

**Д.В. Косачёва**, 2 курс

Научный руководитель – **В.А. Скопьюк**, старший преподаватель кафедры экономики

**Полоцкий государственный университет имени Евфросинии Полоцкой**

Трансграничная электронная коммерция (cross-border e-commerce) представляет собой форму международной торговли, при которой покупатели и продавцы совершают сделки через цифровые платформы, не выходя за национальные границы. Цифровая экономика характеризуется глобализацией рынков и стиранием традиционных торговых барьеров. Электронная коммерция как часть цифровой экономики позволяет предприятиям любого размера осуществлять экспорт и импорт товаров и услуг с минимальными транзакционными издержками и круглосуточно, вне зависимости от местоположения [1, с. 190]. Однако её развитие требует не только технологической инфраструктуры, но и эффективной правовой поддержки. Электронная коммерция в международном контексте предъявляет особые требования к регуляторным нормам: электронный договор, платежные механизмы, защита прав участников сделки.

Рынок трансграничной электронной торговли демонстрирует устойчивый рост. По прогнозам, объём мировых B2C-продаж к 2027 году достигнет 5,58 трлн долларов при среднегодовом темпе роста 11,22% [1, с. 191]. Лидером остаётся Китай, контролирующий 46,3% глобальных онлайн-продаж и привлекающий 39% цифровых покупателей [1, с. 192]. Маркетплейсы, такие как Amazon, Aliexpress и eBay, обеспечивают 54% онлайн-транзакций, упрощая доступ малого бизнеса к международным рынкам [1, с. 192].

Цифровые платформы снижают барьеры для компаний из удалённых регионов. Например, в России объём трансграничных операций в 2023 году вырос на 11,3%, достигнув 197 млрд рублей, несмотря на общее сокращение доли таких продаж до 3% [1, с. 192]. В Беларуси, несмотря на жёсткое регулирование, число интернет-магазинов превысило 15 тыс., а их создание требует соблюдения требований к доменным именам и размещению серверов на территории страны [3, с. 142].

Технологические инновации, включая блокчейн и искусственный интеллект, автоматизируют процессы заключения договоров и разрешения споров. Например, онлайн-арбитраж становится

инструментом для урегулирования конфликтов в режиме реального времени [5, с. 216]. Это не только сокращает издержки, но и повышает доверие участников сделок.

Несмотря на преимущества, кросс-бордерная электронная коммерция сталкивается с правовыми и инфраструктурными ограничениями. Различия в национальных законодательствах создают неопределённость. Например, в Беларуси понятие интернет-магазина чётко закреплено в Законе «О государственном регулировании торговли» как «информационный ресурс, позволяющий осуществить заказ на приобретение товаров вне торгового объекта» [3, с. 145]. В России, напротив, отсутствует единое законодательное определение интернет-магазина, а момент заключения договора трактуется через правила дистанционной торговли, что, однако, соответствует международным подходам. Так, российское регулирование, как и Директива ЕС 2011/83/ЕС, рассматривает онлайн-сделки как дистанционные контракты, где акцептом является намерение покупателя приобрести товар [3, с. 154]. В то же время белорусская модель, приравнивающая интернет-торговлю к продаже по образцам, создаёт дополнительные административные барьеры, такие как обязательная регистрация в Торговом реестре и использование национальных доменов [3, с. 146]. Эти правовые различия усложняют интеграцию бизнесов в единое цифровое пространство.

Кибербезопасность остаётся критической проблемой. Утечки данных и мошенничество усугубляются из-за отсутствия гармонизированных стандартов. В ЕС GDPR обязывает получать явное согласие пользователей на обработку данных, в то время как в США действует модель «opt-out», что повышает риски несанкционированного использования информации [4, с. 110].

Инфраструктурное неравенство также ограничивает потенциал. Например, в Беларуси интернет-магазины обязаны использовать национальные домены и серверы, что усложняет интеграцию с глобальными платформами [3, с. 146].

Налоговые и таможенные барьеры увеличивают транзакционные издержки. В ЕС внедрены упрощённые процедуры уплаты НДС, но в странах ЕАЭС, включая Россию и Беларусь, сохраняются сложности с декларированием товаров. Например, белорусские потребители при заказе из-за рубежа сталкиваются с лимитами в 22 евро на беспошлинный ввоз, что ограничивает спрос [3, с. 157].

Для устойчивого роста трансграничной электронной коммерции необходима гармонизация законодательства. Опыт ЕС в антимонопольном регулировании, включая запрет геоблокировок и контроль за использованием больших данных, может стать моделью для других регионов [2, с. 77].

Поддержка малого бизнеса через образовательные программы и доступ к цифровым инструментам поможет сократить инфраструктурный разрыв. Например, в Беларуси развитие специализированных маркетплейсов для ремесленников стимулирует локальную экономику [3, с. 143].

Трансграничная электронная коммерция трансформирует глобальную торговлю, предлагая новые возможности для бизнеса и потребителей. Однако её потенциал может быть реализован только при условии решения регуляторных, технологических и инфраструктурных проблем. Международное сотрудничество, инвестиции в цифровую инфраструктуру и адаптация законодательства станут ключом к созданию инклюзивной и безопасной экосистемы.

#### **Список использованных источников**

1. Голикова С.К., Кусков А.Н. Тенденции и условия развития рынка трансграничной электронной торговли // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2024. Т. 10. № 2. С. 190–194.
2. Хохлов Е. С. Особенности антимонопольного регулирования в сфере e-commerce в конкурентном праве Европейского союза // *E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование)* : сб. ст. / рук. Авт. Кол. И отв. Ред. Д-р юрид. Наук М. А. Рожкова. – М. : Статут, 2019. – С. 66-80
3. Свентицкая А. В. Создание и функционирование интернет-магазинов в Российской Федерации и Республике Беларусь: сравнительно-правовой анализ // *E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование)* : сб. ст. / рук. авт. кол. и отв. ред. д-р юрид. наук М. А. Рожкова. – М. : Статут, 2019. – С.142-160.
4. Руйе Н. Влияние норм о защите данных на онлайн-рекламу: сравнение европейского и американского подходов и перспективы // *E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование)* : сб. ст. / рук. Авт. Кол. И отв. Ред. Д-р юрид. Наук М. А. Рожкова. – М. : Статут, 2019. – С. 104-112.
5. Рожкова М. А. Об автоматизации онлайн-арбитража и онлайн-урегулирования коммерческих и потребительских споров // *E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование)* : сб. ст. / рук. авт. кол. и отв. ред. д-р юрид. наук М. А. Рожкова. – М. : Статут, 2019. – С. 205-233.

6. Останина Е. А. Есть ли потребитель в системе P2P-финансирования? // E-commerce и взаимосвязанные области (правовое регулирование) : сб. ст. / рук. авт. кол. и отв. ред. д-р юрид. наук М. А. Рожкова. – М. : Статут, 2019. – С. 5-36.