

Крупенский Н.А.¹

Цифровая торговля: текущее состояние и перспективы развития в России и странах — членах ЕАЭС

Рассмотрены основные проблемы развития цифровой торговли в России и странах — членах ЕАЭС, которые необходимо решить для формирования устойчивых условий функционирования их национальных экономик. Представлены успешные практики в данной области, требующие дальнейшего развития. Предложены меры, реализация которых позволит придать дополнительный импульс развитию цифровой торговли в России и странах ЕАЭС.

Ключевые слова: *цифровая торговля, товар, услуга, агрегатор, ЕАЭС, бизнес-модель, информация.*

JEL:F20

doi:10.17323/2499-9415-2020-1-21-15-24

Цифровые технологии активно внедряются в сферу коммерческих операций. Их использование становится важным конкурентным преимуществом, так как принципиально упрощает и ускоряет доступ к потребителям и рынкам, а также открывает новые возможности по кастомизации и внедрению новых видов продукции.

Цифровая торговля – это производство, распределение, маркетинг, продажа или доставка товаров и услуг через электронные каналы. В отличие от узкоспециализированного понятия «интернет-торговля» цифровая торговля включает не только продажу товаров и услуг с помощью сети Интернет, но и взаимодействие через электронные банковские сервисы, информационно-коммуникационные и социальные сети, а также широкий спектр различных бизнес-моделей, формируя вокруг себя торговую экосистему.

В процесс цифровой торговли вовлечено множество участников: цифровые торговые платформы, облачные системы хранения данных и операторы

¹ Крупенский Никита Александрович — кандидат технических наук, ведущий эксперт Института статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: <nkrupensky@hse.ru>.

агрегированных данных, операторы вспомогательных систем (платежных, логистических, складских и т.д.), потребители, коммерческие предприятия, а также государственные органы (таможенные, сертифицирующие, налоговые и прочие контрольно-надзорные органы).

В настоящее время в мире уже обозначен тренд, связанный с оттоком потребителей из традиционной в онлайн-розничную торговлю, а также в специализированные торговые платформы, интегрированные с мобильными приложениями. Если в 2012 г. доля глобальной цифровой торговли составляла 5,4% общего объема розничной торговли, то в 2017 г. этот показатель достиг 9,1%. Учитывая динамику роста, можно предположить, что в 2019 г. был преодолен барьер в 10%.

В Российской Федерации также активно развивается бизнес в сфере цифровой торговли. В 2015–2018 гг. объемы услуг и продукции, реализуемых через цифровую торговлю, увеличились с 760 млрд до 1,6 трлн руб., продемонстрировав рост в 118%. По результатам 2019 г. данная тенденция сохранилась и составила впечатляющие 30%, превысив в итоге 2 трлн руб.

Структура цифровой торговли в России стабильно развивается. В 2015 г. на трансграничную торговлю приходилось 207 млрд руб. (29%), а на внутреннюю торговлю — 540 млрд руб. (71%). К 2018 г. данное соотношение почти не изменилось: объем трансграничной торговли достиг 504 млрд руб. (30,4%), а внутренней — в 1,1 трлн руб. (69,6%). По итогам 2019 г. доля трансграничной торговли увеличилась до 31,2% (680 млрд руб.), а внутренней, напротив, уменьшилась до 68,8% (1,5 трлн руб.).

Номерклатура товаров на трансграничном рынке в 2015–2018 гг. выглядит следующим образом: цифровая и бытовая техника (28,3%), одежда и обувь (33), мебель и товары для дома (7), автозапчасти (7), парфюмерия и косметика (7), спортивные товары (2), продуктами питания (1) и прочие товары (19%).

На локальном рынке в тот же период доля цифровой и бытовой составила 31% (–2 п.п.), одежды и обуви 23 (+1 п.п.), продуктов питания — 7% (+5 п.п.), мебели и товаров 11 (+9 п.п.), автозапчастей и дополнительных аксессуаров 6 (+2 п.п.), парфюмерии и косметики 4% (+1 п.п.), спортивных товаров 1% (–1 п.п.), а доля прочих товаров 17% (–15 п.п.).

Отдельно необходимо отметить, что в указанный период (2015–2018) произошли определенные изменения в способе как доставки товаров, так и осуществления заказов. Если в 2015 г. на Почту России приходилось 51% всех доставок товаров цифровой торговли, то уже к 2018 г. ее доля превысила 70%.

Одновременно наблюдается снижение удельного веса онлайн-заказов в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Ленинградской обла-

сти. Их доля сократилась на 6,3% (до 41%). Напротив, в общей трансграничной цифровой торговле доля регионов страны выросла до 61,2% (+18,2 п.п.), а локальной до 58,4% (+5,7 п.п.)

В способах осуществления заказов произошел плавный переход к использованию мобильных приложений. По сравнению с 2015 г. к 2018 г. число заказов через мобильные приложения выросло до 20% (+10 п.п.), а через компьютеры сократилось с 90 до 80%. Дополнительным фактором роста стало увеличение проникновения сети Интернет в стране. С 2015 по 2018 г. доля жителей России с доступом к сети выросла с 70,4 до 75%. Данная тенденция сохраняется и сегодня, а число пользователей сети Интернет превысило 90 млн человек.

Российские компании сохраняют интерес в расширении своей деятельности на рынках стран — членов ЕАЭС. Рост объемов цифровой торговли в ЕАЭС составляет в среднем около 30% в год, а отток потребителей из традиционной розничной торговли — 10% в год. Такая динамика связана в первую очередь с более широким ассортиментом и низкой ценой, ведь несмотря на бурное развитие российского рынка цифровой торговли, ее доля в общем обороте розничной торговли в 2015–2018 гг. выросла лишь на 1,8%, составив в итоге 5,3%. Такой рост нельзя назвать отрицательным результатом, однако по сравнению с показателями США (14,3%), Великобритании (19,5) и КНР (23,9%), можно сделать вывод о необходимости продолжения работы по развитию российского рынка цифровой торговли [1].

В связи с этим следует отметить первостепенные проблемы, которые необходимо решить. Например, в России к сфере цифровой торговли применяются в основном общеотраслевые нормы (Гражданский кодекс РФ, Гражданский процессуальный кодекс РФ, нормативно-правовые акты Банка России и проч.). При этом как таковое понятие «цифровая торговля» не определено ни в одном нормативном акте. В некоторых программных документах содержатся лишь критерии достижения целей и показатели, относящиеся к области инфраструктуры развития Интернета и цифровых телекоммуникационных сетей, но имеющие лишь качественный характер.

Можно предположить, что дальнейшее развитие российского законодательства пойдет по пути внесения изменений и дополнений в нормативные акты общего характера с учетом потребностей цифровой торговли, в частности, в отношении обеспечения возможности осуществления платежей по схеме B2B. Получит дальнейшее развитие нормативное регулирование в части управления сбором и обработкой персональных данных. При этом следует отметить позитивные для развития цифровой торговли изменения, внесенные в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации», согласно которому предусматривается упрощение порядка применения контрольно-кассовой техники при оказании услуг в сфере ЖКХ, образования и ох-

раны. Помимо этого, разрешается право применять удаленную контрольно-кассовую технику при осуществлении расчетов по месту выполнения работы или оказания услуги вне торгового объекта. В таких случаях чек может не печататься на бумажном носителе, а отправляться по электронной почте, а сама же оплата — проводиться с помощью QR-кода [2].

В связи с указанной поправкой 5 августа 2019 г. Сбербанк России анонсировал сервис оплаты с помощью QR-кодов во всех регионах страны. Для оплаты услуги клиент Сбербанка с помощью приложения сканирует код, а продавец фиксирует информацию о покупке в мобильном приложении для юридических лиц «Сбербанк Бизнес Онлайн». Новый сервис доступен как крупным, так и небольшим торговым организациям. Следует ожидать, что на начальных этапах наибольшая востребованность в данной услуге будет среди малого бизнеса, поскольку значительно снизятся транзакционные издержки. Так, в системе Сбербанка тариф для продавцов за пользование сервисом составляет 0,6–1,5% суммы платежа. Для сравнения: тариф за электронную транзакцию традиционными способами составляет 1,5–2,5%.

В свою очередь, 30 августа 2019 г. Банк России начал тестирование использования QR-кодов для оплаты в рознице. Для переводов будут использоваться коды двух типов — статические и динамические. Статический QR-код содержит информацию только о счете продавца. Сумма покупки вводится вручную. Для оплаты через статический код достаточно его распечатать на листе или сделать наклейку на кассовом аппарате. Динамический QR-код содержит полную информацию как о счете продавца, так и о цене товара. В таком случае QR-код предоставляется продавцом в электронном виде. Отдельно существуют пользовательские QR-коды, которые продавец считывает у покупателя, тем самым покупатель разрешает снятие определенной суммы средств со счета. Такие коды будут внедряться позже. По ожиданиям Банка России статический QR-код будет распространен среди представителей микробизнеса. Динамический код, напротив, сразу найдет применение у крупных ритейлеров, так как для них осуществление операций по вводу суммы и ее сверке занимают значительно большее время. Тариф Банка России по оплате через QR-код составит около 0,4–0,5% общей суммы.

Платеж через QR-код не потребует установки дополнительного оборудования. Необходимо только обновление программного обеспечения кассового аппарата. Банкам, в свою очередь, необходима доработка собственных приложений в части добавления функционала по генерации кодов.

Важным событием для развития цифровой торговли стала разработка стратегии развития электронной торговли на период до 2025 г., но пока она официально не утверждена. В ней определены основные тенденции развития цифровой торговли в мире, представлены статистические данные, указывающие на положительное влияние развития цифровой торговли для

экономики. Помимо этого, в проекте стратегии уделено внимание развитию электронных платежных систем. Основной целью документа является контролируемая либерализация рынков и снятие ограничений, которые не распространяются на традиционные виды торговли. Предполагается, что к 2025 г. не менее 70% традиционных магазинов будут использовать интернет-канал для продаж, число интернет-продавцов достигнет 100 тыс. человек, а Россия сможет занять до 10% мирового рынка цифровой торговли¹.

В связи со столь амбициозными планами возникают и новые требования к логистической инфраструктуре, которая должна быть адаптирована под требования цифровой торговли. В России, как и во всех странах — членах ЕАЭС, в разных регионах наблюдается разный уровень развития логистической инфраструктуры, что приводит к существенным отличиям стоимости доставки в зависимости от конечного пункта. Кроме того, ощутима нехватка специализированных распределительных центров и складов, отсутствует выстроенная система хабов. На многих звеньях логистической цепочки сохраняется бумажный документооборот.

Следующей проблемной точкой является недостаточное развитие систем электронных платежей, что связано как с технической сложностью выполнения отдельных операций, так и с некоторыми ограничениями, вызванными с невозможностью работы с несколькими валютами, лимитами операций и высокими комиссиями за вывод средств или вообще невозможностью работы с переводами, связанными с коммерческой деятельностью. В частности, очень ограничены возможности по расчету между юридическими лицами без обращения к системе банковских счетов. На сегодняшний день такие сервисы, как «Яндекс.Деньги» и *WebMoney* могут использоваться только в качестве инструмента взаиморасчетов физических и юридических лиц.

В международной практике, напротив, применяются системы небанковских счетов, расчеты через которые проводятся с наименьшей комиссией, обеспечивают продавцу гарантию осуществления платежа со стороны потребителя, а также предлагают адаптированную для коммерческих расчетов электронную первичную документацию.

Существуют и определенные проблемы с распространением безналичной оплаты между юридическими и физическими лицами, которые уже связаны не с техническими или правовыми ограничениями, а с определенной степенью недоверия покупателей к инструментам цифровой торговли. Мало распространена практика осуществления предоплаты.

¹ К 2025 г. Минпромторг России планирует довести долю электронной торговли в общем объеме торговли до 20% [3].

Таким образом, важнейшими предпосылками коммерческого успеха в сфере цифровой торговли являются:

- создание общих предпосылок для развития цифровой торговли в рамках единого рынка товаров и услуг;
- взаимное развитие и продвижение успешных бизнес-практик;
- принятие законодательства, способствующего внедрению наиболее конкурентоспособных бизнес-моделей, разработанных российскими компаниями и компаниями из государств — членов ЕАЭС.

Для успешного развития бизнеса в области цифровой торговли принципиальное значение имеют следующие два фактора:

- доступ к максимально объемной и достоверной информации о рынке и потенциальных потребителях, а также возможности использования наиболее эффективных алгоритмов ее сбора, анализа и обработки;
- использование механизмов, позволяющих наиболее эффективно использовать важнейшее преимущество цифровой торговли — снижение транзакционных издержек по торговым операциям. При этом процесс осуществления операций должен стать максимально удобным и наглядным как для продавца, так и для покупателя.

Критически важным становится не только развитие внутреннего рынка цифровой торговли, но и реализация проектов в данной области в масштабах ЕАЭС путем формирования агрегаторов бизнес-информации. Таким агрегатором могла бы стать единая платформа проверки информации о безопасности продукции, в качестве прообраза которой можно использовать платформу, разработанную ОЭСР «*OECD Global Recalls Portal*» [4]. Такая платформа поможет участникам цифровой торговли снизить риски, связанные с приобретением некачественной продукции, особенно при трансграничных сделках, а правительствам стран — членов ЕАЭС — изымать с рынка небезопасную продукцию и защитить потенциальных потребителей. Отчасти решился бы вопрос, связанный с некоторым недоверием покупателей к каналам интернет-продаж, что потенциально снизило издержки, возникающие на всех этапах взаимодействия.

Следует отметить и некоторый положительный опыт Российской Федерации в части развития проектов, направленных на развитие цифровой торговли. Среди таких проектов можно выделить:

- **упрощенный экспорт** — совместный проект Почты России и ФТС России по упрощенному таможенному оформлению экспортных отправок для российских производителей, работающих по упрощенной схеме налогообложения и не возмещающих НДС при вывозе товаров. В рамках проекта весь процесс формирования экспортируемого товара и отправления осуществляется на почте. Благодаря его реализации в 2017 г. доля экспорта среди почтовых отправок показала положительную динамику в 14%, а в 2018 г. прирост составил уже 31% к 2017 г. Наиболее распространенными направлениями стали США, страны ЕС

и СНГ, а также Китай. Малому и среднему бизнесу была предоставлена возможность заключать договоры с центрами выдачи и приема посылок, а крупному бизнесу — осуществлять приемку или отправку на производственном объекте;

- **единый агрегатор торговли** — проект, направленный на создание информационного ресурса для государственных закупок малого объема (100–400 тыс. руб.), целью которого является обеспечение недискриминационного доступа поставщиков к рынку государственных закупок. Создано мобильное приложение для поиска и мониторинга закупок. Успешно реализован механизм привлечения новых поставщиков, при котором поставщики, предлагающие наименьшую цену закупки, приглашаются к регистрации. На конец февраля 2019 г. экономия составила 11%;
- **безналичный округ** — проект, ориентированный на повышение доступности банковских услуг путем установки терминалов и создания условий для электронных переводов в удаленных населенных пунктах. Реализация данного проекта была начата в Ненецком автономном округе, где по результатам 2017 г. доля безналичных транзакций в общем объеме расходов жителей превысила 50%. С 2019 г. проект реализуется в Кировской и Белгородской областях.

Отдельно следует упомянуть два проекта компании Яндекс: «Яндекс.Маркет Аналитика» и «Яндекс.Касса». Первый проект был запущен в тестовом режиме в июне 2019 г. Он позволяет продавцам в режиме реального времени собирать количественные показатели об объемах продаж, средневзвешенной цене, состоянии и динамике рыночных сегментов, целевых аудиториях. Поскольку Яндекс обширно представлен на территории стран ЕАЭС, в перспективе данный сервис может стать одним из ключевых инструментов проведения анализа цифровой торговли. Тем не менее в силу того, что ряд крупнейших ритейлеров, таких как *Wildberries* и *Ozon*, используют собственные системы, может возникнуть потребность в создании единого агрегатора сбора данных. Второй проект, «Яндекс.Касса», является одним из наиболее распространенных в странах СНГ инструментом приема платежей. В России он занимает долю в 30%. Благодаря гибкому API легко интегрируется в любую информационную среду, функционирует с большинством банковских карт и поддерживает бесконтактную оплату через *Apple Pay*, *Google Pay* и *Samsung Pay*.

Для создания условий имплементации лучших практик Российской Федерации в странах — членах ЕАЭС, в первую очередь, необходимо создание гармонизированного законодательства и нормативно-правовой базы. Поскольку в настоящее время регулирование цифровой торговли в странах ЕАЭС находится в процессе формирования, а где-то вообще отсутствует, оно пока складывается из разрозненных актов, относящихся к различным сферам экономики. Поэтому часть процессов цифровой торговли остается вне правового поля, часть существующих норм устарела, а часть из них

чрезмерно обременительна и, наоборот, сдерживает развитие цифровой торговли. Дополнительным барьером является и тот факт, что разработка стратегий и программ развития цифровой торговли ведется без учета обязательств ЕАЭС. Отдельно необходимо отметить важность продолжения работы по выработке развития механизмов государственно-частного партнерства для налаживания диалога между всеми заинтересованными сторонами.

Успешное внедрение практик в странах ЕАЭС невозможно без обеспечения технологической совместимости и масштабируемости цифровой инфраструктуры. Для этого важно обеспечить эффективное разграничение обязанностей и полномочий между органами управления как на союзном, так и на национальном уровнях, а также выделить достаточные финансовые ресурсы на развитие цифровой инфраструктуры. Эта задача требует участия как частных инвесторов, так и государственных органов. Совместно используемые цифровые платформы являются важнейшим фактором развития инноваций. Они меняют основы трансграничного бизнеса, сокращая транзакционные издержки и при этом создавая новые рынки и сообщества пользователей в глобальном масштабе.

Развитие цифровой торговли и имплементация новых практик увеличивают объемы информационного обмена, тем самым повышая риски сохранения устойчивости всей системы. Искажение, фальсификация и кража части личной или банковской информации, равно как и дезорганизация процессов ее обработки, наносят огромный материальный и моральный урон, способный поставить крест на любых инициативах развития инструментов цифровой торговли. Поэтому крайне важным становится обеспечение и развитие систем цифровой безопасности как для государственных структур, так и для коммерческих организаций.

Сегодня специалисты в области информационной безопасности должны не только быть технически грамотными, но и ориентироваться в смежных дисциплинах. Соответственно, необходимо обновление образовательных стандартов, а также появление новых специальностей. К сожалению, в странах – членах ЕАЭС образовательные стандарты отстают от потребностей бизнеса. Однако цифровизация может стать новым стимулом для подготовки специалистов в области аналитики, машинного обучения, интернета вещей и больших данных. Проблемой является тот факт, что некоторые существующие рабочие места, занимаемые наименее конкурентоспособными и наиболее уязвимыми категориями работников, будут выводиться из цифровой экономики стран ЕАЭС. Поэтому необходимо дополнительно разрабатывать специальные меры по адаптации такой категории работников к новым реалиям.

Развитие цифровой торговли потребует долгосрочной заинтересованности на уровне как ЕАЭС, так и государств — его членов. Важны вовлеченность

руководства на национальном и региональном уровнях, всех слоев общества, прочные государственные институты, капитальные вложения, современная и эффективная нормативно-правовая база, поэтому требуется создание структур управления цифровой трансформацией ЕАЭС с широкими полномочиями. Учитывая масштабы роста цифровой торговли, важнейшее значение будет иметь формирование механизмов и инструментов мониторинга принятых мер, измерения достигнутых показателей и результатов преобразований.

Евразийская экономическая комиссия должна взять на себя всестороннее руководство всеми процессами имплементации практик на союзном уровне и заручиться полной поддержкой стран — членов ЕАЭС.

Источники

- [1] Доклад о развитии цифровой (интернет) торговли ЕАЭС, 2019 год. М.: ЕЭК, 2019.
- [2] Федеральный закон от 6 июня 2019 г. № 129-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации"». URL: <<https://rg.ru/2019/06/10/kassy-dok.html>>.
- [3] URL: <<http://www.consultant.ru/law/hotdocs/51181.html/>>.
- [4] Global recalls: An enhanced co-ordination. URL: <<https://www.oecd.org/about/impact/global-recalls-portal.htm>>.

Krupenskiy N¹.

Digital trade: current status and development prospects in Russia and EAEU countries

Digitalization development has increased the coverage, volume and performance of international trade, reduced transaction costs, simplified the coordination of value chains and contributed networking between consumers and

¹ Krupenskiy Nikita — PhD, leading expert of the Institute for Statistical Studies and Economics of Knowledge. E-mail: <nkrupensky@hse.ru>.

businesses around the world. The number of companies involved in electronic cross-border trade is growing constantly and given the situation related to the prevention of COVID-19 spread, digital trade may receive an additional impulse. However, the emergence of new business models will make the transactions more complicated and will require new tasks solving. The article contains the major problems of digital trade development in Russia and EAEU countries, which must be solved to create sustainable conditions for economies development and identifies successful practices that requires further development.

Keywords: *digital trade, goods, services, aggregator, EAEU, business model, information.*

Статья поступила в редакцию 8 апреля 2020 г.