

# ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ: РОССИЙСКИЙ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

**Шайдуллина Венера Камилевна**

*К.ю.н., доцент, Финансовый университет при  
Правительстве Российской Федерации (г. Москва)  
VKShajdullina@fa.ru*

## LEGAL REGULATION OF STATE SUPPORT OF EXPORT ACTIVITIES IN THE FIELD OF ELECTRONIC COMMERCE: RUSSIAN AND FOREIGN EXPERIENCE

**V. Shaydullina**

*Summary.* This article has developed proposals for improving the system of state regulation in the field of supporting Russian exports through electronic commerce channels. When developing the recommendations, foreign experience and modern world trends in the field of e-commerce development were taken into account. The proposed activities can be used to support small and medium-sized businesses in Russia, as well as in the development of regional and state e-commerce development strategies. The article was prepared based on the results of studies conducted at the expense of budget funds on the state order of the Financial University under the Government of the Russian Federation.

*Keywords:* government export support, foreign trade, electronic commerce.

*Аннотация.* В настоящей статье разработаны предложения по усовершенствованию системы государственного регулирования в сфере поддержки российского экспорта по каналам электронной торговли. При разработке рекомендаций учитывался иностранный опыт и современные мировые тенденции в сфере развития электронной коммерции. Предлагаемые мероприятия могут использоваться для поддержки субъектов среднего и малого бизнеса в России, а также при разработке региональных и государственных стратегий развития электронной коммерции. Статья подготовлена по результатам исследований, проведенных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансового университета при Правительстве РФ.

*Ключевые слова:* государственная поддержка экспорта, внешняя торговля, электронная торговля.

**В** настоящее время перед Российской Федерацией остро стоит задача по переходу от сырьевой модели экономики к высокотехнологичной, постиндустриальной экономике, в которой преобладает несырьевой экспорт. В качестве катализатора данного процесса выступает электронная коммерция, стремительно развивающаяся во всех странах. Стратегией государства в плане развития электронной торговли должен охватываться широкий спектр отношений, выраженных в электронной форме, осуществляемых на внутреннем (национальном) рынке, а также при совершении трансграничных торговых операций в сегментах оптовой (B2B) и розничной (B2C) торговли. Для реализации данной стратегии должны быть созданы благоприятные технические, организационные и нормативно-правовые условия. Это поспособствует созданию комфортного потребительского климата, формированию конкурентной среды и стимулированию деловой активности субъектов электронной торговли.

В связи с этим, приоритетная задача государства в данном направлении заключается в создании дополнительных рыночных механизмов, способных обеспечивать развитие и рост электронной торговли в РФ с учетом прогнозируемых внутренних и внешних условий, а также эффективное использование ее потенциала и ресурсов. При разработке таких рыночных механизмов необходимо не только опираться на опыт, накопленный иностранными государствами, но и учитывать современные проблемы отечественного сегмента электронной торговли. В настоящей статье будет обобщен иностранный опыт государственного регулирования электронной торговли и разработаны рекомендации по увеличению российского экспорта по интернет-каналам.

В условиях развития цифровых технологий и формирования экономики постиндустриального типа в международной торговле происходят серьезные изменения.

Конкурентные преимущества в международной торговле получают те государства, которые активно используют каналы электронной торговли. Каналы электронной торговли (коммерции) предоставляют возможность продажи и покупки товаров (услуг) путем специально разработанных для размещения и получения заказов методов с использованием компьютерных сетей и ИКТ [1].

Доля продаж в секторе электронной торговли стран-членов ОЭСР составляет сегодня около 18% от общего оборота в данных странах. Значительную долю (около 90% всех торговых операций) занимают коммерческие отношения между предприятиями (сделки в сегменте B2B). При этом доля сектора B2C (отношения между организациями и конечными потребителями) также увеличивается. Лидерами в секторе электронной торговле являются страны Юго-Восточной Азии и Китай. Доля этих стран в соответствующих секторах с 2013 года по 2018 год увеличилась с 28% до 37%. Хорошие результаты и у Соединенных Штатов. В 2016 г. Китай и США в совокупности занимали более 50% доли всего рынка розничной электронной торговли [2]. Аналитики из «Forrester Research» отмечают, что уже в 2020 г. объемы электронной торговли традиционного сегмента B2C во всем мире составят свыше 3 трлн. долл. США, а сегмента B2B — более 6,7 трлн. долл. США.

При этом только американский B2B-рынок, согласно прогнозам, увеличится с 825 млрд. долл. США (в 2018 году) до 1,132 трлн. долл. США (в 2020 году) [3].

На основании анализа иностранного опыта государственного регулирования электронной торговли можно сделать вывод, что во многих странах, находящихся на первых местах в мировых рейтингах, государство принимает меры по оказанию содействия торговым электронным платформам. В этих странах введены налоговые льготы на розничный экспорт, упрощены таможенные процедуры, поощряется работа электронных платежных систем, внедряются инновации в разные сферы. В частности, после ратификации в 2006 году Конвенции ООН об электронных отношениях, Китай серьезно упростил процедуру трансграничной электронной торговли. Китайское правительство выделяет из государственного бюджета средства на поддержание таких электронных сервисов, как WeChat, Alibaba и др. Начиная с 2016 г., в стране реализуется стратегия «Интернет+». Ее основная задача заключается в поддержке экспорта в сфере розничной электронной коммерции.

Южная Корея занимает седьмую строчку в мировом рейтинге по объему рынка электронной коммерции. В 2015 году Южной Кореей было заключено Соглашение о свободном сотрудничестве, в т.ч. в сфере электронной

коммерции, с 14 партнерами, включая страны ЕС и Соединенные Штаты. За 12 месяцев доля экспорта Южной Кореи в указанные страны превысила 67% от общего объема заграничных продаж [2].

В странах ЕС в настоящее время формируется Единый цифровой рынок. К 2020 году в странах ЕС будут устранены оставшиеся препятствия для электронной коммерции. Также будут оптимизированы параметры защиты потребителей и завершено формирование интернет-инфраструктуры. Разработчики плана отмечают, что единый общеевропейский цифровой рынок ежегодно будет приносить в бюджет ЕС свыше 415 млрд. евро дополнительной прибыли.

Лидером в секторе электронной торговли среди стран Европы является Великобритания. Доля экспорта по интернет-каналам в общем объеме оборота розничной торговли достигает 20%. В значительной степени это обусловлено тем, что государство активной поддерживает эту форму экспорта. Электронная коммерция имеет немало преимуществ. Одним из таких преимуществ можно назвать упрощение поиска контрагентов, в связи с чем снижаются издержки экспортных операций (особенно для субъектов среднего и малого бизнеса). Инфраструктура электронных торговых площадок предоставляет организациям больше возможностей для выхода на иностранные рынки. В Великобритании с целью поддержки субъектов среднего и малого бизнеса в сфере онлайн-коммерции созданы международные торговые команды программы UKTI. Они располагаются в 40 местных офисах, оформляют контракты, консультируют экспортеров по вопросам маркетинговых исследований и поиска контрагентов, оказывают иную помощь в поддержке электронного экспорта. Благодаря бесплатной услуге Passport to Export, предоставляемой программой UKTI, экспортеры могут получить оценку собственных возможностей торговли на международном рынке. В рамках оказания данной услуги экспортерам предоставляется помощь в разработке плана действий; проводится обучение (субсидируемое государством). Таким образом, благодаря поддержке опытных консультантов предприятия-экспортеры могут довольно быстро начать работу на иностранных рынках [4].

Итак, сегодня все страны (как развитые, так и страны с растущими рынками) предпринимают меры по развитию внешнеторговых отношений по каналам электронной торговли. Практически в каждом государстве реализуется политика по обеспечению государственной поддержки экспорта услуг и товаров по каналам электронной торговли. На основании анализа современных тенденций и иностранного опыта развития международной электронной коммерции, отметим, что государственная поддержка экспорта по каналам интернет-тор-

говли обладает высокой актуальностью для российских участников внешнеэкономической деятельности.

Электронная коммерция рассматривается в России как инструмент, обеспечивающий потребителям на территории РФ ценовую и физическую доступность всех товаров, производимых в стране и за рубежом.

Аналитики McKinsey оценивают современные объемы цифрового сектора экономики России в 3,9% от ВВП. Величина сектора электронной коммерции оценивается в 3–4% от общего объема розничного товарооборота. Это в два-три 2–3 раза ниже уровня Китая, США и стран ЕС. При этом в 2016 году, несмотря на общий спад объемов розничного товарооборота на 4,6%, интернет-продажи увеличились на 15–20%. Это объясняется либеральными условиями ведения электронной коммерции в РФ. Те же аналитики отмечают, что отрасль электронной коммерции обладает огромным потенциалом, что дает основания рассматривать цифровую экономику как важнейший фактор экономического роста РФ. К 2025 г. она сможет обеспечить около 19–34% прироста ВВП, увеличив его на 4,1–8,9 трлн. руб. в сравнении с текущим уровнем. Роль государства в данном случае заключается в повышении уровня цифровой грамотности населения, «пропаганде инноваций», оказании помощи в финансировании перспективных проектов и в продолжении курса цифровизации государственных услуг.

За последние годы в нашей стране были предприняты определенные шаги по развитию внешнеторгового сегмента интернет-торговли. В январе 2017 года в рамках заседания проектного комитета стратегического развития Российской Федерации был принят план реализации «Системных мер развития международной кооперации и экспорта». Согласно этому плану, Российский экспортный центр (РЭЦ) будет оказывать организациям-экспортерам помощь через представительства в регионах и через интернет. Благодаря этому к 2019 г. планируется вовлечь в экспорт по каналам интернет-торговли свыше 5 тыс. организаций. Также планируется расширить объемы их продаж на иностранных платформах и увеличить объемы экспорта по каналам электронной торговли с 0,6 млн. долл. США (2016 г.) до 60 млн. долл. США (2019 г.), т.е. в сто раз [5]. Но в этом направлении существуют определенные проблемы, решение которых должно стать приоритетной задачей государства при оказании поддержки российского экспорта по каналам интернет-торговли.

В настоящее время наиболее приоритетными направлениями развития российского экспорта по каналам электронной коммерции являются:

1. Упрощение валютного законодательства в области электронной коммерции. Сегодня россий-

ские экспортеры в сфере электронной торговли не могут использовать ретробонусы и взаимозачет требований. Нет у них возможности и зачислять на иностранные счета средства, которые причитаются по экспортным контрактам, так как согласно валютному законодательству России, оплата по внешнеторговым контрактам должна обязательно зачисляться на счета, открытые в российских банках. В странах-членах ОЭСР таких ограничений нет. Поэтому экспортеры из данных стран находятся в более выгодном положении в сравнении с их российскими конкурентами. В целях расширения российского экспорта по каналам интернет-торговли необходимо устранить такие ограничения.

2. Усовершенствование систем логистики. Логистика поставок товаров с помощью электронной коммерции обладает решающим значением в развитии экспортной конкурентоспособности отечественных площадок интернет-торговли. В рамках электронной торговли свыше половины доставок осуществляет Почта России. Чтобы снизить стоимость логистики Почтой России, следует подготовить ряд соглашений по сокращению логистических расходов в торговле с государствами, представляющими наибольший интерес для экспорта в рамках электронной торговли.
3. Налоговое и таможенное регулирование. Больше всего проблем у экспортера возникает в связи с необходимостью соблюдения требований таможенного регулирования государства-покупателя. Как показывает иностранная практика, в целях упрощения процедур розничной экспортной торговли необходимо использовать единые документы ВПС (Всемирный почтовый союз). Сегодня в нашей стране реализуется пилотный проект Почты России и ФТС по экспорту товаров в третьи страны с использованием документов ВПС. Однако этого явно недостаточно. Развитие экспорта по каналам интернет-торговли в России требует обеспечения практической возможности экспорта всех товаров с использованием документов ВПС, а также возврата НДС любым экспортером. Еще одна проблема заключается в указании в декларации кода ТН ВЭД. Необходимо упростить заполнение документов ВПС путем принятия Почтой России правил, согласно которым, экспортерам необходимо будет указывать код ТН ВЭД на уровне первых шести знаков, а не десяти, как это предусмотрено в праве ЕАЭС [6].

В завершение отметим, что с целью поддержки российского экспорта по каналам интернет-торговли государство должно предпринять меры по повышению

прозрачности внешнеэкономических операций. Также должна быть повышена доступность информации о возможностях, которые предоставляет трансграничная электронная торговля. Это возможно путем внедрения автоматизированных и информационно-аналитических систем в сфере услуг, оказываемых субъектам бизнеса, ориентированным на экспорт. В ближайшее время в практику должны быть внедрены автоматизированные системы управления таможенными процедурами. Это способствует повышению прозрачности таможенных процедур и требований, снизит расходы бизнеса на услуги посредников во внешнеэкономической деятельности и сократит затраты времени на оформление таможенных документов.

Таким образом, как показывает иностранная практика, современные международные торговые онлайн-площадки являются низкобюджетным и доступным каналом для выхода на иностранные рынки. Наиболее актуально это для субъектов среднего и малого биз-

неса. С целью стимулирования дальнейшего развития субъектов среднего и малого бизнеса, а также для расширения российского экспорта государству необходимо поддерживать развитие электронной коммерции. Наиболее приоритетные задачи в данной сфере: упрощение идентификации клиентов-нерезидентов с целью обеспечения возможности их обслуживания российскими кредитно-финансовыми учреждениями в рамках дистанционных платежных сервисов (в т.ч. по электронным денежным переводам); упрощение процедуры подтверждения нулевой ставки налога на добавленную стоимость при продаже товаров на экспорт в формате B2C при участии разных логистических операторов; допуск логистических операторов (курьерских служб) к упрощенной экспортной таможенной процедуре. Для достижения перечисленных задач необходимо будет провести определенные мероприятия по упрощению взаиморасчетов по розничной дистанционной торговле между российскими поставщиками и иностранными покупателями.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Petrova G. V. Legal security issues in the formation of a digital economy and a single «digital space industry» EAEU // Международное сотрудничество евразийских государств: политика, экономика, право. 2017. Т. 1. № 10. С. 37–46.
2. Агамагомедова С. А., Трубникова О. Ю. Проблемы правового регулирования трансграничной электронной коммерции // Таможенное дело и внешнеэкономическая деятельность компаний. 2017. № 1 (2). С. 450–464.
3. Безногов М. В., Семеркова Л. Н. Тенденции развития интернет-аудитории покупателей в России // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Экономические науки. 2017. № 2 (6). С. 4–14.
4. Гюльвердиев Р. Б. Тренды кроссбордерной онлайн-торговли: конвергенционно-правовое измерение // Теоретическая и прикладная экономика. 2017. № 4. С. 126–138.
5. Королева О. В. Стратегические направления государственного управления развитием торговли в регионах России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 3. С. 53–60.
6. Матвеева А. Р., Ваславская И. Ю., Хакимова С. Д., Гуничева Е. Л. Государственно-частное партнерство в торговой сфере // Научное обозрение. 2016. № 24. С. 155–157.
7. Сизова А. О. Современные методы борьбы с уклонением от налогообложения в условиях глобализации мировой экономики // Скиф. Вопросы студенческой науки. 2019. Т. 2. № 5 (33). С. 345–350.
8. Топорков Г. С. Перспективы развития электронной торговли на межгосударственном уровне (на примере стран таможенного союза) // Инновации и инвестиции. 2018. № 8. С. 96–99.

© Шайдуллина Венера Камилевна (VKShajdullina@fa.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»