

УДК 339.562

БАБАЕВА ДИАНА РАИФОВНА

к.э.н., старший преподаватель кафедры «Аудит и финансовый контроль»
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»,
e-mail: diana_babaeva_76@mail.ru

ИРАЗИХАНОВА СУАЙБАТ АЛИБЕКОВНА

к.э.н., старший преподаватель кафедры «Аудит и финансовый контроль»
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»,
e-mail: diana_babaeva_76@mail.ru

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЙ ФОРМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РОССИИ

Аннотация. Цель работы. Целью статьи является разработка ряда практических мер по совершенствованию регулирования интернет-торговли и рационализации российской структуры импорта и экспорта. Исследование основано на общенаучных методах с использованием систем решения проблем. Эта работа основана на эмпирическом наблюдении автора за истинным состоянием международного сотрудничества и подкреплена анализом имеющейся информации. Разработана методологическая основа для внедрения усовершенствованного механизма онлайн-торговли. Определена и обобщена текущая организация методов управления интернет-бизнесом. Ввиду интересов внешнеторгового сотрудничества было предложено рассмотреть решение проблемы совершенствования методов управления интернет-бизнесом. Полученные **результаты** могут быть использованы для обоснования онлайн-торговли и для разработки практических рекомендаций по выбору наиболее перспективных форм и методов долгосрочного развития российской внешней торговли. В связи с перспективными возможностями развития онлайн-бизнеса необходимо модернизировать формы и методы улучшения внешней торговли.

Ключевые слова: интернет-торговля, внешняя торговля, государства, экспорт, импорт.

BABAIEVA DIANA RAIFOVNA

k.e.n., senior lecturer
the department of audit and financial control
e-mail: diana_babaeva_76@mail.ru

IRAZIHANOVA SUAJBAT ALIBEKOVNA

K. E. N., senior lecturer
the department of audit and financial control Dgtu,
e-mail: diana_babaeva_76@mail.ru

PERFECTION OF METHODS OF REGULATION OF THE INTERNET-TORGOVLYA PERSPECTIVE FORMS OF DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE OF RUSSIA

Abstract. Purpose of work. The aim of the article is to develop a number of practical measures to improve the regulation of Internet trade and rationalization of the Russian structure of imports and exports. The research is based on General scientific methods using problem solving systems. This work is based on the author's empirical observation of the true state of international cooperation and supported by the analysis of available information. A methodological basis for the implementation of an improved online trading mechanism has been developed. Identify and summarize the current organization of Internet business management practices. In view of the interests of

*foreign trade cooperation, it was proposed to consider the problem of improving the methods of Internet business management. **The obtained results** can be used to justify online trading and can be used to develop practical recommendations for the selection of the most promising forms and methods of long-term development of Russian foreign trade. Due to the promising opportunities for the development of online business, it is necessary to modernize the forms and methods of improving foreign trade.*

Keywords: *Internet trade, foreign trade, States, export, import.*

Введение. Современное развитие электронной коммерции неразрывно связано с наиболее важными тенденциями глобального экономического развития. Эта тенденция обусловлена несколькими причинами. Во-первых, обеспечить расширенную репликацию на новой материальной базе, получив доступ к информации и знаниям и превратив их в товарную форму. Во-вторых, в условиях развития электронной коммерции происходит формирование финансовой экономики, характеризующейся максимизацией прибыли без производства, т. е. возрастает роль финансового капитала. В эпоху глобализации мировой экономики Россия не может развиваться изолированно и должна активно участвовать в прогрессе. Необходимость решения этих проблем определяет своевременность, актуальность и направленность научных исследований на эту тему.

Степень изученности проблемы. Существенный вклад в развитие и совершенствование методов регулирования интернет-торговли внесли научные работы российских ученых, к числу которых относятся: Смирнов Е.Н., Прокушев Е.Ф., Волгина Н.А., Бабаева Д.Р., Брагин Л.А., Гагарин А.П., Денисова А.Л., Уляхин Т.М., Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. и др.. Теоретические и методические основы совершенствования методов регулирования интернет-торговли нашли отражение в научных трудах зарубежных ученых: Имери В., Триливен Ф., Шердани А. и др.

Однако, несмотря на результаты теорий и методов внешней торговли электронной торговли, некоторые вопросы, связанные с оценкой приоритетности и эффективности их реализации в России, не были полностью изучены. В частности, проблема адаптации налоговой системы к электронной торговле еще не полностью решена.

Целью статьи является разработка ряда практических мер по совершенствованию метода регулирования интернет-торговли как формы и метода оценки и анализа направления российских внешнеторговых форм и методов.

В соответствии с поставленной целью были определены и решены следующие задачи: систематический анализ и обобщение теоретических основ российской электронной коммерции, выявление и обобщение современных проблем мониторинга интернет-трейдинга, когда товары продавались через Интернет, общие принципы методов и организации бизнес-процессов. Организация предприятий и бизнес-процессов носит системный характер: с учетом интересов внешнеторгового сотрудничества было предложено решить проблему совершенствования методов управления интернет-бизнесом.

Объектом статьи выбраны формы и методы развития российской внешней торговли. Предметом исследования является организация и методика внешнеторгового сотрудничества России.

Научной новизной статьи является разработка условий и методов теории международной торговли и на этой основе разработаны наиболее перспективные формы и методы развития российской внешней торговли, долгосрочных практических рекомендаций. Наиболее заметными выводами результатов исследований, полученных автором, и новизной исследовательской науки являются: систематический анализ и обобщение теоретических основ российской электронной коммерции, выявление и обобщение современных проблем организации онлайн-контроля бизнеса, продажи товаров через Интернет и особенности функционирования бизнес-процессов и организации системного подхода. Теоретической основой данного исследования является фундаментальная и прикладная разработка отечественных и зарубежных ученых и экономистов в области развития мировой экономической теории и международных экономических отношений. В ходе исследования использовались методы логики, статистики и сравни-

тельного анализа, методы экспертной оценки, регрессионного и факторного анализа.

Практическая значимость данного исследования заключается в возможности использования полученных результатов в качестве теоретической и методической базы при разработке внешнеторговой стратегии России.

Информационной базой статьи послужили данные статистических сборников Федеральной службы государственной статистики России, материалы Министерства экономики и территориального развития РФ, а также нормативные и правовые акты федеральных и региональных органов власти по вопросам внешнеторгового сотрудничества России.

Основная часть. В настоящее время Интернет быстро растет и охватывает все больше участников международного обмена информацией. Появление Интернета оказало влияние на гражданские отношения в отдельных странах и внешние связи между странами. Особое значение имеет обмен информацией в сети участников об основных принципах и специальных принципах международного права, содержащихся в Декларации принципов международного права, а также о договоренностях о дружественных отношениях и сотрудничестве, установленных государствами в соответствии с Уставом Организации Объединенных Наций.

Российские участники должны соблюдать эти принципы при общении в Интернете. П. 4 ст. Статья 15 Конституции Российской Федерации гласит, что общепризнанные нормы международного права также являются частью правовой системы Российской Федерации [16].

В Российской Федерации правовые положения о взаимосвязи между электронным документооборотом и электронной торговлей основаны на гражданском законодательстве Российской Федерации, Федеральных законах об информации, информатизации и защите информации, о связи, об электронной цифровой подписи, об участии в международном информационном обмене, обмене информацией и других законодательных мерах. В соответствии с международным правом в области электронной торговли Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций в 1996 г. приняла «Типовой закон об электронной торговле» и его соответствующие директивы. Он разработан и утвержден Комиссией ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), которая применяется к любому виду информации. Термин «сообщение данных» означает информацию, которая обрабатывается, передается, принимается или хранится электронным, оптическим или аналогичным образом, включая электронный обмен данными, электронную почту, телеграмму, телекс или факс.

По российскому законодательству пересечение товаров с «электронными границами» регулируется таможенным законодательством, но нет даже способа преследовать этот тип импорта. В то же время международное сообщество считает, что с электронной торговли не следует взимать никаких новых налогов.

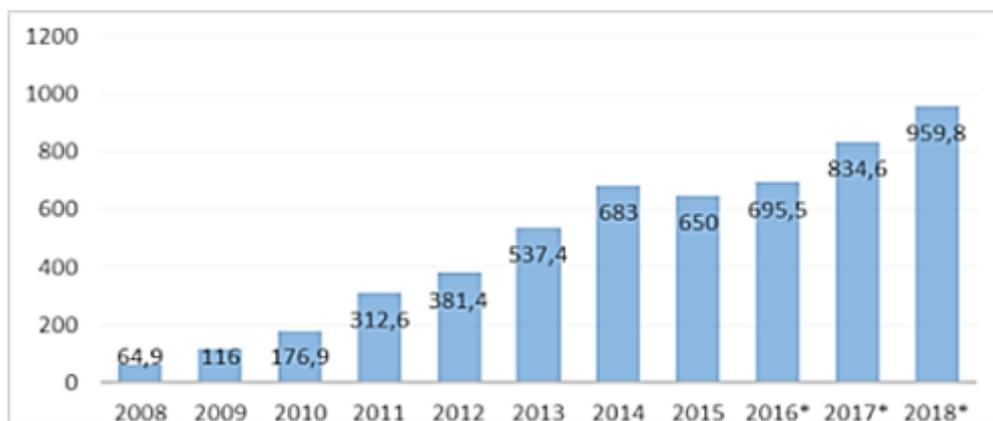
Правительство США является наиболее активным сторонником в устранении налоговых пошлин и тарифов. Многие другие страны, в т. ч. члены ОЭСР и ВТО, присоединились к Соединенным Штатам, поскольку электронная торговля должна быть исключена из новых форм налогообложения, включая таможенные пошлины. Кроме того, решение о снижении или устранении торговых тарифов будет только способствовать развитию международной торговли и международных интересов во всех странах [19].

Обратите внимание, что уровень развития Интернета в Российской Федерации все еще отстает от уровня развитых стран (количество и уровень развития). Таким образом, вы можете ждать изменений в законодательстве об электронной торговле, не теряя ничего. Используйте иностранные продукты, когда они появляются.

Современное развитие электронной коммерции неразрывно связано с наиболее важными тенденциями глобального экономического развития. Эта тенденция обусловлена несколькими причинами. Во-первых, обеспечить улучшенное воспроизведение на новой материальной основе, получить доступ к информации и знаниям и превратить их в товарную форму. Во-вторых, в условиях развития электронной коммерции формируется финансовая экономика, которая максимизирует прибыль без производства, т. е. роль финансового капитала. Все это свидетельствует о том, что трансформация экономических отношений происходит на новом постиндустриальном уровне. Во времена глобализации мировой экономики Россия не может развиваться изолированно и должна активно участвовать в прогрессе. В 2014 г. объем продаж электронной торговли в России достиг 683 млрд руб., увеличившись на 27% по сравнению с

предыдущим годом (рис.). По оценкам J'Son&Partners, за последние пять лет рынок онлайн-бизнеса рос в среднем на 42,5% в год. Однако из-за макроэкономической ситуации объем рынка упал до 65 млрд руб. в 2015 г.

В 2016 г. рынок начал медленно расти (до 69,65 млрд руб.), а затем ускорился рост: к 2018 г. объем онлайн-транзакций достиг почти 960 млрд руб. [1]. Развитие электронной торговли в Российской Федерации существенно удвоило опыт промышленно развитых стран [30]. В целом, в исследованиях нет фундаментальных национальных различий, поскольку изменения соответствуют мировым тенденциям. Конечно, большинство компаний ориентируются на положительные результаты. В этом контексте мы выделяем ключевые стратегические направления, используемые организацией: увеличение конверсии веб-сайтов, повышение среднего показателя контроля, сосредоточение внимания на увеличении количества покупок, сосредоточение внимания на большем количестве посещений.



Российский рынок Интернет-торговли, млрд руб.

Перечисленные направления взаимосвязаны и дополняют друг друга без единой формы предпринимательства. Такие показатели, как «посещаемость сайта», конвертируются в определенные покупки. Хотя масштаб велик, сумма покупки не имеет решающего значения. Однако такие показатели, как конверсии, т. е. соотношение посещений к покупкам, имеют особое значение в электронной торговле. Это соотношение отражает эффективность витрин или бизнеса. В то же время низкие показатели конверсии компенсируются крупномасштабными средними покупками, так же как высокие цены на мелкие покупки не всегда обеспечивают прибыльность [29].

К основным проблемам, тормозящим развитие электронной торговли, относятся:

- 1) несовершенство логистической инфраструктуры;
- 2) несовершенство институциональных основ;
- 3) недостатки в развитии инфраструктуры, в т. ч. финансовой;
- 4) недоверие части потребителей.

Мы считаем, что недостаток доверия может быть компенсирован присутствием продавцов в социальных сетях. В качестве альтернативы увеличьте использование системы для отслеживания местоположения товаров и контроля их транспортировки. Влияние доверия приводит к качественно новому уровню доверия между покупателем и продавцом, что, в свою очередь, указывает не только на открытость, но и на подготовку к изменениям в их действиях. Несколько лет назад многие поставщики не смогли использовать эту технологию, но технологические достижения позволили даже самым маленьким компаниям позволить себе эту технологию [31].

Уровень производительности является отправной точкой для развития российской электронной коммерции. Этот подход можно объяснить двумя способами: что реализовано и как продается?

В связи с этим многие производители стремятся оптимизировать взаимодействие с поисковыми системами. Считается, что веб-сайты, которые предлагают лучшие бренды в отрасли, занимают первую строчку в поисковых системах. Кроме того, большинство пользователей

видят только первую страницу. И только около 41% пользователей используют другую поисковую систему, не находя нужной информации. Исходя из этого, можно сделать вывод, что роль и значение поисковых систем со временем будут возрастать.

Одним из приоритетов в развитии электронной коммерции является увеличение доли мобильных продаж и соответствующей инфраструктуры. Мобильные продажи имеют свои особенности.

1. Доступ к рынку онлайн в зависимости от местоположения (зона покрытия беспроводной сети). Пунктуальность – это постоянный, неограниченный доступ, отрицательное прекращение доступа из-за космических движений.

2. Мобильное приложение имеет ограниченную функциональность.

3. Различное влияние на потребителей.

4. Потенциал этого сегмента увеличивается за счет появления новых подписчиков на рынке электронной коммерции.

В настоящее время электронная коммерция находится в институциональном развитии.

Результаты. В результате исследования: разработана методологическая основа для внедрения усовершенствованного механизма онлайн-торговли. Определите и обобщите текущую организацию методов управления интернет-бизнесом. Общие принципы и особенности функционирования и организации бизнес-процессов по продаже товаров через Интернет носят системный характер.

Ввиду интересов внешнеторгового сотрудничества было предложено рассмотреть решение проблемы совершенствования методов управления интернет-бизнесом.

Выводы. В заключение отметим, что на данный момент каждая страна участвует в международном торговом сотрудничестве. Видно, что основным направлением развития электронной коммерции является уделение внимания доступу, увеличению количества покупок и затрат, увеличению доли мобильных продаж за счет использования нефиксированного оборудования, созданию правовой базы для управления безопасностью платежей. Использование поисковой системы оптимизировано, поисковая оптимизация усовершенствуется. Общее количество посещений интернет-магазина гарантирует, что мобильное приложение используется эффективно, и определяется лучшая цена. Развитие электронной коммерции обеспечивает расширенное воспроизводство на основе новых веществ.

Литература

1. Федеральный закон Российской Федерации об информации, информационных технологиях и о защите информации от 27 июля 2006 г. № 149-ФЗ. – URL : <http://base.garant.ru>. – Заголовок с экрана.
2. Федеральный закон Российской Федерации об электронной подписи от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ. – URL : <http://base.garant.ru>. – Заголовок с экрана.
3. Агафонова, М. В. Услуги интернет-торговли в России : тенденции развития рынка // Интернет-маркетинг. 2014. № 2.
4. Алексеев, А. Будущее электронной коммерции // Инфобизнес. 2015. № 48.
5. Алексунин, В. А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете. – М. : Дашков и Ко, 2015.
6. Багрин, Ю. А. Интернет как новый маркетинговый канал // Маркетинг и реклама. 2012. № 11.
7. Балабанов, И. Т. Торговля через виртуальный магазин // Электронная коммерция. 2013. № 7.
8. Всемирная торговая организация. Генеральное соглашение о торговле услугами [Электронный ресурс]. – URL :
9. Гагарин, А. П. Основы электронного бизнеса. – СПб. : Иван Федоров, 2013.
10. Галкин, С. А. Бизнес в Интернете. – М. : Центр, 2014.
11. Данные с сайта территориального органа Федеральной службы государственной статистики по РД. – URL : <http://dagstat.gks.ru/>.
12. Дашков, Л. П., Памбухчиянц, В. К. Коммерция и технология торговли : учебник для студентов высших учебных заведений. – 9-е изд., перераб. и доп. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2013.
13. Дашков, Л. П., Памбухчиянц, В. К., Памбухчиянц, О. В. Коммерция и технология торговли : учебник. – М. : Дашков и Ко, 2014.
14. Денисова, А. Л., Молоткова, Н. В., Блюм, М. А., Уляхин, Т. М., Гуськов В. Электронная коммерция : основы организации и ведения бизнеса. – Тамбов : Фгбоу По «ТГТУ», 2012.
15. Соколова, Г. М. Интернет-покупки : права покупателя. – М. : Изд-во «Омега-Л», 2015.
16. Тришвен, Ф. Открой свой электронный бизнес : 10 золотых правил начинающего бизнесмена в сфере высоких технологий // ФАИР, 2012.
17. Шердани, А. Анализ экономической эффективности интернет-магазинов // Интернет-маркетинг. 2014. № 2. С. 98–109.
18. Егоров, Д. Организация системы оплаты в интернет-магазине [Электронный ресурс]. – URL : <http://retail-online.ru/stat-i/organizatsiya-sistemy-oplaty-v-internet-magazine/>.
19. Иванов, Р., Генина, Н., Кутуков, В. (IBPartners), Кудрявцев, А. («Коминфо Консалтинг»), Вахитов, Я. Рынок онлайн-торговли в России. – URL : <http://www.cnews.ru>.
20. Имери, В. Как сделать бизнес в Internet. – СПб. : Диалектика, 2015.

21. Как развивается бизнес в России [Электронный ресурс]. – URL : <http://travelnetplanet.com/russia/ekonomika>. – Заголовок с экрана.
22. Канаян, К. и Канаян, Р. Торговля через Интернет : насколько реальна угроза традиционной рознице [Электронный ресурс]. – URL : http://www.usconsult.ru/b_063.html.
23. Ключевые показатели российского Интернета. Аудитория Интернета в России растет благодаря регионам. 2013 [Электронный ресурс]. – URL : <http://mmetrika.rambler.ru/>.
24. Ключевые показатели российского Интернета. За 4 года Интернета в России стало больше в 5 раз. 2013 [Электронный ресурс]. – URL : <http://rametrika.rambler.ru/review/2/4308>.
25. Кобелев, О. А. Электронная коммерция : учеб. пособие. – 4-е изд. – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2014.
26. Крючков, М. Ю. Перспективы внедрения электронной коммерции в России : [Текст] / М. Ю. Крючков. – М. : ЭКСПРЕСС, 2005.
27. Мошкин И. В. Электронный бизнес. Факторы социально-экономического развития в информационной экономике // LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011.
28. Об электронной торговле [Электронный ресурс]. 2012. – URL : <http://www.internet-law.ru/law/projects/e-torg.htm>.
29. Принцип работы интернет-магазина [Электронный ресурс]. – URL : <http://idivpered.ru/2012/06/princip-raboty-internet-magazina/>. – Заголовок с экрана.
30. Рейнолдс, М. Сделай сам интернет-магазин / М. Рейнолдс. – М. : Лори, 2008.
31. Салбер, А. Как открыть интернет-магазин / А. Салбер. – М. : 2014.
32. Соколова, А. М., Геращенко, К. И. Электронная коммерция мировой и российский опыт [Электронный ресурс]. – URL : <http://www.vuzlib.org/books>.

References:

1. Federal law of the Russian Federation No. 149-FZ of 27 July 2006 On information, information technologies and information protection." – URL : <http://base.garant.EN>. – The title of the screen.
2. Federal law of the Russian Federation On electronic signature"of April 6, 2011 No. 63-FZ. – URL : <http://base.garant.EN>. – Title from the screen.
3. Agafonov, M. V. Services of Internet trading in Russia : tendencies of market development // Internet marketing. 2014. No. 2.
4. Alekseev, A. the Future of e-Commerce // Infobusiness. 2015. No. 48.
5. Alexanin, V. A. E-Commerce and marketing on the Internet. – М. : Dashkov and Co., 2015.
6. Bagrin, Yu. A. Internet as a new marketing channel // Marketing and advertising. 2012. No. 11.
7. Balabanov, I. T. Trade via a virtual store // E-Commerce. 2013. No. 7.
8. World trade organization/ General agreement on trade in services [Electronic resource]. – URL :
9. Gagarin, A. P. Fundamentals of e-business. – St. Petersburg : Ivan Fedorov, 2013.
10. Galkin, S. A. Business in the Internet. Moscow : Center, 2014.
11. Data from the site of the territorial authority of the Federal state statistics service for RD. – URL : <http://dagstat.gks.ru/>.
12. Dashkov, L. P., Pambuccian, V. K. Commerce and technology of trade : a textbook for students of higher educational institutions. – 9th ed., pererab. i dop. – М. : Publishing and trading Corporation Dashkov& Co,"2013.
13. Dashkov, L. P., Pambuccian, V. K., Pambuccian, O. V. Commerce and technology of trade : a textbook. – М. : Dashkov and Ko, 2014.
14. Denisova, L. A., Molotkova, N. In. Blum, M. A., Alehin, T. M., Guskov, V. Electronic Commerce : foundations of organization and business. – Tambov : Publishing : Fgbou On TSTU,"2012.
15. Sokolova, G. M. Online shopping : buyer's rights. – Moscow : Publishing House Omega-L,"2015.
16. Trilion, F. Open your e-business : 10 Golden rules for a novice businessman in the sphere of high technologies // Fair, 2012.
17. Serdan, A. Cost-effectiveness Analysis of Internet-shops // Internet marketing. 2014. No. 2. P. 98–109.
18. Egorov, D. Organization of the payment system in the online store [Electronic resource]. – URL : <http://retail-online.ru/stat-i/organizatsiya-sistemy-oplaty-v-internet-magazine/>.
19. Ivanova, P., Genina, N., Kutukov, V. (IBPartners), Kudryavtsev, A. (Kominfo Consulting), Vakhitov, I. Market of online trade in Russia. – URL : <http://www.cnews.ru>.
20. Imeri, V. How to do business on the Internet. – SPb. : Dialectics, 2015.
21. How business develops in Russia [Electronic resource]. – URL : <http://travelnetplanet.com/russia/ekonomika>. – Title from the screen.
22. Kanayan, K. and Kanayan, R. Trade through the Internet : how real is the threat to traditional retail [Electronic resource]. – URL : http://www.usconsult.ru/b_063.html ahhh!
23. Key indicators of the Russian Internet. Internet audience in Russia is growing due to regions. 2013 [Electronic resource]. – URL : <http://mmetrika.rambler.ru/>.
24. Key indicators of the Russian Internet. For 4 years the Internet in Russia has increased 5 times. 2013 [Electronic resource]. – URL : <http://rametrika.rambler.ru/review/2/4308> ahhh!
25. Koblelev, O. A. E-Commerce: textbook. – 4th ed. – М. : Publishing and trading Corporation Dashkov and Ko,"2014.
26. Kryuchkov, M. Yu. Perspectives of electronic Commerce in the Russian : [Text] / M. Yu. Kryuchkov. – М. : EX-PRESS, 2005.
27. Moshkin, V. I. E-business. Factors of socio-economic development in the information economy // LAP LAMBERT Academic Publishing. 2011.
28. On electronic commerce [Electronic resource]. 2012. – URL : <http://www.internet-law.ru/law/projects/e-torg.htm> ahhh!
29. The principle of the online store [Electronic resource]. – URL : <http://idivpered.ru/2012/06/princip-raboty-internet-magazina/>. – Title from the screen.
30. Reynolds, M. Do-it-yourself online store / M. Reynolds. – М. : Lori, 2008.
31. Salber, A. How to open an online store / A. Selber. – М., 2014.
32. Sokolova, A. M., Geraschenko, I. K. E-Commerce world and Russian experience [Electronic resource]. – URL : <http://www.vuzlib.org/books>.]