

УДК 338.22.01

# Механизм оптимального регулирования электронной коммерции в условиях цифровизации экономики

В статье представлены результаты исследования сущности экономической категории «электронная коммерция», обоснована цель государственного регулирования электронной коммерции в Республике Беларусь, элементы электронной коммерции систематизированы и представлены в виде структурной модели их взаимодействия с целью совершенствования методологии регулирования.

**И. М. ЛАЗАРЕВИЧ,**  
зав. кафедрой цифровой экономики, к. э. н.

Белорусская государственная академия связи

**Введение.** На современном этапе развития мировой экономики наблюдается интенсивная трансформация механизма взаимодействия субъектов рынка. Данные изменения вызваны переходом от индустриальной экономики к информационной. В результате выделилось отдельное направление деятельности – электронная коммерция. В свою очередь темпы развития цифровизации в отраслях, регионах, странах отличаются, что определяет различия в применяемых понятиях, формах и способах государственного регулирования электронной коммерции. Опыт государств-новаторов в данной сфере (США, ЕС, КНР) свидетельствует о динамичности процессов изменения государственной политики с области электронной коммерции. Совершенствование форм и методов электронной коммерции в Республике Беларусь определяет необходимость разработки механизма оптимального регулирования электронной коммерции.

**Основная часть.** Неодинаковые темпы развития электронных ресурсов и электронной коммерции, различия в административных и гражданско-правовых процедурах ряда государств и интеграционных объединений не способствовали выработке единых подходов к определению сущности исследуемой категории «электронная



Таблица – Подходы к определению категории «электронная коммерция»

Автор	Определения, особенности
Брюханова В. Б.	Сфера экономики, включающая в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций
Европейская комиссия	Ведение бизнеса электронным способом. Основана на электронной обработке и передаче данных, в том числе текста, звука и видео
Европейский наблюдательный совет по ИТ	Предпринимательская деятельность по обмену ценностями посредством телекоммуникационных систем
Осипов М. А. и др.	Современная методология, учитывающая потребности продавцов и потребителей организаций
Юрасов А. В.	Любая экономическая деятельность с использованием электронных информационных технологий. Предметной областью электронной коммерции как отрасли экономической науки являются экономические отношения, в процессе которых используются электронные информационные отношения
Ядова Н. Е.	Технологии выполнения операций управления производственными, торговыми, финансовыми, инвестиционными процессами с применением ИКТ

коммерция» (см. таблицу) [1, 2, 3] и к способам государственного регулирования.

По результатам изучения различных подходов к исследованию сущности электронной коммерции можно сделать вывод, что наиболее полно раскрыта сущность понятия российским ученым Юрасовым А. В., который определил границы электронной коммерции как отрасли экономической науки, а предметной областью электронной коммерции – экономические отношения.

Государство выполняет важную задачу в создании рыночной среды, способствующей развитию инноваций в электронной торговле и дающей электронной коммерции полную возможность содействовать качественному развитию и удовлетворению растущих потребностей людей в лучшей жизни и важной роли построения открытой экономики. Для решения данной задачи важно осуществлять эффективное государственное регулирование элементов электронной коммерции в соответствии с меняющимися условиями ее развития.

Цель государственного регулирования электронной коммерции в Республике Беларусь можно определить как унификацию национальных процессов электронной коммерции с мировыми, совершенствование процесса государственного регулирования электронной коммерции в Республике Беларусь с целью повышения

эффективности функционирования его участников и др.

С целью совершенствования методологии регулирования экономических отношений, в процессе которых используются электронные информационные отношения, элементы электронной коммерции систематизированы и представлены в виде структурной модели их взаимодействия (см. рисунок).

К *элементам электронной коммерции* в соответствии с классификацией Европейской комиссии относят: электронную торговлю товарами и услугами, онлайн-доставку цифрового контента, электронные денежные переводы, электронную торговлю акциями, электронные коносаменты, коммерческие аукционы, совместное проектирование и инжиниринг, онлайн-сорсинг, государственные закупки, прямой потребительский маркетинг и постпродажное обслуживание.

Выделяют также электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг, электронные страховые услуги как элементы электронной коммерции.

Выделяют несколько элементов электронного бизнеса, связанных с интернетом, которые выступают объектом государственного регулирования:



Рисунок – Структурная модель государственного регулирования электронной коммерции



- бизнес на интернете (интернет-провайдинг, сервис-провайдинг, контент-провайдинг);
- бизнес вокруг интернета (поставщики технических средств, поставка программных средств, веб-дизайн, программирование и сопутствующие услуги);
- бизнес в интернете (интернет-маркетинг, интернет-аукцион, интернет-магазин и т. д.) [4].

Объектом государственного регулирования электронной коммерции могут выступать продукт, услуга, связанные с интернетом.

*Справочно. Европейская комиссия к объектам электронной коммерции относит как продукты (потребительские товары, специализированное медицинское оборудования), так и услуги (информационные, финансовые, юридические), а также традиционные виды деятельности (здравоохранение, образование) и новые виды деятельности (виртуальные торговые центры).*

К субъектам электронной коммерции относят: покупателя, фирму, государство (административный орган), наднациональные органы (для Республики Беларусь – Евразийская экономическая комиссия). Государство, помимо того, что является активным участником электронной коммерции, дополнительно выполняет регулируемую и контрольную функции в данной сфере. К субъектам электронной коммерции могут относиться банковские и небанковские денежно-кредитные учреждения в зависимости от принятого законодательства той или иной страны.

Компании как субъектов электронной коммерции в зависимости от их физического существования можно дифференцировать:

- на компании, присутствующие только в электронном виде (с чистым кликом, включающие поисковые системы, сайты контента, коммерческие сайты, сайты транзакций и др.);
- компании, работающие на рынке в гибридном состоянии (в электронном и физическом виде) [5].

Каждый из субъектов получает дополнительные выгоды от электронной коммерции. Эффект для поставщиков состоит в их глобальном присутствии на рынке, повышении конкурентоспособности; более полной информированности о потребностях потребителей, сокращении пути товара к потребителю, снижении затрат, а польза для потребителей – в глобальном выборе, получении высококачественных товаров и услуг, персонализации товаров и услуг, быстрой реакции на спрос, снижении цен [6]. Общий экономический эффект, получаемый государством от расширения электронного бизнеса (коммерции), заключается в непрерывном наращивании объема ВВП; увеличении налоговых поступлений в бюджет; повышении эффективности функционирования и конкурентоспособности ряда отраслей экономики; ускорении документооборота и его удешевлении; уравнивании условий функционирования для всех фирм, торгующих с помощью электронных магазинов, независимо от их

размеров; ограничении темпов роста цен; появлении возможности неограниченного роста числа вероятных покупателей, имеющих выход в интернет. Стоит упомянуть появление реальной возможности создавать новые рабочие места, увеличивать занятость и сокращать на этой основе уровень безработицы в рамках национальных экономик; значительное улучшение транспарентности рынков (покупатели и продавцы практически мгновенно получают необходимую информацию о ценах, качестве и условиях поставки товаров и услуг, предлагаемых конкурирующими фирмами); Кроме того, среди экономических плюсов – создание благоприятных условий для ограничения криминализации рыночных процессов и утечки капиталов за рубеж вследствие обеспечения их достаточно высокой прозрачности; уменьшение себестоимости транзакций [6].

К основополагающим научным принципам создания и функционирования систем электронной коммерции можно отнести принципы законности (легитимности), глобальности, онлайнности, достоверности, стандартности, интерактивности, анонимности, равноправия, вне-национальности, внегеографичности, функционального эквивалента, дружелюбности интерфейса и др. [6]. К принципам, возникшим в результате изменения условий применения электронной коммерции в передовых государствах, можно отнести: справедливое участие в

рыночной конкуренции и обеспечение защиты прав потребителей, защиту окружающей среды, защиту интеллектуальной собственности, сетевую безопасность и защиту личной информации, обязательство принимать государственный и общественный контроль [7].

Перечисленные принципы относятся к *общим* и сформулированы для конкретных обеспечивающих подсистем (локальных систем) интегрированной системы электронной коммерции.

Вместе с тем для обеспечивающих подсистем, входящих в состав инфраструктуры системы электронной коммерции, могут быть разработаны частные принципы, например, для платежных систем, систем финансового обеспечения, систем доставки товаров и услуг, маркетинговых систем и др. [6].

**Заключение.** Таким образом, можно сделать вывод, что понятийно-категориальный аппарат на текущий момент не сформировался в полном объеме вследствие неодинаковых темпов развития информационно-коммуникационных технологий по странам, отсутствуют единые подходы к определению необходимой степени государственного участия в регулировании электронной коммерции. Практическая значимость предложенного механизма регулирования электронной коммерции состоит в применении комплексного подхода при разработке методологии оптимального регулирования электронной коммерции в Республике Беларусь с учетом международного опыта.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Брюханова В. Б. Электронный бизнес: учеб. пособие. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГУТУ, 2016. – 108 с.
2. Устойчивое развитие в условиях цифровой трансформации и предпринимательство / под ред. д-ра экон. наук, проф. М. А. Осипова. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2020. – 213 с.
3. Юрасов, А. В. Основы электронной коммерции: учеб. для вузов 2-е изд., перераб. и доп. М.: Горячая линия-Телеком, 2016 г. – 500 с.
4. Климченя, Л. С. Эволюция электронного бизнеса. – Режим доступа: <http://www.bseu.by/russian/scientific/herald/2003/1/030121.pdf>. – Дата доступа: 31.01.2021.
5. About Ecommerce Europe. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ecommerce-europe.eu/about-ecommerce-europe/>. – Дата доступа: 21.03.2021.
6. Дик, В. В. Электронная коммерция / В. В. Дик, М. Г. Лужецкий, А. Э. Родионов – М.: Московская финансово-промышленная академия. – 2005. – 376 с.
7. Жанбозова, А. Б. Рынок электронной коммерции в Казахстане: анализ состояния и направления развития/ А.Б. Жанбозова и др. // Экономика: стратегия и практика. – 2021. – № 1 (16). – С. 34–38.

*The article presents the results of the study of the essence of the economic category «e-commerce», substantiates the goal of state regulation of e-commerce in the Republic of Belarus, systematizes the elements of e-commerce and presents in the form of a structural model of their interaction in order to improve the methodology of economic regulation.*

Получено 02.07.2021.