



**Конференция Организации
Объединенных Наций
по торговле и развитию**

Distr.: General
14 February 2018
Russian
Original: English

Совет по торговле и развитию
Межправительственная группа экспертов
по электронной торговле и цифровой экономике
Вторая сессия
Женева, 18–20 апреля 2018 года
Пункт 3 предварительной повестки дня
Увеличение выгод внутренней и международной
электронной торговли для развития
в развивающихся странах

Увеличение выгод электронной торговли и цифровых платформ для развития

Записка секретариата ЮНКТАД

Резюме

В этой записке рассматривается роль цифровых платформ электронной торговли в развивающихся странах. Такие платформы могут давать возможности создания связей между разными частями страны, а также с другими странами. Наличие связей особенно важно для сельских и отдаленных районов. Также рассматриваются последние тенденции электронной торговли, характер и последствия использования цифровых платформ, роль местных платформ в развивающихся странах и основные препятствия для электронной торговли и использования цифровых платформ в развивающихся странах. Заключительная часть записки посвящена рассмотрению политики на основе центральных вопросов, определенных государствами-членами на первой сессии Межправительственной группы экспертов по электронной торговле и цифровой экономике в октябре 2017 года.



Введение

1. В согласованных политических рекомендациях первой сессии Межправительственной группы экспертов по электронной торговле и цифровой экономике, состоявшейся 4–6 октября 2017 года, государства-члены приняли решение, что основное внимание на второй сессии будет уделяться увеличению выгод внутренней и международной электронной торговли для развития в развивающихся странах (TD/B/EDE/1/3).

2. Новые цифровые решения, в том числе для электронной торговли, создают для больших и малых компаний новые возможности участия во внутренней и международной торговле, в частности благодаря расширению доступа к рынкам для клиентов, производственных систем и конкурентов, а также снижению торговых издержек. Это влияет на микропредприятия и малые и средние предприятия (ММСП) в странах любого уровня развития, хотя и по-разному. Потенциальные выгоды для компаний и потребителей развивающихся стран варьируются от роста эффективности до углубления специализации и разделения труда, увеличения положительных результатов благодаря разнообразию и предсказуемости для всех игроков, а также снижения издержек и цен на производственные ресурсы и конечную продукцию. Применение цифровых технологий также может служить расширению прав и возможностей женщин-предпринимателей.

3. Однако такие выгоды не являются автоматическими. Чтобы использовать потенциал цифровизации для развития торговли, инвестиции в инфраструктуру информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) должны дополняться соответствующим набором правил и институтов и поддерживать развитие навыков. Различия в готовности к электронной торговле, существующие в настоящее время между странами и внутри стран, приводят к тому, что выгоды от электронной торговли распределяются неравномерно.

4. Государства-члены приняли решение по теме второй сессии и согласовали следующие центральные вопросы:

а) Какие возможности имеют развивающиеся страны для развития местных платформ внутренней и международной электронной торговли?

б) Какие имеются препятствия, связанные с международными платформами электронной торговли, с которыми сталкиваются развивающиеся страны, включая наименее развитые страны, и как эти препятствия могут преодолеваться?

в) Каковы некоторые из практических трудностей, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия развивающихся стран при организации торговли в сетевой среде, и как их можно преодолеть?

г) Какой полезный опыт развитые и развивающиеся страны, в том числе наименее развитые страны, могут перенять друг у друга?

5. В первом разделе рассматриваются последние события, связанные с электронной торговлей, при уделении особого внимания возрастающей роли цифровых платформ и возможным последствиям для политики. Во втором разделе рассматриваются препятствия для доступа к международным платформам электронной торговли, а в третьем затрагиваются практические трудности, которые могут влиять на возможности ММСП по ведению электронной торговли. В четвертом, последнем, разделе рассматриваются указанные выше центральные вопросы.

I. Тенденции электронной торговли и роль и значение цифровых платформ

A. Последние тенденции электронной торговли

6. Электронная торговля, будучи важной составляющей развивающейся цифровой экономики, по-прежнему с трудом поддается измерению. По оценкам ЮНКТАД, в 2015 году оборот глобальной электронной торговли составил 25,3 трлн долл. – 22,4 трлн долл. электронной торговли между предприятиями и 2,9 трлн долл. электронной торговли между предприятиями и потребителями¹. Для получения глобальной оценки в качестве основы используется ее годовая доля в совокупном мировом валовом внутреннем продукте. О стремительном росте электронной торговли можно судить по числу Интернет-покупателей во всем мире, которое выросло с менее 600 млн в 2010 году до 1,2 млрд в 2016 году². Недавняя оценка показывает, что в мире (не считая Китая) насчитывается 2–3 млн компаний электронной торговли, из которых около 1,3 млн находятся в Соединенных Штатах Америки и Канаде³. Большинство компаний, которые занимаются продажами в Интернете, также едут их и вне сети.

7. Хотя большая часть электронной торговли приходится на торговлю внутри страны, люди и предприятия, которые заказывают или продают товары и услуги по сети в других странах, вносят свой вклад в международную торговлю. По оценкам ЮНКТАД, в 2015 году оборот электронной розницы составил 189 млрд долл., а покупки на зарубежных сайтах совершили около 380 млн потребителей⁴.

8. *Индекс электронной торговли между коммерческими организациями и потребителями за 2017 год*⁵ показывает значительный разрыв в электронной торговле. В большинстве наименее развитых стран доля потребителей, совершающих покупки в Интернете, в общей численности населения составляла 2% или менее, в то время как во многих развитых странах она составляет около 60–80%. В число десяти стран с наибольшим значением индекса входят преимущественно развитые страны с относительно близкими значениями индекса. Большой разброс значений индекс показал среди развивающихся стран первой десятки. Региональные значения индекса для Африки и Латинской Америки ниже среднего по всему миру⁶.

9. Отсутствие данных и статистики электронной торговли в большинстве развивающихся стран препятствует разработке и проведению обоснованной политики в соответствующих областях. Частным предприятиям также нужна статистика электронной торговли для принятия обоснованных инвестиционных и стратегических решений. Рабочая группа по измерению электронной торговли и цифровой экономики, создание которой было предложено на первой сессии Межправительственной группы экспертов по электронной торговле и цифровой экономике, может стать полезным форумом для дальнейшего обсуждения возможных решений этой проблемы.

¹ UNCTAD, 2017a, *Information Economy Report 2017: Digitalization, Trade and Development* (United Nations publication, Sales No. E.17.II.D.8, New York and Geneva).

² См. http://unctad.org/meetings/en/Presentation/tdb_ede2017p05_TFredriksson_en.pdf (ссылка проверена 5 февраля 2018 года).

³ См. <http://blog.pipecandy.com/e-commerce-companies-market-size/> (ссылка проверена 5 февраля 2018 года).

⁴ UNCTAD, 2017a.

⁵ UNCTAD, 2017b, *UNCTAD B2C [Business-to-Consumer] E-commerce Index 2017*, UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No. 9 (United Nations publication, Geneva).

⁶ Готовность наименее развитых стран к электронной торговле оценивается на основе быстрых оценок готовности к электронной торговле ЮНКТАД (см. оценки Бутана (UNCTAD/DTL/STICT/2017/1), Камбоджи (UNCTAD/DTL/STICT/2017/2), Непала (UNCTAD/DTL/STICT/2017/11) и Самоа (UNCTAD/DTL/STICT/2017/10)).

В. Электронная торговля в общем ландшафте цифровых платформ

10. Цифровые платформы различных видов играют центральную роль в эволюционирующем ландшафте электронной торговли и цифровой экономики⁷. Такие платформы могут быть разными, хотя нет всеобщего единого мнения относительно того, как правильно их классифицировать. Например, платформа, реализованная с помощью такого изделия, как смартфон, которая появилась в многоплатформенной экосистеме, в свою очередь используется как мобильная платформа для реализации платформ более высокого уровня, таких как мобильные социальные сети или электронная торговля.

11. Существует некоторая путаница в терминологии, используемой в отношении различных цифровых платформ. Такие концепции, как платформенная экономика, экономика совместного потребления, экономика взаимодействия, экономика по требованию, экономика без посредников, экономика разовых контрактов, коллективный капитализм, и другие, как правило, используются как синонимы, когда речь идет о новых бизнес-моделях, реализованных с помощью цифровых платформ⁸. Например, под экономикой совместного потребления или экономикой взаимодействия первоначально понималось совместное использование ресурсов или времени. Примеры включали некоммерческие онлайн-сервисы организации совместного пользования автомобилями на началах распределения расходов и онлайн-системы обмена квартирами владельцами на период отпусков.

12. Наоборот, в случае компаний, которые сегодня часто приводят как пример экономики совместного потребления, таких как Airbnb, Didi Chuxing или Uber, обычно производится оплата услуг, а зачастую также создается занятость в той или иной форме. Таким образом, в таких случаях термин «экономика совместного потребления» может вводить в заблуждение. Когда человек или фирма использует платформу для получения дохода от неиспользуемого ресурса или актива, функция новой бизнес-модели заключается в расширении рынка для этих ресурсов или активов. Airbnb и Uber в основном предлагают коммерческие услуги по перевозке и предоставлению жилья с помощью систем Интернет-бронирования, создавая рынок для электронной торговли⁹.

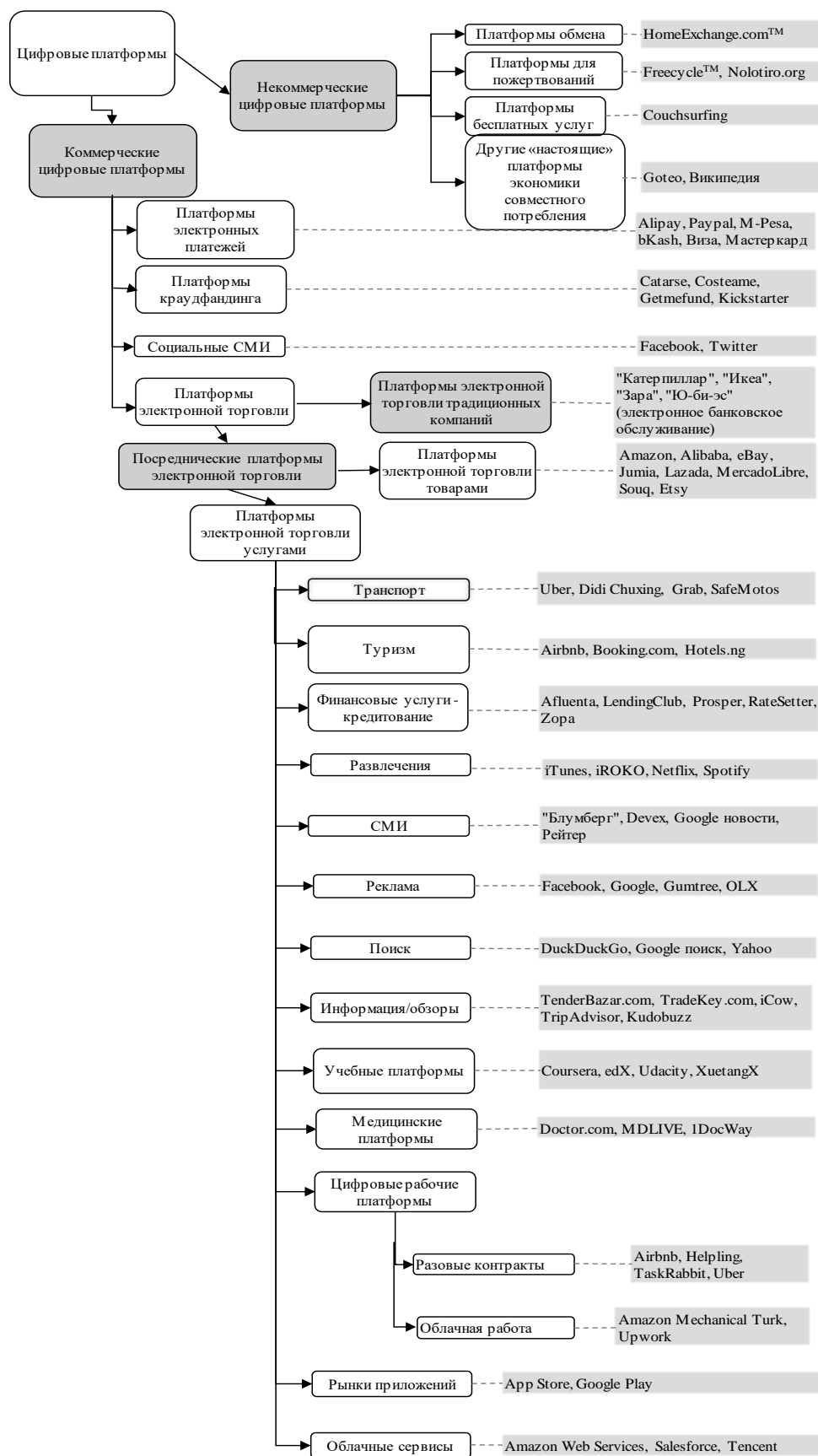
13. На следующей схеме показан новый ландшафт, складывающийся из цифровых платформ. Они делятся на две группы: коммерческие и некоммерческие платформы. Некоммерческие цифровые платформы по своему размеру, вероятно, будут невелики по сравнению с коммерческими платформами. Приведены некоторые примеры различных категорий. Предложенная схема не претендует на полноту и должна корректироваться по ходу дела. Uber относится и к категории электронной торговли (заказ транспортных услуг по сети), и к категории разовых контрактов (работа производится в данном месте). Аналогичным образом Airbnb может включаться в категорию электронной торговли (заказ в Интернете жилого помещения) и одновременно разовых контрактов. Поскольку некоторые платформы являются многофункциональными, они могут быть показаны на диаграмме ниже в нескольких местах.

⁷ UNCTAD, 2017a.

⁸ См. R Botsman, 2013, The sharing economy lacks a shared definition, available at: <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>; R Botsman, 2015, Medium, The sharing economy: Dictionary of commonly used terms, available at: <https://medium.com/@rachelbotsman/the-sharing-economy-dictionary-of-commonly-used-terms-d1a696691d12> (обе ссылки проверены 12 февраля 2018 года).

⁹ В декабре 2017 года Суд Европейского союза постановил, что Uber является транспортной компанией.

Электронная торговля в ландшафте цифровых платформ



Источник: ЮНКТАД.

14. В зависимости от субъектов или пользователей, участвующих в сделке, цифровые платформы могут быть одноранговыми и обслуживающими связи между потребителями, между предприятиями, между предприятиями и потребителями или между предприятиями и государственными органами. Существует несколько других типологий платформ, которые оперируют различным критериям. Например, Srnicek (2017) различает рекламные платформы (например, Facebook или Google), облачные платформы (например, Amazon Web Services), промышленные платформы (например, «Дженерал электрик», «Сименс»), товарные платформы (например, «Ролс Ройс», Zipcar) и бюджетные платформы (например, Airbnb или Uber)¹⁰. Со своей стороны, JP Morgan (2016) проводит различие между платформами труда и капитала¹¹, а Evans и Gawer (2016)¹² – между транзакционными, инновационными, интегрированными и инвестиционными платформами. Полезность таких типологий зависит от цели, для которой они используются.

15. Уменьшая затраты на совершение сделок и поиск, а также непроизводительные затраты, цифровые платформы позволяют тем, кто предлагает активы или услуги, легче устанавливать контакт с теми, кто хочет их использовать. Это создало возможности для новых видов торговли (цифровыми товарами, услугами и заданиями), а также для более традиционной торговли, использующей платформы электронной торговли и другие сетевые платформы, что позволяет более эффективно налаживать связи между покупателями и продавцами и привлекать внимание к товарам. Многие из них предоставляют для подключения через Интернет пользователей, покупателей и продавцов доступ к бесплатным или платным услугам, таким как услуги, связанные с логистикой, платежами, изучением рынка, соблюдением торговых норм, составлением конъюнктурных обзоров, рекламой, возвратами и с разрешением споров.

16. Платформы позволяют более эффективно использовать физические активы или время. Часто предоставляя доступ к ним с помощью мобильных приложений, эти платформы объединяют и обобщают спрос и предложение так, как это было невозможно ранее (быстрее, дешевле и при более легкой координации), в том числе в географических областях и секторах услуг, где более низкая плотность выступала в качестве препятствия.

17. Использование интерактивных платформ растет, особенно в секторах, в которых ведется острая глобальная конкуренция и выступает большое число покупателей и продавцов. Их появлению, возможно, благоприятствовали макроэкономическим тенденциям в мировой экономике с 1970-х годов. К ним относятся жесткая бюджетная экономия, уход от налогов, сокращение расходов и аутсорсинг, а также политика денежно-кредитного стимулирования, характеризующаяся все более низкими процентными ставками в Соединенных Штатах с 1990-х годов и, в частности, количественное смягчение после глобального финансового кризиса 2008 года. В результате большие суммы денег были инвестированы ради получения более высокой доходности в акции технологических компаний, которые часто строили свою деятельность на цифровых платформах того или иного рода¹³.

18. Основные особенности цифровых платформ – это, в частности, предоставление инфраструктуры для налаживания взаимодействия между различными группами пользователей; зависимость от сетевых эффектов, когда рост числа пользователей привлекает еще больше пользователей, что порождает монополистические тенденции; а также использование перекрестного субсидирования¹⁴. Платформы также служат для

¹⁰ N Srnicek, 2017, *Platform Capitalism* (Polity Press, Cambridge, United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland).

¹¹ JP Morgan Chase and Company, 2016, *Paychecks, Paydays and the Online Platform Economy: Big Data on Income Volatility*.

¹² P Evans and A Gawer, 2016, *The rise of the platform enterprise: A global survey*, The Emerging Platform Economy Series No. 1, The Centre for Global Enterprise.

¹³ Srnicek, 2017.

¹⁴ Перекрестное субсидирование – практика, при которой одно подразделение компании снижает цену товара или услуги, что компенсируется ростом цен подразделения.

аутсорсинга рабочих мест и услуг. Кроме того, владельцы платформ устанавливают правила разработки продуктов и услуг, а также взаимодействия на рынке, т. е. условия доступа и цены¹⁵. Наибольшая ценность цифровых платформ связана с получением пользовательских данных, которые могут быть дополнительно проанализированы, использованы и проданы третьим сторонам. Данные действительно стали ценным извлекаемым ресурсом в цифровой экономике.

С. Роль сетевых платформ в развивающихся странах для внутренней и международной электронной торговли

19. Существуют разные способы достижения ММСП присутствия в сетевой среде для продажи своих товаров и услуг потенциальным покупателям в своей стране или на внешних рынках. Появление цифровых платформ снизило некоторые традиционные препятствия, такие как необходимость собственных ресурсов, оборудования для информационных технологий и специального опыта для установления и поддержания присутствия в сети¹⁶.

20. Один из вариантов – использование сторонних онлайн-рынков. Некоторые из них предоставляют полный спектр услуг – обработку платежей, обслуживание клиентов, доставку, обработку и доставку возврата, в то время как другие действуют в основном как сетевой форум для покупателей и продавцов, когда операции проводятся вне сети. Первоочередной направленностью этих рынков могут быть связи между предприятиями, между предприятиями и потребителями или между потребителями. Они часто специализируются на определенных типах продуктов, таких как физические товары, цифровые продукты или услуги с поддержкой ИКТ. Важное значение имеет также географическая направленность таких рынков. Международные онлайн-рынки могут быть открыты только для международных продавцов, для международных покупателей или для тех и других. В странах с расширяющимися рынками электронной торговли отечественные и международные поставщики платформ часто вступают в острую конкуренцию.

21. Другой вариант – создать автономный сайт электронной торговли. Это можно сделать, например, оснастив функционалом электронной торговли существующий сайт предприятия с помощью программного обеспечения для электронной торговли с пакетом, необходимым для ведения электронной торговли, или создав свой сайт электронной торговли. Эти варианты различаются с точки зрения затрат ресурсов, гибкости и необходимых собственных кадров и потенциала¹⁷.

22. Несколько крупных онлайн-рынков заняли значительную часть совокупного рынка, используя экономию за счет масштаба и сетевые эффекты. Ведущие платформы электронной торговли – это, в частности, Alibaba Group, Amazon, eBay и Rakuten. Однако во многих развивающихся странах такие платформы дополняются национальными или региональными платформами. Развитие местной отрасли электронной торговли может создать удобства для жителей благодаря сокращенным срокам доставки, гибким вариантам оплаты, учету местного спроса и локализации интерфейса на местном языке. Другие потенциальные преимущества для отечественной реальной экономики могут включать более тесные связи с местными отраслями и поставщиками, меньшую зависимость от импорта и большую открытость для поддержки экспорта. В развивающихся странах растет число платформ электронной торговли, часто с помощью иностранного капитала. Локально ориентированные платформы иногда могли расти, в частности, благодаря отсутствию глобальных конкурентов на местном рынке (вставка 1).

¹⁵ Srnicek, 2017.

¹⁶ UNCTAD, 2015, *Information Economy Report 2015: Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries* (United Nations publication, Sales No. E.15.II.D.1, New York and Geneva).

¹⁷ См. UNCTAD, 2015.

Вставка 1

Примеры платформ электронной торговли в развивающихся странах

Группа Alibaba, китайская компания, созданная в 1999 году, стала одним из ведущих мировых розничных продавцов. Помимо предоставления различных платформ электронной торговли, она стала предлагать и другие услуги сопровождения электронной торговли. Рост компании был частично обусловлен государственными ограничениями на иностранные инвестиции в электронную торговлю, которые были недавно сняты, и необходимостью удобного пользовательского интерфейса на китайском языке, а также товаров, учитывающих требования местного рынка.

Flipkart, индийская компания электронной розницы, была создана в 2007 году. Он насчитывает 100 млн пользователей, 80 млн товаров и 100 000 продавцов, и ежемесячно отправляет 8 млн товаров с 21 склада. Он сталкивается с растущей конкуренцией со стороны Amazon, которая начала свою деятельность в Индии в 2013 году.

Группа Jumia, основанная в 2012 году, представлена на всей территории Африки. Она имеет несколько компаний-инвесторов и утверждает, что на ее порталах ежедневно совершает операции полмиллиона местных африканских компаний. Она ведет розничные продажи в 7 африканских странах, а ее рынок доступен в 14 странах. Jumia House, сервис по типу Airbnb, доступен в 21 стране. Jumia также предлагает услуги логистики в десятке стран, включая оплату при доставке, складское хранение и логистические решения.

Lazada, сингапурская платформа, была создана в 2012 году как интернет-магазин и рынок. К июню 2017 года она действовала в шести странах Юго-Восточной Азии. Lazada занимает первое место по числу посещений сайтов электронной торговли в пяти из шести стран, в которых она работает. Она смогла первой выйти на рынок Ассоциации государств Юго-Восточной Азии, опередив крупные глобальные компании электронной торговли, а ее порталы были адаптированы с учетом языков и предпочтений потребителей этого региона. В 2016 году группа Alibaba стала мажоритарным владельцем Lazada.

MercadoLibre – созданный в 1999 году рынок электронной торговли со штаб-квартирой в Аргентине, работающий в 18 странах Латинской Америки. В 2001–2016 годах eBay был ее стратегическим акционером. MercadoLibre предлагает ряд услуг, включая логистику и платежи, для сопровождения электронной торговли. Поскольку большую часть региона составляют испаноязычные страны, было относительно легко разработать общие платформы. Тем не менее каждая страна имеет свой собственный сайт, не связанный с сайтами в других странах.

Souq – региональный интернет-магазин со штаб-квартирой в Объединенных Арабских Эмиратах, который работает в Египте и государствах Залива. Созданный в 2005 году, в 2015 году Souq предоставлял доступ 70 000 поставщиков, предлагавших более миллиона товаров, а число его работников составляло более 2 000 человек. Его успех можно объяснить учетом специфики местного рынка, переключением с аукционных продаж на предоставление услуг сопровождения сделок в 2011 году и надежной логистикой во всем регионе. В 2017 году его приобрел Amazon.

Источник: ЮНКТАД, 2017а.

23. Разграничение между местными и зарубежными платформами становится все более размытым. Местные платформы электронной торговли часто поддерживаются иностранным капиталом. Когда локальные платформы достигают определенного уровня масштаба, они становятся привлекательными целями для приобретения глобальными игроками, как в случае с Lazada и Souq (вставка 1). Более того, из-за существования сетевых эффектов локальные платформы могут оказаться нерентабельными до того, как они достигнут значительного размера в плане числа пользователей. В ситуации, когда только 2–3% потребителей совершают покупки по сети, некоторым компаниям нет смысла заниматься цифровыми платформами.

Им, возможно, придется подождать, пока рынок покажет определенный рост. С другой стороны, если ожидается быстрый рост рынка, определенное время можно принимать низкую или отрицательную рентабельность, чтобы затем получить прибыль, воспользовавшись преимуществом первопроходца.

24. Подключение к сетевым платформам может быть более полезным для небольших фирм, которые конкурируют в конкретных четко определенных сегментах рынка, например на нишевых рынках в сфере туризма и в торговле продуктами питания с высокой добавленной стоимостью (например, в этичной торговле). Хотя эти сегменты и рынки могут показаться небольшими, такие сетевые платформы могут помочь производителям привлечь больше клиентов и выйти на необходимые масштабы производства и прибыль¹⁸.

25. В некоторых развивающихся странах, где не действуют глобальные платформы, для местных игроков имеется возможность заполнить такой вакуум. В странах Африки к югу от Сахары был разработан ряд решений, позволяющих иметь доступ к электронной торговле с помощью обычного сотового телефона. На всем континенте созданы тысячи новых предприятий электронной торговли, но лишь немногие достигли значительных масштабов. Также появилось много новых платежных систем для электронной торговли. В различных развивающихся странах с низким уровнем доходов новые сайты электронной торговли ориентированы на внутренний рынок, позволяя потребителям просматривать и заказывать товары или услуги в Интернете¹⁹.

D. Последствия использования цифровых платформ

26. Использование цифровых платформ имеет экономические, социальные и политические последствия. Разработчики политики сталкиваются с проблемами, связанными с соответствующими областями политики, такими как конкуренция и защита прав потребителей, защита данных, налогообложение и трудовые отношения. В некоторых аспектах политики и законодательства могут потребоваться изменения с учетом нового цифрового контекста. Хотя может показаться, что большинство видов деятельности, связанных с экономикой платформ, свободны от какого-либо регулирования, поскольку они относятся к экономической деятельности, очевидно, нет причин отделять их от других традиционных видов экономической деятельности, которые уже охватываются политикой и регулированием. Таким образом, они должны регулироваться на началах справедливости торговой средой, не предвзятой по отношению к какой-либо форме торговли и обеспечивающей равную защиту прав всех участников – потребителей, работников и налогоплательщиков.

27. Динамика «победитель получает все» типична для экономики платформ, в которой сетевые эффекты приносят пользу тем, кто первыми внедряет инновации, а также устанавливает стандарты. Тот, кто контролирует платформу, также контролирует канал распространения, и благодаря этому владелец доминирующей платформы (и данных) получает сильные позиции на рынке. Так, четыре компании, крупнейшие в мире по рыночной капитализации, используют цифровые платформы: «Эпл», «Элфabet» («Гугл»), «Майкрософт» и Amazon.com.

28. Что касается проблем конкуренции и защиты потребителей, то цифровые платформы могут трансформировать рынки и усиливать конкуренцию, одновременно повышая уровень потребительского и общего благосостояния. Однако они могут восприниматься традиционными предприятиями как недобросовестные конкуренты, поскольку подобные платформы обычно не обязаны соблюдать одинаковые регулятивные требования. Во всем мире антимонопольные органы выступают против чрезмерного регулирования экономики платформ, которое может снизить ее потенциальную отдачу.

¹⁸ UNCTAD, 2017a.

¹⁹ Примеры включают ClickBD и Bagdoom (Бангладеш); Shop.bt, gnhcorner.com и Bhutan Hangout (Бутан); Grab (Камбоджа); Namrobazar, Daraz Nepal, NepBay, Sasto Deal и Muncha (Непал); Metro Africa Express и Asuqu (Нигерия); SafeMotos (Руанда); Kapruka (Шри-Ланка).

29. Среда цифровых платформ может стать ареной потенциальной антиконкурентной практики. В результате сетевых эффектов платформы могут занимать ведущие позиции на рынке и злоупотреблять своим доминирующим положением, например навязывая своим поставщикам услуг исключительных соглашений или проводя хищническую ценовую политику, направленную против конкурентов. Однако в ряде дел о конкуренции, связанных с платформами, они не были признаны доминирующими на соответствующем рынке²⁰.

30. Потребители в значительной степени выиграли от вторжения цифровых платформ с их новыми и лучшими предложениями, более низкими ценами и более полной информацией. В то же время в ситуации, когда участники сделки не видят друг друга, для потребителей возрастают риски, связанные с раскрытием информации и прозрачностью, защитой данных и применимым правом и с ответственностью платформ и других поставщиков. Как указано в Руководящих принципах Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей, в электронной торговле государствам-членам следует обеспечить уровень защиты, «не ниже того, который обеспечивается применительно к другим формам торговли», и это касается и цифровых платформ²¹.

31. Цифровая экономика все больше основывается на создании, хранении, обработке и передаче данных как внутри, так и за пределами границ государств. Доступ к анализу данных и данным становится стратегически важным для конкурентоспособности компаний. В отношении использования цифровых платформ существуют опасения по поводу того, как при использовании потоков данных одновременно решать проблемы, связанные с конфиденциальностью и безопасностью²².

32. Директивным органам следует уравнивать интересы компаний, связанные со сбором и анализом данных для инноваций и повышения эффективности, с одной стороны, и интересы других заинтересованных сторон в отношении безопасности, конфиденциальности, перемещения данных и владения данными – с другой. Действующая система защиты данных отличается фрагментацией и различиями между глобальными, региональными и национальными методами регулирования. Кроме того, во многих развивающихся странах по-прежнему отсутствует законодательство в этой области. Вместо реализации сразу нескольких инициатив было бы предпочтительнее, чтобы глобальные и региональные организации сосредоточились на одной объединяющей инициативе или меньшем числе инициатив, совместимых на международном уровне²³.

33. Директивные органы развивающихся и развитых странах сталкиваются с проблемой налогообложения в цифровой экономике. Опора на цифровые платформы может ослабить концепцию международного налогообложения, согласно которой налоговые претензии юрисдикций удовлетворяются из прибыли многонациональных компаний по признаку их физического присутствия. Это поднимает такие вопросы, как принудительное исполнение, место налогообложения предприятий электронной торговли - нерезидентов, способы оценки внутригрупповых операций, типология цифровых товаров, порядок определения налогоплательщиков, а также место и форма взимания налога на потребление. В то время как проблемы, связанные с налоговыми последствиями электронной торговли, скорее всего, будут более явными в странах, где высок уровень развития электронной торговли, определение путей решения этих проблем имеет значение для всех стран.

²⁰ Индия: *Meru Travel Solutions Private Limited v. Uber India Systems Private Limited* (2015 год), Южная Африка: *Uber vs. Metered Taxis* (2015).

²¹ ЮНКТАД, 2016а, *Руководящие принципы Организации Объединенных Наций для защиты интересов потребителей* (издание Организации Объединенных Наций, Нью-Йорк и Женева).

²² См. также PJ Singh, 2017, *Developing countries in the emerging global digital order: A critical geopolitical challenge to which the global South must respond*.

²³ UNCTAD, 2016b, *Data Protection Regulations and International Data Flows: Implications for Trade and Development* (United Nations publication, New York and Geneva).

34. Более того, цифровая экономика может создать условия для возрастания налогового планирования и эрозии налоговой базы, что уменьшает возможности использования внутренних ресурсов для развития²⁴. В Европейском союзе отечественные цифровые бизнес-модели облагаются по эффективной налоговой ставке, которая меньше половины ставки для традиционных бизнес-моделей²⁵.

35. Что касается занятости и условий труда, то развитие цифровой экономики сопровождается ростом торговли заданиями, опосредованной сетевыми платформами привлечения работников, такими как Amazon Mechanical Turk и Upwork. Это создает новые возможности получения дохода для людей в развивающихся странах, в которых имеются необходимые системы связи и работники нужной квалификации. Эти платформы позволяют веб-дизайнерам, программистам, переводчикам, маркетологам, бухгалтерам и многим другим специалистам реализовывать свои услуги клиентам за рубежом. Ежегодно около 40 млн пользователей пользуются этими платформами для поиска работы или работников. В то же время фрагментация производственного процесса и значительное избыточное предложение со стороны людей, ищущих работу, на таких платформах могут ухудшить соотношение сил не в их пользу и тем самым усугубить тенденции «гонки на выживание» в плане оплаты и других условий труда. Важно, чтобы политика и нормы регулирования позволили этому растущему сегменту экономики обеспечить качественные и достойные рабочие места²⁶. Необходимы дополнительные исследования для оценки затрат и преимуществ интернет-торговли заданиями как для работников, так и для предприятий, а также для разработки соответствующих мер политики и регулирования.

36. Цифровые платформы позволяют находить людей для решения задач любой требуемой квалификации, от подсчета щелчков мышью до написания статей или кодирования. Эти платформы трансформируют рынки труда, поощряя определенные виды контрактов (на внештатной и разовой основе в отличие от регулярной занятости) и создавая условия для выхода на рынок новых конкурентов. В результате работники с высоким уровнем социальной защиты могут столкнуться на внутреннем рынке или за рубежом с конкуренцией со стороны работников с более низким уровнем социальной защиты. Это влияет на систему предоставления льгот, здравоохранение и пенсионного обеспечения, а также на сферу обучения и образования.

37. В широком смысле экономическая политика и меры регулирования должны быть направлены на максимизацию выгод и минимизацию издержек цифровых платформ. Цифровые платформы приводят к повышению эффективности за счет снижения транзакционных издержек и информационных асимметрий, поддерживаемых рейтинговыми системами, уменьшения потребительских цен, расширения доступа к рынкам, усиления конкуренции, более эффективного использования недоиспользуемых ресурсов, гибкости для поставщиков услуг и выгод для планеты в результате более эффективного использования ресурсов. Однако есть опасения, что рыночные позиции определенных платформ могут привести к злоупотреблению доминирующим положением, проблемам с защитой данных и конфиденциальности, а также к эрозии налоговой базы и негативным последствиям в сфере труда. Снижение стоимости потребляемых товаров может увеличить объем использования ресурсов и выбросов углекислого газа. Более того, чистые выгоды могут распределяться неравномерно, что может потребовать политики перераспределения.

38. Поскольку основное внимание в этой записке уделяется электронной торговле, в следующих разделах рассматриваются конкретные вопросы, связанные с электронной торговлей.

²⁴ Srnicek, 2017.

²⁵ European Commission, 2017, Communication from the Commission to the European Parliament and the Council: A fair and efficient tax system in the European Union for the digital single market, 21 September.

²⁶ UNCTAD, 2017a.

II. Барьеры на пути доступа к международным платформам для развивающихся стран

39. Глобальные сетевые платформы становятся все более важными для участия ММСП в некоторых цепочках создания стоимости²⁷. Прямые продажи на международных рынках определенных видов товаров, такие как промежуточные продукты, сувениры и реализуемые в розницу продукты питания, иногда могут быть более эффективными, особенно если эти товары выделяются из однотипных или имеют дополнительную потребительскую стоимость.

40. Для многих фирм развивающихся стран экспорту с привлечением платформ электронной торговли препятствуют трудности с оценкой качества фирм, производственных процессов и продукции или недостаточной совместимостью или негибкостью платежных решений. Более новые поколения таких платформ способны отчасти устранять такие барьеры. В их арсенале – более сложные рейтинги, а также более эффективные платежные решения и гарантии, которые могут обеспечить более надежную защиту как для покупателей, так и для продавцов, тем самым помогая преодолеть недоверие.

41. Международные платформы электронной торговли используются растущим числом малых предприятий для продвижения на рынке и продажи разнообразных товаров. Фирмам развивающихся стран с низким доходом становится легче интегрироваться, например, с такими сайтами электронной торговли, как Alibaba, Amazon Marketplace, eBay и TradeKey.com. Такие платформы расширяют свою защиту и охват для поддержки участников торговли во все большем числе стран. Это позволяет ММСП вести торговлю с использованием удобной платежной системы и платформ на их языке. При более широком доступе к Интернету такие платформы, как ожидается, станут все более важными каналами экспорта промежуточных и конечных товаров. Тем не менее торговые фирмы развивающихся стран могут столкнуться с ограничениями, желая воспользоваться этими услугами, и доступ к ним остается в развивающихся странах неравномерным.

42. Однако доступ к глобальным платформам электронной торговли, платежей и приложений на глобальном уровне и их использование неодинаков. Например, ЮНКТАД отметила, что только в одной развивающейся стране (Индия) торговые фирмы могут зарегистрироваться в качестве продавцов на платформе Amazon²⁸. При перемещении за пределы Соединенных Штатов, и особенно за пределы развитых стран, объем услуг постепенно сокращается²⁹. Сходным образом, в случае eBay пользователи смогли зарегистрироваться в качестве продавцов на своей платформе в 24 странах, включая 9 развивающихся стран. Другие сайты eBay разрешают совершать покупки, но не продажи. Такой асимметричный доступ к рынкам может усилить существующие диспропорции в электронной торговле, облегчая экспорт из данной страны в другие страны. Общим фактором, ограничивающим доступ к платформам электронной торговли, является отсутствие международных платежных решений, таких как PayPal. В 2017 году учетные записи PayPal имели пользователи более чем в 100 странах, но не могли быть открыты в большинстве развивающихся стран с низким уровнем дохода. Хотя глобальные платформы электронной торговли предоставляют интегрированные платежные решения, во многих африканских странах компании не могут их использовать, поскольку у них нет необходимого иностранного банковского счета или филиала³⁰.

²⁷ Ibid.

²⁸ UNCTAD, 2015.

²⁹ Согласно Amazon, продавцы регистрируются в 103 странах, но только в 64 странах осуществляется поддержка платежного решения Amazon (<https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=200417280>, а также <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?nodeId=200497820>, ссылка проверена 6 февраля 2018 года).

³⁰ International Trade Centre, 2016, *Bringing SMEs [Small and Medium-sized Enterprises] onto the E-Commerce Highway* (International Trade Centre, Geneva).

43. Аналогичные асимметрии также наблюдаются в работе мобильных приложений в Африке к югу от Сахары. По данным одного из исследований, Нигерия была единственной страной региона, в которой пользователи и разработчики могли покупать и продавать приложения для Android, как в развитых странах³¹. В 22 странах пользователи смогли скачать бесплатные и платные приложения; однако разработчики могли загружать только бесплатные приложения, но не могли получать оплату за них. В большинстве стран разработчикам не предлагалось никаких вариантов, и было неясно, смогут ли пользователи даже скачивать бесплатные приложения. Это означает, что приложения недоступны для всех и что далеко не все разработчики могут выходить на рынок, чтобы зарабатывать средства к существованию. Более того, крупнейшие рекламные платформы, такие как Google AdSense, не принимают рекламных объявлений на любых африканских языках, кроме арабского, английского, французского и португальского языков, что снижает потенциал монетизации новых услуг³².

III. Практические ограничения, с которыми сталкиваются малые и средние предприятия развивающихся стран при налаживании электронной торговли

44. В качестве потенциальных ограничений для электронной торговли действует ряд факторов. Экономические барьеры включают неадекватную инфраструктуру и ограниченное использование ИКТ, ненадежное и дорогостоящее энергоснабжение, ограниченное использование кредитных карт, низкую покупательную способность и недостаточную развитость логистических и финансовых систем. К социально-политическим барьерам относятся неразработанность законодательства, которая подрывает доверие людей и предприятий к операциям в сети; связанное с культурой предпочтение личного контакта; преимущественная роль наличного оборота в обществе. Когнитивными препятствиями являются низкий уровень грамотности в области ИКТ, информированности и знаний, связанных с электронной торговлей среди потребителей и предприятий. Во вставке 2 охарактеризованы общие препятствия, с которыми сталкиваются ММСП при ведении электронной торговли³³. В следующих разделах рассматриваются, в частности, вопросы доступа к Интернету, платежных решений, логистики и доставки, а также стандартов качества.

Вставка 2

Наиболее серьезные препятствия, с которыми сталкиваются в международной электронной торговле микропредприятия и малые и средние предприятия

Ряд препятствий мешают ММСП развивающихся стран реально использовать электронную торговлю. Перечисленные ниже препятствия взяты из оценки, проведенной Центром по международной торговле:

- недостаточная осведомленность, понимание или мотивация директивных органов, учреждений, занимающихся вопросами торговли и инвестиций, и МС МП в вопросах расширения торговли в Интернете и способах преодоления связанных с этим препятствий;
- отсутствие доступа к соответствующим технологиям, их чрезмерная стоимость и отсутствие необходимых кадров. Многие ММСП не овладевают технологией или не имеют необходимых специалистов. Даже те из них, которые имеют доступ к

³¹ M Kende, 2015, The mobile app [applications] divide, Discussion Paper No. 1, Internet Society.

³² M Kende, 2017, Promoting the African Internet Economy, Internet Society.

³³ См. UNCTAD, 2015; International Telecommunication Union, 2016, *Measuring the Information Society Report* (Geneva); J Meltzer, 2014, Supporting the Internet as a platform for international trade: Opportunities for small and medium-sized enterprises and developing countries, Global Economy and Development Working Paper 69, Brookings.

интернет-рынкам, могут не располагать компетенциями в использовании дополнительных технологий, таких как управление запасами и обработка заказов. Решения связаны с получением необходимых технических знаний, что часто не по средствам малым предприятиям;

- низкая доступность международных и местных платежных решений. Продавцы часто не могут использовать сетевые платежные решения. Трудности могут возникать из-за множества факторов, в том числе валютного контроля, правил международных расчетных сервисов и отсутствия информации о различных участниках торговли, необходимой для надежной работы с контрагентами. Решения, имеющиеся в распоряжении небольших местных предприятий, например банковские переводы или чеки, могут столкнуться с недоверием иностранных клиентов или быть дорогими в использовании;
- отсутствие доступа к экономической логистике. Часто международные услуги, предоставляемые местными почтовыми монополиями, имеют низкое качество, а экспресс-доставка может быть дорогой. Без их взаимодействия объем международных перевозок, необходимых для ММСП, остается низким, и в этой ситуации им сложно добиваться снижения тарифов. Эти предприятия также сталкиваются с административным бременем необходимости понимания и правильного применения экспортных и импортных пошлин и правил. Без надлежащей организации работы с возвращенными товарами преимущества международной электронной торговли могут быстро сойти на нет;
- ограниченные возможности работы с запросами международных клиентов и поддержания связей с ними;
- недостаточная заметность, отсутствие устоявшейся репутации и низкое доверие на целевых рынках. Потенциальные клиенты должны знать фирму-экспортера и ее товары, а также доверять данному каналу сбыта. Повышению информированности о товарах и услугах фирмы мешает то, что рекламная деятельность может быть связана с крайне высокими затратами и требует определенного представления о конечном рынке. Укрепление доверия может потребовать понимания культуры, а также технологических решений, таких как доступ к проверенной стандартной сертификации безопасности и проверенных цифровых подписей в случае операций между предприятиями;
- несоблюдение юридических и налоговых требований на целевых рынках. Невключение в цену налога на добавленную стоимость и импортных пошлин может привести к тому, что потребителю придется покрыть при доставке непредвиденные дополнительные расходы. Это может привести к дорогостоящим возвратам товаров, потере репутации и возможному закрытию допуска торговых фирм к сайтам электронной торговли. Что более важно, должны быть получены и поддерживаться в должной форме необходимые лицензии на экспорт и импорт.

Источник: UNCTAD, 2017a, на основе International Trade Centre, 2017, E-commerce (URL: <http://www.intracen.org/itc/sectors/services/e-commerce/>, ссылка проверена 6 февраля 2018 года).

А. Доступ к Интернету

45. Доступный доступ к ИКТ для людей и предприятий имеет важное значение для электронной торговли и использования цифровых платформ. Для результативного участия в цифровой экономике ММСП развивающихся стран, особенно наименее развитых стран, необходим недорогой доступ к соответствующей инфраструктуре ИКТ. Это включает как минимум мобильную телефонию и, во все больших масштабах, широкополосную связь, в том числе в сельской местности. Кроме того, необходимо расширить возможности ММСП эффективно использовать ИКТ. Менее крупные фирмы обычно отстают от крупных в использовании ИКТ; это препятствует их

реальному встраиванию в глобальные цепочки создания стоимости, которые все больше зависят от цифровых решений³⁴.

46. Хотя связь в некоторых отношениях значительно улучшилась за последнее десятилетие, развивающиеся страны, особенно наименее развитые страны, все еще отстают по показателям использования проводной широкополосной связи, доступа домохозяйств к ИКТ и использования Интернета. Согласно последним данным Международного союза электросвязи, показатель охвата мобильной сотовой телефонной связью достиг более 90% в развивающихся странах, но охват мобильной широкополосной связью лишь немногим выше 40%, а охват фиксированной широкополосной связью по-прежнему ниже 10%³⁵. Более половины населения мира по-прежнему не выходят в сеть – а широкополосный разрыв еще шире. В наименее развитых странах в 2016 году только 16% населения пользовались Интернетом.

47. Что касается электронной торговли, то более 70% жителей нескольких развитых стран покупают товары или услуги в Интернете. При этом в большинстве развивающихся стран менее 5% участвуют в электронной торговле³⁶.

В. Платежные решения

48. Цифровые платежные системы связаны с использованием дебетовых и кредитных карт, сетевых и мобильных платежей и систем на основе технологий распределенного реестра, таких как блокчейн. В целом цифровые платежи позволяют ускорить совершение сделок, уменьшить непроизводительные расходы и снизить транзакционные издержки, повышая производительность труда и позволяя фирмам участвовать в торговле. Они освобождают банки и торговые фирмы от финансовых и нефинансовых затрат, связанных с оформлением полученных платежей, ведением учета, калькуляцией, хранением, обеспечением сохранности, задержками, прозрачностью отслеживания платежей, риском неплатежа при доставке, безопасностью получателя и с перевозкой денежных средств. Например, цифровые платежи могут помочь государству решать проблемы черных рынков и уклонения от уплаты налогов, а также помогают поддерживать всеобщий доступ к финансовым услугам.

49. В 2014 году на кредитные и дебетовые карты приходилось более половины всех платежей в электронной торговле в стоимостном выражении. Однако к 2019 году их доля, как ожидается, снизится до 46%, поскольку важное значение приобретают электронные кошельки и другие альтернативные способы оплаты, такие как мобильные деньги. В развитых регионах в цифровых платежах преобладают кредитные и дебетовые карты, за которыми следуют электронные кошельки. В отличие от этого в развивающихся странах кредитные карты редко служат наиболее распространенным способом оплаты в электронной торговле, как и цифровые платежи.

50. Например, в Египте около 90% операций электронной торговли оплачиваются наличными, а в наименее развитых странах доля наличных в расчетах еще выше (см. быстрые оценки готовности к электронной торговле, подготовленные ЮНКТАД для Бутана, Камбоджи, Непала и Самоа)³⁷. В Кении использование мобильных денег в электронной торговле – доступ к финансовым услугам с помощью мобильного телефона – более распространено, чем использование кредитных карт, хотя чаще всего товар оплачивается наличными при доставке.

³⁴ UNCTAD, 2017a.

³⁵ International Telecommunication Union, 2016.

³⁶ См. UNCTAD, 2017a.

³⁷ См. сноску 6.

51. В международных покупках наиболее популярным способом оплаты, по-видимому, стали электронные кошельки. Опрос покупателей из 26 стран, заказывавших в Интернете товары из других стран, проведенный в 2016 году Международной почтовой корпорацией, показал, что предпочтительным выбором для 41% респондентов были электронные кошельки, такие как PayPal, за которыми следовали кредитные карты (33%) и дебетовые карты или банковские переводы (18%)³⁸. Основное препятствие для покупок и продаж в других странах – отсутствие функциональной совместимости платежных систем.

52. В будущем технологии распределенного реестра, такие как блокчейн, могут все чаще использоваться для платежей в других странах. Благодаря им платежи по сети могут быть безопасными, а поскольку в этом случае покупатель рассчитывается непосредственно с продавцом, то их проведение может быть дешевле, чем расчеты через посредника. Хотя в настоящее время лишь немногие пользователи Интернета предпочитают этот способ оплаты, он постепенно получает более широкое распространение, поскольку он повышает защищенность, ускоряет расчеты, уменьшает размер минимальной коммерчески оправданной сделки и поддерживается цифровизованными вариантами традиционных контрактов (так называемыми интеллектуальными контрактами). Его свойства позволяют проводить международные микрооперации, в том числе денежные переводы, которые в противном случае были бы невозможны из-за высоких фиксированных затрат или отсутствия доверия между сторонами.

С. Логистика и доставка

53. Цифровая экономика влияет на торговую логистику, которая во многом основана на глобализации торговли и международных производственных системах. Во-первых, все большее число товаров поставляется в цифровой форме, а не физически. Во-вторых, расширение электронной торговли физическими товарами привело к быстрому росту числа небольших посылок и поставляемых партий низкой стоимости, которые часто отправляются малыми предприятиями и частными лицами, многие из которых не имеют условий для соблюдения сложных правил торговли, особенно в условиях роста числа поставок мелких посылок и отправок. Это потребует использования цифровых данных для совершенствования операций торговой логистики. Например, там, где это возможно, отправления должны быть консолидированы – особенно небольшие посылки, которые отправляются непосредственно от производителя конечному потребителю, – при складировании ряда отправленных товаров ближе к потребителю.

54. Необходимость соблюдения таможенных требований – еще одна проблема для ММСП. Их соблюдение особенно сложно для менее крупных предприятий электронной торговли, которые экспортируют товары на несколько рынков, на каждом из которых имеются свои правила. Так, таможенные режимы, программы доверенных участников торговли и другие программы, которые помогают ускорить прохождение товара через таможню, как правило, ориентированы на задачи относительно крупных торговых фирм, которые регулярно имеют высокий оборот торговли. Критерии, предусмотренные такими программами, часто трудно выполнить, особенно малому бизнесу.

55. Порталы, которые способствуют упрощению процедур торговли и логистики, такие как механизмы единого окна, объединения портов, порталы торговой информации или таможенные веб-сайты, которые позволяют участникам непосредственно вводить внешнеторговые данные, также могут предоставлять возможности поддержки и использования платформ электронной торговли. ЮНКТАД активно поддерживает развитие автоматизации таможенных служб, механизмов единого окна и порталов торговой информации.

³⁸ Источники в этом разделе см. UNCTAD, 2017a.

D. Соблюдение стандартов качества

56. Для ММСП развивающихся стран с низким доходом участие в глобальных производственных системах связано как с возможностями, так и с проблемами. В частности, стандарты и требования к качеству могут быть высоки. В то же время они служат стимулом для повышения технического и управленческого уровня и инноваций. Например, экспортные показатели сельскохозяйственных производителей зависят от того, могут ли они обеспечить выполнение требований и стандартов качества. Хотя цифровые инструменты могут играть здесь определенную роль, известно мало примеров конкретных проектов использования ИКТ, для того чтобы помочь аграриям повысить уровень своих знаний и технологий с особым акцентом на экспорт³⁹.

IV. Политические последствия и центральные вопросы

A. Как развивающиеся страны могут создавать местные платформы для внутренней и международной электронной торговли?

57. В развивающихся странах местные платформы электронной торговли часто дополняют глобальные платформы. В силу больших сетевых эффектов и эффектов масштаба, связанных с цифровыми операциями, создать успешную глобальную платформу электронной торговли сложно. Это помогает объяснить, почему на рынке, как правило, доминирует несколько мегаигроков. Тем не менее для специализированных платформ имеется больше возможностей, если они нацеливаются на конкретные ниши.

58. В целом содействие развитию местных цифровых платформ должно включать действия государства, направленные на повышение готовности всех заинтересованных сторон в стране к участию в электронной торговле и ее использованию. Пока только небольшая часть населения или предприятий использует электронную торговлю, возможности для разработки новых платформ остаются ограниченными. Политика государства может быть нацелена на изучение различных способов повышения готовности в семи областях политики, определенных инициативой «Электронная торговля для всех»⁴⁰. Особое внимание также необходимо будет уделить развитию предпринимательства, инновациям и доступу к финансированию цифровых стартапов в целях укрепления внутреннего производственного потенциала в целях разработки индивидуальных решений для цифровой экономики. В той степени, в которой государство готово привлекать иностранный капитал к развитию местных платформ, может оказаться целесообразным рассмотреть условия инвестирования в такую деятельность.

B. Какие имеются препятствия, связанные с международными платформами электронной торговли, с которыми сталкиваются развивающиеся страны, включая наименее развитые страны, и как можно преодолеть эти препятствия?

59. Как отмечалось выше, во многих развивающихся странах торговые фирмы и разработчики не имеют полного доступа к нескольким глобальным платформам электронной торговли или расчетов. Хотя условия доступа улучшаются, неравенство доступа к таким платформам по-прежнему говорит об отсутствии одинаковых правил игры в международной электронной торговле.

60. Необходимы дальнейшие исследования для изучения причин отсутствия доступа к определенным платформам. Это может быть связано с государственной

³⁹ UNCTAD, 2017a.

⁴⁰ UNCTAD, 2017a.

политикой страны базирования или принимающей страны или корпоративными стратегиями владельца платформы. Однако наиболее распространенное препятствие для получения платежей через торговые площадки разработчиков приложений и некоторые платформы электронной торговли – это отсутствие необходимых платежных решений, таких как мобильные платежи, кредитные карты или PayPal.

61. Директивные органы могут взаимодействовать с владельцами платформ, чтобы тем самым обеспечить их максимальное использование, а также то, чтобы ныне действующие правила не препятствовали доступу. Они могут также поддерживать подготовку специалистов малых и средних предприятий по вопросам использования различных платформ. Например, некоторые организаторы туристических платформ организовали выездные показы и учебные занятия в Восточной Африке, а вместе с Alibaba были налажены стратегические партнерские отношения и оказание поддержки ММСП для использования ее платформы во Вьетнаме. В Китае налажены партнерства, призванные побудить малые фирмы поставить цель присоединения к платформам в качестве основной цели модернизации фирмы⁴¹.

С. Каковы некоторые из практических ограничений, с которыми средние предприятия развивающихся стран сталкиваются при налаживании электронной торговли, и как их можно преодолеть?

62. В этой записке рассматривается ряд практических ограничений, с которыми часто сталкиваются малые предприятия, ставящие задачу экспорта с использованием каналов электронной торговли. Учитывая сквозной характер электронной торговли, устранение таких ограничений требует комплексного подхода, который одновременно затрагивает несколько областей политики.

63. Что касается развития связи, то необходимо ускорить создание и поддержание в развивающихся странах надежной и доступной высокоскоростной цифровой инфраструктуры. Важно сузить различия между странами и внутри стран в плане доступа к цифровым технологиям и их использования. Решение частично может быть связано с увеличением инвестиций в инфраструктуру. Необходимо также активизировать усилия по развитию спроса, чтобы решить такие проблемы, как низкая покупательная способность, недостаточная информированность о пользе Интернета, недоверие, недостаточная подготовка и отсутствие местного контента. Особое внимание следует также уделить рассмотрению гендерного цифрового разрыва. Кроме того, при разработке политики необходимо принимать действенные правила регулирования связи и обеспечивать доступ к надежному электроснабжению.

64. Важен также доступ к электронным международным платежным услугам, поддерживаемый соответствующими законами и подзаконными актами. Частные платежные сервисы, такие как PayPal и компании кредитных карт, с меньшей вероятностью инвестируют там, где законодательство недействительно или неясно. Это в свою очередь удерживает крупные платформы электронной торговли от предоставления услуг в таких местах. По мере роста значения электронных и мобильных платежей большему числу фирм потребуется доступ к цифровым платежным системам, которые могут обрабатывать относительно небольшие суммы по разумной цене. Таким образом, исключительно важны правила, связанные с электронными платежами, учитывающие специфику малых предприятий. С распространением на рынке различных платежных решений все более важным также становится межсетевое взаимодействие. Преодоление проблем с платежами может потребовать нешаблонного мышления. Например, эстонское электронное постоянное жительство дает право доступа к бизнес-аккаунту PayPal из любой страны⁴².

⁴¹ Ibid.

⁴² См. <https://medium.com/e-residency-blog/how-to-access-a-paypal-business-account-from-any-country-f5360419fed8> (ссылка проверена 6 февраля 2018 года).

65. Разработчикам политики необходимо углубить свое понимание проблем в области соприкосновения торговой логистики, цифровизации и электронной торговли. Разработчики политики должны изучать и использовать возникающие здесь возможности для развития международной электронной торговли и создавать условия, процедуры и ресурсы, которые позволили бы развивать электронную торговлю, имея в виду интересы ММСП. Новые технологии и институциональные реформы могут помочь расширить некоторые узкие места в логистике⁴³. Все более важными становятся уже имеющиеся решения по упрощению процедур торговли, включая обработку до прибытия, автоматизацию таможенных процедур, обеспечение прозрачности, назначение уполномоченных экономических операторов и экспресс-перевозки. Кроме того, необходимо укрепить материально-техническую и транспортную инфраструктуру и создать универсальные системы адресов и почтовых индексов⁴⁴.

66. Соглашение об упрощении процедур торговли Всемирной торговой организации содержит положения, направленные на модернизацию процедур пограничного оформления и упорядочение таких процессов. Такие усилия становятся еще более важными в развивающейся цифровой экономике. Хотя оно стало шагом в правильном направлении, Соглашение не является достаточным само по себе: оно не затрагивает всех вопросов, возникающих в связи с появлением в торговле все более широкой практики доставки товаров в мелких посылках, часто отправляемых малыми предприятиями. Новый цифровой ландшафт требует новых и инновационных решений, которые поддерживают консолидацию поставок и тем самым уменьшают бремя мер контроля со стороны пограничных ведомств. Многие из мер по упрощению процедур торговли, предусмотренных в Соглашении, не только имеют отношение к традиционной торговле между предприятиями, но и еще более важны в случае небольших посылок и сделок между предприятиями и потребителями. Национальные механизмы координации заинтересованных сторон, такие как национальные комитеты по упрощению процедур торговли, будут все чаще включать вопросы электронной торговли в свою программу работы⁴⁵.

67. Международная электронная торговля включает поиск иностранных клиентов в Интернете, продвижение товара среди них с помощью социальных сетей и платформ электронной торговли, брендинг, маркировку и ценообразование, ориентированное на конкретные уровни дохода и вкусы иностранных клиентов, создание онлайн-стратегий рекламы и партнерство с платформами электронной торговли. Хотя продавцы, выступающие на платформах электронной торговли, могут начать экспорт после их нахождения иностранным покупателем, их международный рост требует более систематического и стратегического подхода.

68. Страны могли бы изучить пути практического использования цифровых решений при продвижении экспорта. Организациям содействия торговле следует всемерно использовать цифровые инструменты при предоставлении своих услуг малому бизнесу; им следует использовать сетевые платформы для предоставления информации о предприятиях на международном уровне и охвата целевых групп. Учитывая растущее значение каналов онлайн-маркетинга, на торговых выставках и при создании потенциала необходимо шире использовать решения электронного рынка и платформы социальных сетей. В этой связи могут быть полезны государственно-частные партнерства.

69. Еще одна проблема, отмеченная выше, касается соблюдения стандартов качества. Хотя в развивающихся странах существуют некоторые механизмы поддержки, такие как органы честной торговли и экологического сертифицирования, многие из них работают как частные структуры, услуги которых не всегда по

⁴³ UNCTAD, 2016c, *Trade Facilitation and Development: Driving Trade Competitiveness, Border Agency Effectiveness and Strengthened Governance* (United Nations publication, Geneva).

⁴⁴ UNCTAD, 2015.

⁴⁵ UNCTAD, 2017c, *National Trade Facilitation Committees: Beyond Compliance with the WTO [World Trade Organization] Trade Facilitation Agreement?* Transport and Trade Facilitation, Series No. 8 (United Nations publication).

средствам мелким производителям. Такие инициативы, как Форум торговли для устойчивого развития Центра по международной торговле и экспериментальные проекты по экспорту садоводческой продукции в Европейский союз, могут помочь усвоению передового опыта в этой области⁴⁶.

D. Какой полезный опыт развитые и развивающиеся страны, в том числе наименее развитые страны, могут перенять друг у друга?

70. Хотя в настоящей записке приводятся примеры и иллюстрации по различным затронутым темам, обсуждение передового опыта, позволяющее странам перенимать опыт друг друга, должно быть обогащено обменом опытом между экспертами из разных государств-членов, участвующих в работе второй сессии Межправительственной группы экспертов по электронной торговле и цифровой экономике. Письменные вклады государств-членов также могут служить основой для обсуждения на сессии.

71. Помимо обсуждения, проведенного Группой, государствам-членам следует также рассмотреть возможность участия в дискуссиях на региональном уровне. Соседние страны могут сталкиваться с аналогичными возможностями и проблемами, и поэтому они могут получить большую пользу от обмена опытом.

⁴⁶ UNCTAD, 2017a.