математические алгоритмы. Таким образом, ни продавцу, ни покупателю не нужно оговаривать риски, а работу по их минимизации, выполняемую юристами и финансистами, возьмет на себя нейтральный счет. Покупатель зачисляет на него деньги, а смарт-контракт переводит их на счет продавца только после прибытия груза или выполнения другого условия. Кроме того, процесс реализации смарт-контракта открыт для всех участников блокчейна, в том числе и таможенных органов [7, с. 8].

Другая технология, которая неразрывно связана со смарт-контрактом и блокчейн – технология обработки больших массивов данных, которые называются «*Big Data*» («Большие данные»). Открытие баз данных корпораций и правительств способствуют значительному толчку мировой экономике. Мировая экономика только начинает работать с большими постоянными потоками данных. Анализ различной информации дает возможность найти и исправить рыночные аномалии, создать новые продукты и услуги и повысить качество корпоративного и государственного управления. Так, «Сбербанк» уже давно использует в своей деятельности Систему анализа фотоизображений (САФИ), основанную на «*Big data*». Это система, которая анализирует фотографии для идентификации клиентов банка и предотвращает мошенничество. Система была внедрена ещё в 2014 г., в основе системы – сравнение фотографий из базы, которые попадают туда с веб-камер на стойках благодаря компьютерному зрению. Основа системы – биометрическая платформа. Благодаря этому, случаи мошенничества уменьшились в 10 раз [16, с. 227].

Российские банки, осуществляющие международные расчеты активно проводят цифровизацию своей деятельности. В 2017 г. сразу несколько российских банков заявили об успешной реализации пилотных проектов по использованию цифровых технологий для торгового финансирования. Уже появились проекты по внедрению цифровых технологий в процесс осуществления документарных и

гарантийных операций. Например, Внешэкономбанк, Банк ВТБ, Райффайзенбанк, Сбербанк активно работают в digital-направлении.

Эти проекты используют технологии распределенных реестров при проведении сделок торгового финансирования, что вызывает большой интерес как у представителей банковского сообщества, так и у компаний, предприятий и организаций. Но развитию цифровизации в этом секторе банковской индустрии препятствуют такие проблемы, как несоответствие российской нормативно-правовой базы потребностям использования цифровых инструментов торгового финансирования на базе технологии блокчейн, ограниченное признание статуса электронных документов, неоднозначность законодательства в области криптографии, сложности трансграничного электронного документооборота, инертность банковских специалистов в вопросах перехода к цифровым технологиям.

Кроме того, сфера применения банковской гарантии в России как способа обеспечения обязательств за последнее десятилетие существенно расширилась. Если раньше этот инструмент преимущественно применялся в международных сделках российских компаний и банков, то теперь они все чаще используют его между собой не только как гарантию выполнения контрактных обязательств, но и в качестве обязательств перед таможенными и налоговыми органами, в области закупок [11, с. 375].

Более активное использование гарантий приводит к увеличению споров между участниками сделок, и, как показывает практика, причиной тому – неоднозначное толкование различных формулировок гарантийных обязательств.

Чтобы в дальнейшем по возможности этого избежать, в России проделана большая работа по стандартизации текстов гарантий, в результате которой были разработаны и рекомендованы российскому банковскому сообществу типовые формы гарантий исполнения, возврата аванса, платежа, гарантий на гарантийный период и гарантий в обеспечение заявок на участие в закупке/тендере/конкурсе. Использование типовых форм гарантий позволит существенно сократить споры, связанные с толкованием текстов гарантий, и случаи вынесения таких споров на

рассмотрение судебных и арбитражных органов. Тот факт, что при создании типовых форм был обобщен накопленный опыт выставления гарантий в стандартных форматах системы *SWIFT*, поможет в будущем банкам и их клиентам оптимально структурировать тексты электронных гарантий в процессе цифровизации гарантийных операций [9].

В целом проблемы и их решения можно показать следующим образом (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Проблемы развития цифровизации международной торговли [составлено автором]

Проблемы	Пути решения
Несоответствие регулирования новым условиям	Разработка международных правил электронной торговли
Монополизм в цифровой торговле	Цифровизация логистики
Неготовность значительной части бизнеса к использованию цифровых инструментов	Создание новых цифровых инструментов для международной коммерции

Несоответствие регулирования новым условиям наблюдается в разрушении традиционной регуляторной рамки со стороны государств, вступивших в конфликт с новой цифровой моделью торговли. Одна из проблем, которая точно пока никак не решена и требует серьезного регулирования, – это безопасность продукции, которая покупается по интернет-торговле, потому что она не подпадает под техническое регулирование. Также, одним из ограничений экспорта, в данном случае российских товаров, за рубеж является сложная технология возврата НДС при розничных отправлениях. Здесь основной путь, по которому можно идти – это как можно более качественная и плотная ИТ-интеграция между федеральной таможенной службой, налоговой службой, что позволит в автоматическом режиме осуществлять возврат НДС [1, с. 35].

Сейчас наблюдается огромный монополизм, причем монополизм в глобальном масштабе. 1 % технологичных компаний самых больших занимает больше 50 % оборота. Основными игроками в области электронной торговли являются не государства, а крупные цифровые экосистемы, такие как «Алибаба»,

«Амазон», и именно они формируют правила игры, работая на опережение, и скорее там государство находится в роли догоняющего.

Неготовность значительной части бизнеса к использованию цифровых инструментов. Только 17 % компаний готовы внедрять какие-то онлайн-продвижения как раз в *B2B* рынке, а 83 % по состоянию на весну 2020 г. оценивают *IT*-сферу как инструмент исключительно специалистов сегмента *IT* и ничего более.

Разработка международных правил электронной торговли – одно из решений проблемы регулирования. Основная задача регулирования – определить разумные правила присутствия глобальных игроков на российском рынке – взаимодействие с национальными финансовыми институтами, с национальной финансовой системой глобальных игроков и глобальных платформ, взаимодействие с национальными логистами, с транспортной системой и, конечно же, с производителями продукции. Самой правильной площадкой международного регулирования цифровизации торговли является Всемирная торговая организация, которая должна максимально быстро выдать тот пакет правил регулирования интернет-торговли с терминологией, с теми ключевыми моментами, которые, как в части торговли товарами традиционными в пакете соглашений ВТО, многие годы служили базисом для международной торговли [2, с. 76].

Логистика в условиях цифровизации уже не должна быть просто логистикой. Это должно быть платформенное решение, которое должно совмещать и физические сервисы, и соответствующие обмены данными, электронное взаимодействие. Доля логистической составляющей в себестоимости продукции, например, в АПК, в продукции среднего передела может достигать 25 %, то есть имеется очень большой потенциал для того, чтобы сократить эту долю и в том числе за счет цифровизации.

С приходом различных интернет-ритейлеров и увеличением объема продаж, спрос на стандартные складские операции снижается в сторону фулфиллмент-операторов, предоставляющих комплекс логистических услуг, обрабатывающих огромное количество разных форматов, габаритов и температурных режимов.

В условиях трансформации рынка, складская индустрия предлагает новые решения, среди которых: многоуровневые мезонины, сборка с весовым контролем, конвейеры, роботизированные линии, IT-продукты [24, с. 52].

Значительно снизить стоимость и сроки последней мили позволит развитие рынка ПВЗ и постаматов, а также складская сеть, находящаяся в черте города и имеющая доступ к основным транспортным магистралям.

Темп роста электронной торговли в России опережают общемировые. Появляются новые онлайн-ритейлеры, готовые инвестировать в создание экосистемы логистики. Изменение требований к логистическим компаниям подтолкнут к смене формата и появлению новых концепций (рисунок 3.9).



Рисунок 3.9 – Система электронной торговли в России [51]

Повышение спроса аккумулирует ввод новых качественных складских площадей. Развитие системы местных складов позволит существенно сократить время доставки товара.

При этом тенденция на развитие рынка ПВЗ и постаматов будет продолжаться. Это значительно снизит стоимость последней мили в среднесрочной перспективе.

За три года на рынок Санкт-Петербурга вышло порядка 250 тыс. кв. м складских площадей при ежегодном поглощении в 150 тыс. кв.м. Дефицит качественных складских площадей привел к ранним переговорам на строящиеся объекты и вводом с высоким процентом заполняемости. Ожидается бурный рост девелоперской активности в 2020–2021 гг. Новый ввод складских площадей приведет к нормализации арендной ставки, что повысит привлекательность рынка Санкт-Петербурга со стороны онлайн-ритейлеров.

Создание новых цифровых инструментов для международной коммерции включает площадки организации международной торговли. Сейчас на площадке Сбербанка 32 тыс. зарегистрированных клиентов, и 500 уже компаний участвуют в экспортном акселераторе. Площадка может полностью вывести компанию от нуля до экспорта в новые страны или развития своей товарной номенклатуры. Так в 2019 г. общий объем сбыта товара из России в Китай вырос на 17 % и составил 400 млн китайских юаней. За последние несколько лет онлайн-торговля в Китае развивается большими темпами, и, безусловно, в этом процессе Китай использует искусственный интеллект и новые технологии в онлайн-торговле. С помощью цифровых методов по сбору информации они максимально понимают, что хотят потребители, заказчики [58].

Таким образом, сформировавшееся сейчас цифровое регулирование действительно ставит барьеры для развития международной торговли, однако они часто обоснованы наличием рисков национальной безопасности и ограниченными возможностями становления и развития отечественных отраслей цифровых услуг в условиях доминирующего положения технологических гигантов. Дополнительное открытие рынков возможно лишь по мере принятия коллективных усилий по формированию международных правил, способных в том числе обеспечить конкуренцию на национальных и международных рынках.

Заключение

Появившаяся в начале 90-х гг. прошлого века «всемирная паутина» менее чем за 25 лет стала основным медиа-ресурсом всего мира. Интернет занял важное место в торговле, и, если еще 5–10 лет назад торговые предприятия относились к сфере интернет торговли с определенной долей скептицизма, то сейчас даже самые крупные торговые компании не могут абстрагироваться от развития интернет магазинов. Более того, за последние три-четыре года стало очевидно, что Интернет-торговля – путь в будущее, тогда, как игнорирование последней – путь к провалу и банкротству. Хотя бы тот факт, что абсолютное большинство торговых предприятий создали и развивают интернет магазины, говорит о многом.

Без принятия соответствующих мер огромный разрыв между странами со слабым развитием Интернет-связи и странами с весьма высоким уровнем цифровизации будет лишь увеличиваться так же, как и существующее неравенство. Цифровой разрыв, различная степень готовности стран и высокая концентрация рыночного влияния в цифровой экономике указывают на необходимость в принятии новых стратегий и регулирующих положений, способствующих более справедливому распределению выгод от происходящего процесса преобразований под влиянием цифровых технологий. Это будет сделать непросто.

Цифровизация по-разному сказывается на отдельных странах, и правительствам требуется пространство для маневра в своих действиях, с тем чтобы регулировать цифровую экономику в интересах достижения широкого круга обоснованных целей государственной политики. Управление цифровыми данными и их регулирование является трудной задачей, поскольку они затрагивают такие сферы, как права человека, торговля, создание экономической стоимости и получение выгод, соблюдение законодательства и обеспечение национальной безопасности. Разработать политику, которая бы учитывала все эти разнообразные аспекты, сложно, но без этого не обойтись. Кроме того, чтобы обеспечить эффективное распределение выгод и устранить негативные последствия

цифровизации, потребуются дополнительные меры социальной защиты, а также более активные усилия, направленные на переподготовку работников.

В то же время ряд стратегических задач можно более эффективно решить на региональном или международном уровне. Это относится, например, к вопросам, касающимся защиты и безопасности данных, трансграничных потоков данных, конкуренции, налогообложения и торговли. Поиск подходящих решений требует более широкого международного сотрудничества и проведения диалога по ключевым вопросам при всестороннем участии развивающихся стран. Любое согласованное решение должно предусматривать значительные гибкие возможности, с тем, чтобы обеспечить участие всех стран.

С учетом сетевых эффектов и тенденции к концентрации рынка в цифровой экономике более важная роль в процессе создания стоимости и получения выгод должна отводиться политике в области конкуренции. Существующие механизмы необходимо ориентировать на формирование конкурентных и состязательных рынков в цифровую эпоху. В настоящее время в антимонопольном регулировании преобладает подход, основанный на оценке ущерба, наносимого потребителям в результате повышения цен. Он должен носить более широкий характер, охватывая, например, вопросы, касающиеся неприкосновенности частной жизни потребителей, защиты персональных данных, свободы выбора потребителей, структуры рынка, издержек, связанных со сменой провайдера услуг, и методов, используемых компаниями для удержания клиентов. Кроме того, необходимо также разработать и реализовывать соответствующие стратегии в области конкуренции на региональном и глобальном уровнях.

Существуют различные способы, позволяющие повысить эффективность применения законодательства о конкуренции по отношению к господствующим на рынке цифровым компаниям, например путем точного определения соответствующего рынка, оценки возможного злоупотребления влиянием на рынке и совершенствования механизмов контроля за слияниями компаний. Если провести параллель между предоставляемыми цифровыми услугами и коммунальными услугами, то соответствующие регулирующие положения следует рассматривать в

качестве инструмента, призванного обеспечить открытый и справедливый доступ для всех предприятий. Независимо от выбранного варианта развивающимся странам следует укрепить свои механизмы для реализации на практике своей политики в области конкуренции. Усилия, предпринимаемые на региональном и глобальном уровнях, могут оказаться более эффективными в борьбе со злоупотреблениями и в осуществлении контроля за слияниями, а также в обеспечении доступа к крупнейшим платформам для местных и региональных компаний на справедливых условиях.

Существует ряд проблем для измерения международной торговли в условиях цифровой экономики:

1 Даже если в традиционной торговой статистике по торговле товарами учитывается много транзакций, которые были реализованы с применением цифровых технологий, они не дифференцируются в зависимости от того, были ли они цифровыми или нет. Это усложняет возможности измерения торговли в условиях цифровой экономики.

2 В сфере услуг измерение трансграничных транзакций всегда было более сложным, но для цифровой торговли проблема усугубляется необходимостью определения тех услуг, которые имеют цифровую поддержку, а также тех, которые поставляются в цифровой форме. Рост 3D-печати создает аналогичные проблемы для цифрового создания товаров.

3 Не существует классификаций товаров и услуг, нацеленных на идентификацию «цифровых» продуктов (например, товаров и услуг ИКТ, услуг с использованием ИКТ, торговли идеями и т. д.). Ожидается, что такие классификации могут быть разработаны ОЭСР.

4 ОЭСР не хватает официальных источников для статистики по странам за пределами ЕС, однако для анализа в исследованиях ОЭСР также используются данные опросов частного сектора, полученные с помощью «Гулг Баромерт» 2014/15, а также с помощью опроса «Будущее бизнеса», который разработан «Фейсбук» в сотрудничестве с ОЭСР и Всемирным банком и нацелен на предприятия со страницей в «Фейсбук». Обследование «Будущее бизнеса» в

настоящее время охватывает 42 страны, как развитые, так и развивающиеся страны, и, следовательно, имеет более широкий географический охват, чем большинство официальных статистических данных по электронной торговле.

Цифровая трансформация существенно влияет на саму международную торговлю (развитие электронной коммерции, рост торговли услугами, усиление роли трансграничных потоков данных и их роли в экономике, развитие 3D-печати, укрепление роли цифровых посредников (онлайн-платформ), новые модели бизнеса), а также на подходы к ее измерению.

Несмотря на все преимущества и перспективы цифровых технологий, они имеют и существенный ряд проблем. Первая из них – стоимостной аспект. Применение и внедрение технологии блокчейн довольно затратно, в связи с чем вопрос привлечения денежных средств является наиболее острым как для участника ВЭД, так и для государства. Вторая проблема носит технический характер. Сети на основе блокчейна медленны, в связи с этим необходима разработка и поиск новых технических решений для применения этой технологии.

Дискутировать по данному вопросу можно довольно много и долго, и стоит отметить, что любые информационные сервисы будут взаимодействовать с государственными органами и это правильно: это позволит вывести конкуренцию на честный уровень и уйти от серых оптимизационных схем. Корректировка бизнес-процессов, совершенствование схем импорта/экспорта продукции с учетом развития цифровых технологий должно стать приоритетным направлением деятельности участников ВЭД.

Список использованных источников

- 1 Алексеенко, О. А. БРИКС в цифровой экономике: перспективные направления взаимодействия и пути их реализации // О. А. Алексеенко // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. – 2018. – № 5. – С. 34–46.
- 2 Архипов, М. Ю. Сопоставление и классификация экономик мира по уровню развития электронной коммерции // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. Гуманитарные и общественные науки. – 2019. – № 3 (96). – С. 75–86.
- 3 Бабаева, Д. Р. Совершенствование методов регулирования Интернет-торговли как перспективной формы развития внешней торговли России / Д. Р. Бабаева, С. А. Иразиханова // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2019. – № 4 (102). – С. 98–103.
- 4 Барышникова, Н. А. Мировое сельское хозяйство в условиях цифровой трансформации потенциал достижения глобальной продовольственной безопасности / Н. А. Барышникова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 5 (79). – С. 28–33.
- 5 Башарова, Э. И. Цифровизация логистических процессов на основе опыта компаний MAERSK и IBM / Э. И. Башарова, М. П. Веселова, И. Ю. Татаева // Modern Science. – 2019. – № 11-2. – С. 40–44.
- 6 Безделов, С. А. Финансовая цифровизация для стимулирования регионального развития и смягчения санкционных рисков / С. А. Безделов // Федерализм. – 2018. – № 2 (90). – С. 129–140.
- 7 Бирюкова, О. В. Когда сотрудничество складывается: глобальное управление цифровой торговлей / О. В. Бирюкова, А. В. Данильцева // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2019. – Т. 14, № 1. – С. 7–20.
- 8 Журавлева Т. А. Технологии нового поколения и их использование в международной торговле / Т. А. Журавлева, Ф. С. Извеков, А. А. Носовец //

Научные исследования молодых ученых: сборник статей Международной научно-практической конференции. – М.: МГПУ, 2020. – С. 175–177.

9 Зеленов, А. Инновационные технологии – новый вектор развития торгового финансирования/ А. Зеленов // Международные банковские операции. – 2018. – № 2 (68). – URL: http://www.reglament.net/bank/mbo/2018_2/get_article.htm?id=5693 (дата обращения: 26.05.2020).

10 Интернет-торговля в России 2019 г. – URL: http://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce2019.pdf (дата обращения: 7.05.2020).

11 Иншакова, А. О. Коносамент в правовом обеспечении внешнеторговой деятельности: от личной выписки до электронного криптокода / А. О. Иншаков, А. И. Гончаров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Юридические науки. – 2019. – Т. 23, № 3. – С. 375–393.

12 Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России в 2018 г. – URL: http://customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=27216:-2018-&catid=475:2015-03-12-09-57-15&Itemid=2588 – (дата обращения: 3.05.2020).

13 Как в одной отдельно взятой стране построить цифровую систему документооборота для внешнеторговой деятельности? – URL: <http://www.iccwbo.ru/blog/2019/kak-v-odnoy-otdelno-vzyatoy-strane-postroit-tsifro/> (дата обращения: 29.04.2020).

14 Кириллов, В. Н. Траектория устойчивого развития или очередная разбалансировка механизмов мировой экономики / В. Н. Кириллов, Е. Н. Смирнов // Вестник МГИМО Университета. – 2019. – Т. 12, № 5. – С. 64–90.

15 Киртон, Д. Д. Повестка дня «Группы Двадцати» в области цифровизации / Д. Д. Киртон, Б. Уоррен // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2018. – Т. 13, № 2. – С. 17–47.

16 Козак, А. А. Цифровизация торговли в условиях обеспечения налоговой безопасности / А. А. Козак // Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды: Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Брянск: ФГБОУ ВО «БГИТУ» 2019. – С. 226–232.

17 Королук, Е. В. Международная торговля как форма международных экономических отношений / Е. В. Королук, И. В. Кузнецова. – Ставрополь: Агрус, 2012. – 128 с.

18 Курдова, М. А. Внешняя торговля как основная форма международных экономических отношений / М. А. Курдова, А. А. Юрин // E-Scio. – 2019. – № 4 (31). – С. 432–438.

19 Кухаренко, О. Г. Международная торговля – форма международных экономических отношений / О. Г. Кухаренко // Социально-экономические проблемы современной России : сборник научных трудов преподавателей и магистрантов. – М. : Научный консультант, 2017. – С. 75–81.

20 Луковникова, Н. С. К вопросу о внешней торговле в свете развития международных экономических отношений / Н. С. Луковникова // Экономические отношения. – 2018. – Т. 8, № 2. – С. 139–150.

21 Лю, С. Влияние трансграничного Интернет-бизнеса на гуманитарные обмены между Китаем и Россией в процессе создания экономического пояса Шелкового пути / С. Лю // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2019. – № 1. – С. 78–82.

22 Матвеев, И. Е. Мировое энергетическое хозяйство как традиционная сфера приложения новых технологий / И. Е. Матвеев // Международная торговля и торговая политика. – 2018. – № 4 (16). – С. 90–106.

23 Международная торговля и развитие. – URL: https://unctad.org/meetings/en/SessionalDocuments/a74d221_ru.pdf (дата обращения: 17.05.2020).

24 Минашкин, В. Г. Статистический анализ использования цифровых технологий в организациях : региональный аспект / В. Г. Минашкин, П. Э. Прохоров // Статистика и Экономика. – 2018. – Т. 15, № 5. – С. 51–62.

25 Михневич, С. И. О некоторых тенденциях развития мировой экономики в условиях цифровой глобализации / С. И. Михневич // Торговая политика. – 2019. – № 1 (17). – С. 120–140.

26 Михневич, С. О некоторых тенденциях производства генетически модифицированных культур в контексте цифровых экономических трансформаций / С. Михневич // Аграрная экономика. – 2019. – № 6 (289). – С. 61–69.

27 Мозолева, Н. В. Цифровизация внешнеэкономической деятельности / Н. В. Мозолева // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. – 2017. – № 4 (29). – С. 39–44.

28 Невская, А. А. Развитие электронной торговли в ареале «Большой Евразии»: о возможностях участия России / А. А. Невская, А. В. Кондеев // Российский экономический журнал. – 2019. – № 3. – С. 107–115.

29 Нуреев, Р. М. Три этапа становления цифровой экономики / Р. М. Нуреев, О. В. Карпаев // Новая экономика: институты, инструменты, тренды: Материалы всероссийской научно-практической конференции. – Орел: ОГУ им. И.С. Тургеньева, 2019. – С. 32–46.

30 Нуреев, Р. М. Цифровизация экономики: основные этапы формирования / Р. М. Нуреев, О. В. Карпаев // Социально-экономические и технологические проблемы новой индустриализации как фактора опережающего развития национальной экономики Сборник трудов II Международной научно-практической конференции. – Ярославль: ЯГТУ, 2019. – С. 40–46.

31 Павлов, А. П. Цифровизация таможенной службы российской федерации как способ повышения эффективности ее деятельности / А. П. Павлов, Ю. В. Кузнецова // Global & Regional Research. – 2019. –Т. 1, № 1. – С. 48–54.

32 Павловский, В. А. Развитие международной торговли в условиях цифровизации экономики (на пример технологии Интернета вещей) / В. А. Павловский, Г. А. Лукин // Цифровизация экономики и общества: перспективы, вызовы и компетенции: Сборник научных статей Всероссийской научно-практической конференции. – Самара: СГЭУ, 2019. – С. 510–515.

33 Понаморенко, В. Е. Тенденция развития валютного контроля в России в условиях цифровизации экономики / В. Е. Понаморенко // Юридическая наука. – 2018. – № 2. – С. 151–156.

34 Ревенко, Л. С. Международная практика реализации программ развития цифровой экономики: примеры США, Индии, Китая и ЕС / Л. С. Ревенко, Н. С. Ревенко // Международные процессы. – 2017. – Т. 15, № 4 (51). – С. 20–39.

35 Родионов, П. В погоне за цифрой / П. Родионов. – URL: <https://incrussia.ru/understand/v-pogone-za-tsifroj-kak-biznesu-podgotovitsya-k-didzhital-transformatsii-ranshe-konkurentov/> (дата обращения: 3.05.2020).

36 Розничный экспорт товаров через Интернет, 2019. – URL: <http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI-Ebay-Roznichniy-online-export-2019.pdf> (дата обращения: 23.04.2020).

37 Рытова, Н. С. Прибыльность инноваций в условиях цифровизации мировой экономики / Н. С. Рытова // Евразийский юридический журнал. – 2019. – № 6 (133). – С. 434–436.

38 Сапожникова С. М. Корпоративное управление в Интернет-торговле // С. М. Сапожникова // Наука Красноярья. – 2019. – Т. 8, № 4-3. – С. 91–98.

39 Смирнов Е. Н. Детерминанты развития международной торговли в условиях гиперглобализации и цифровизации / Е. Н. Смирнов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2019. – № 5. – С. 26–40.

40 Смирнов Е. Н. Параметры развития и регулирования международной цифровой торговли на современном этапе / Е. Н. Смирнов // E-Management. – 2019. – Т. 2, № 1. – С. 78–84.

41 Смирнов, Е. Н. Глобальные цифровые платформы как фактор трансформации цифровых рынков / Е. Н. Смирнов // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – Т. 10, № 1. – С. 13–24.

42 Смирнов, Е. Н. Оценка трансформирующего воздействия глобальных цепочек создания стоимости на международную торговлю / Е. Н. Смирнов, С. А. Лукьянов // Управленец. – 2019. – Т. 10, № 3. – С. 36–46.

43 Соколова, О. Ю. Торговая политика государств мира в условиях цифровизации / О. Ю. Соколова, С. В. Захарова, Е. А. Чистякова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2019. – № 2 (76). – С. 42–46.

44 Спартак, А. Н. Последствия цифровой трансформации для международной торговли. Часть 1 / А. Н. Спартак // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 5. – С. 7–23.

45 Спартак, А. Н. Последствия цифровой трансформации для международной торговли. Часть 2 / А. Н. Спартак // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 8. – С. 23–27.

46 Спартак, А. Н. Россия: шансы достойно вписаться в экономику будущего / А. Н. Спартак // Международная экономика. – 2018. – № 12. – С. 28–40.

47 Спартак, А. Н. Среднесрочные и долгосрочные тенденции развития мировой экономики / А. Н. Спартак, Т. А. Воронова // Международная торговля и торговая политика. – 2019. – № 4 (20). – С. 5–30.

48 Спартак, А. Н. Стратегические аспекты российского экспорта / А. Н. Спартак // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – № 12. – С. 7–30.

49 Спартак, А. Н. Четвертая промышленная революция и международная торговля / А. Н. Спартак // Международная торговля и торговая политика. – 2018. – № 2 (14). – С. 5–21.

50 Стрелец, И. А. Цифровизация мировой торговли: масштабы, формы, последствия / И. А. Стрелец, С. В. Чебанов // Мировая экономика и международные отношения. – 2020. – Т. 64, № 1. – С. 15–25.

51 Трушин, В. Глобальное развитие e-commerce/ В. Трушин. – URL: https://rgud.ru/documents/2020-IPG.Research_E-commerce.pdf (дата обращения: 17.05.2020).

52 Фадеева, А. Ю. Информационно-коммуникационные технологии как драйвер развития инвестиционной привлекательности / А. Ю. Фадеева // Экономика в промышленности. – 2017. – Т. 10, № 4. – С. 377–386.

53 Флегонтова, Т. Цифровое ВТО: как регулировать международную онлайн-торговлю / Т. Флегонтова, К. Прока. – URL: <https://www.rbc.ru/opinions/economics/15/10/2019/5da430429a794735daa43c47> (дата обращения: 12.05.2020).

54 Халимон, Е. А. Выявления и анализ факторов, определяющих степень готовности финансового сектора Российской Федерации к процессам цифровизации / Е. А. Халимон, В. Г. Макеева, Ю. Н. Кафиятуллина, Г. П. Харчилава // E-Management. – 2019. – Т. 2, № 4. – С. 74–84.

55 Халин, В. Г. Цифровизация и ее влияние на российскую экономику и общество: преимущества, вызовы, угрозы и риски / В. Г. Халин, Г. В. Чернова // Управленческое консультирование. – 2018. – № 10. – С. 46–63.

56 Халин, В. Г. Цифровизация как фактор развития международной торговли / В. Г. Халин, Г. В. Чернова // Экономическая теория и хозяйственная практика: глобальные вызовы: Материалы международной конференции «Эволюция международной торговой системы: проблемы и перспективы – 2018». – СПб.: СПбГУ, 2019. – С. 14–19.

57 Хархардин, Н. С. Роль цифровизации в международной торговле / Н. С. Хархардин, С. В. Чернобаева // Вызовы цифровой экономики: итоги и новые тренды: Сборник статей II Всероссийской научно-практической конференции. – Брянск: ФГБОУ ВО «БГИТУ» 2019. – С. 609–614.

58 Цифровая трансформация международной торговли: Электронная коммерция и не только. – URL: <https://roscongress.org/news/tsifrovaja-transformatsija-mezhdunarodnoj-torgovli-elektronnaja-kommertsija-i-ne-tolko/> (дата обращения: 27.04.2020).

59 Цифровизация ВЭД. – URL: http://rta.customs.ru/nrta/attachments/4628_Tsifrovizatsia_VED.pdf (дата обращения: 17.04.2020).

60 Чернышева, Н. А. Место международной торговли в современной системе международных экономических отношений / Н. А. Чернышева // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2019. – № 1. – С. 235–237.

61 Чудаева, Э. Б. Роль внешней торговли в системе международных экономических отношений / Э. Б. Чудаева, Н. В. Ошланова, Г. А. Кондышева // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 12 (113). – С. 235–238.

62 Шевченко, И. В. Цифровой инструментарий развития национального и международного бизнеса / И. В. Шевченко. М. С. Коробейникова // Финансы и кредит. – 2019. – Т. 25, № 6 (786). – С. 1420–1443.

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

64 Юрова, Н. В. Цифровизация как фактор развития международной торговли / Н. В. Юрова, В. В. Лукашенко / Беларусь в современном мире: Материалы XVIII Международной научной конференции, посвященной 98-летию образования Белорусского государственного университета. – Минск: Белорусский государственный университет, 2019. – С. 294–297.

65 Якобсон, А. К. Мировые тенденции и особенности развития рынка торговых услуг / А. К. Якобсон // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2019. – № 10-3. – С. 103–111.

66 Bukht, R. Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy / R. Bukht, R Heeks// International Organisations Research Journal. – 2018. – vol. 13, no 2. – pp. 143–172.

67 Digital Economy Report 2019. – URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/der2019_en.pdf (дата обращения: 17.05.2020).

68 Information Economy Report 2017. Digitalization, Trade and Development, UNCTAD, 2017. – URL: https://unctad.org/en/publicationslibrary/ier2017_en.pdf (дата обращения: 17.05.2020).

69 Negroponte N. Being Digital / N. Negroponte. – NY : Knopf, 1995. – URL:<http://inance.ru/2017/09/cifrovaya-ekonomika/>(дата обращения: 10.05.2020).

70 Ragimov, M. A. Digital economy and regulatory legal framework of the digital economy in Russia / M. A. Ragimov // Экономика и социум. – 2018. – № 12 (55). – С. 50–51.

71 Wu M. Overview of Russian and Chinese e-commerce market / M. Wu, O. V. Salnikova // В сборнике: Межкультурная коммуникация в современном мире /

материалы VII Международной научно-практической конференции иностранных студентов. под ред С. М. Васина, А. В. Куц. Пенза, 14 декабря 2018 г. – С. 138–143.

72 Yudina, T. N. Digital segment of the real economy: digital economy in the context of analog economy / T. N. Yudina // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2019. – Т. 12. № 2. – С. 7–18.