

Секция «Актуальные вопросы внешнеэкономической деятельности в современных условиях»

## Перспективы развития электронной торговли на межгосударственном уровне (на примере Содружества Независимых Государств)

Научный руководитель – Алимуратов Мурад Камилевич

*Топорков Глеб Сергеевич*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа государственного администрирования (факультет), Москва, Россия

*E-mail: toporkovgs@mail.ru*

На сегодняшний день электронная торговля в Российской Федерации развивается стремительными темпами, проникает во все большее количество правоотношений, складывающихся в сфере торговой деятельности, и охватывает весь спектр отношений, начиная от прямого взаимодействия продавцов с потребителями (B2C) и взаимоотношений непосредственно между предпринимателями (B2B), заканчивая взаимодействием бизнеса и государства в электронной форме (B2G).

В Российской Федерации действуют более шести тысяч электронных торговых площадок B2B и шесть федеральных электронных торговых площадок B2G. Число компаний, участвующих в электронных торгах, составляет более миллиона [2].

Виктор Евтухов, заместитель министра промышленного и торговли Российской Федерации, отмечает успехи и перспективы отрасли: «В общем объеме розничного оборота интернет торговля в России занимает всего 3%, но растет на 15% ежегодно - при общем сокращении розницы» [1].

При этом Россия является самой большой страной в Европе по количеству пользователей сети «Интернет». По результатам социологических исследований, более пятидесяти процентов пользователей уже совершали покупки используя сеть «Интернет» [1]. По данным Федеральной таможенной службы Российской Федерации экспорт России в I полугодии 2017 года составил 168,6 млрд. долларов США и по сравнению с I полугодием 2016 года увеличился на 28,7% [3]. Таким образом, рынок Российской Федерации имеет огромный потенциал для дальнейшего развития электронной торговли и расширения возможностей реализации отечественных товаров на международных рынках.

Эффективное развитие экспорта продукции является неотъемлемым условием интеграции страны в мировое экономическое пространство, как показывает мировой опыт развитых стран.

Торгово-экономические отношения с государствами - участниками СНГ традиционно являются наиболее перспективным направлением внешнеэкономического развития Российской Федерации. Так, укрепление сотрудничества стран-участниц СНГ в области электронной торговли способствует повышению уровня конкурентоспособности экономик, созданию благоприятной предпринимательской среды и реализации экспортного потенциала отечественной продукции.

Для достижения указанной задачи необходимо решить ряд проблем, а именно: трансграничные барьеры (таможенные, административные, налоговые, логистические), отсутствие механизма взаимного признания электронных документов (электронные подписи, отсутствие общего понятийного аппарата), неосведомленность субъектов малого и среднего предпринимательства при поиске партнеров, рынков сбыта в зарубежных странах, недостаток информации об условиях выхода продукции на зарубежные рынки и другие.

### Источники и литература

- 1) Новые тенденции в E-commerce // Журнал Retail week, январь, 2018
- 2) Данные Ассоциации электронных торговых площадок: <http://aetp.ru/etp/list>
- 3) Данные ФТС России: [http://www.customs.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=25598:-2017-&catid=53:2011-01-24-16-29-43](http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=25598:-2017-&catid=53:2011-01-24-16-29-43)