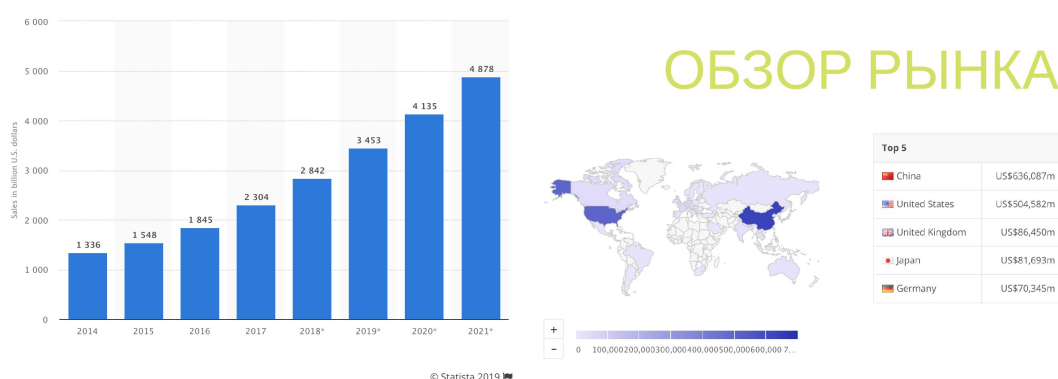


Концепция развития e-commerce в Кыргызстане

I. Современное состояние и тенденции развития электронной торговли в мире

На сегодняшний день товарооборот электронной коммерции в мире по прогнозам на 2019 год достигнет 29 триллионов долларов США, из них на сектор розничного онлайн товарооборота приходится 3,4 трлн долларов США, что в среднем занимает 13.7% от мирового розничного товарооборота и достигнет 4,8 трлн долларов США в течении 2 лет. Мировыми лидерами стабильно остаются страны как КНР, США, ЕС, которые занимают более половины доли электронной коммерции в мире. Доля электронной коммерции от розничного товарооборота остается крайне низка в странах СНГ, так данный показатель составляет всего 4% в Российской Федерации, 1.8% в Казахстане. Для Кыргызстана нет пока точной статистики по объему электронной коммерции в силу отсутствия аналитических данных по рынку и четкого определения по каким параметрам оценивать рынок электронной коммерции.



Надо отметить, что в мире нет единого определения электронной коммерции, и зачастую понятия как электронная торговля, интернет коммерция и электронная коммерция используются как тождественные и разные страны вносят различные и емкие понятия к данным терминологиям. Более узкое понимание непосредственно к электронной коммерции можно отнести предпринимательскую деятельность преимущественно выражающаяся через посредническую и закупочную электронную деятельность с целью получения прибыли и осуществляемая электронным способом.

Так в Казахстане четко определили три критерия по которым они определяют субъектов электронной коммерции: 1) онлайн купля продажа 2) безналичный расчет 3) доставка. Однако данное определение не в полной мере учитывает такие сферы электронной коммерции как онлайн услуги, которые не предусматривают условия доставки. Так как электронная коммерция является главным драйвером роста

цифровой экономики страны, необходимо очертить границы электронной коммерции для Кыргызстана и определить параметры для аналитической оценки данного рынка.

Ввиду того, что электронная коммерция признана во всем мире, как возможность для стран получать конкурентные преимущества в международной торговле и масштабировать возможности национальной экономики в глобальном пространстве почти все экономики мира отметили необходимость стимулирования отечественной электронной коммерции в рамках государственных стратегий. Конкурентоспособность страны определяется не только с производственным потенциалом и технологическими разработками, а определяется развитием инфраструктуры электронной коммерции.

Всеобщая цифровизация в мире трансформировали мировые рынки, адаптация которой требует от государств более гибкой политики и создания благоприятных условий для роста электронной коммерции. Международные организации такие как ОЭСР, ВТО, ЮНКТАД предлагают в качестве комплекса мер направленных на развитие электронной коммерции: принятие стратегий поддержки малого и среднего бизнеса в использовании преимуществ электронной коммерции, поддержку интернет-стартапов, партнерство с МСП и отраслевыми ассоциациями для развития потенциала электронной коммерции. ЕС отмечает электронную коммерцию в качестве ключевой составляющей цифровой экономики и продвигает усиленную работу по гармонизации и созданию благоприятных, конкурентных и открытых рыночных отношений на едином цифровом рынке и в укреплении доверия к электронной коммерции.

Ряд стран на сегодняшний день включаются в региональные торговые соглашения по электронной коммерции, например Китай с Кореей и Австралией, Сингапур с Новой Зеландией, Индия, Китай и Иран и тд для того, чтобы создать условия для роста экспорта и импорта по каналам электронной коммерции.

В рамках цифровой повестки ЕАЭС также предусматривается внедрение единых стандартов и политики развития электронной коммерции в странах ЕАЭС, где отмечена необходимость создания цифровой экосистемы и автоматизация всего процесса цепочек поставок от производителя до конечного потребителя. Главной задачей, которая стоит перед странами ЕАЭС внедрение электронного документооборота для введения безбумажной торговли, электронная аутентификация и обеспечение защиты рынка от влияния глобальных гегемонов. В качестве мер предлагается снижение сумм на беспошлинный ввоз товаров от 1000 евро до 500 евро в начале 2019 года, и 200 евро в начале 2020 года.

В свою очередь главными драйверами роста электронной коммерции являются появление интернет посредников или другими словами электронные торговые площадки ЭТП, которые создают инфраструктуру для участников рынка электронной коммерции. Роль ЭТП крайне важна так как они дают возможность мелкому и среднему бизнесу войти на рынок электронной коммерции с минимальными инвестициями и навыками. ЭТП определяют и внедряют стандарты

работы для продавцов и покупателей и обеспечивают безопасность данных и платежей, а также обеспечивают защиту прав потребителей. Так мировыми лидерами среди ЭТП на сегодняшний день являются Амазон, Алибаба и тд.

Стратегии развития электронной коммерции в других странах

Китай

Китай разработал следующие институциональные меры для развития электронной коммерции, которые содержали три принципа: направление, стимулирование и содействие:

1. Внесение изменений в политический курс и законодательную систему КНР, с целью усовершенствования норм права, финансовой системы и системы налогообложения, создание благоприятных условий для инвестиций.
2. Ускорение создания системы поддержки электронной коммерции в сфере кредитования, стандартов, платежей и перевозок.
3. Повышение доступности информации, а также пропаганда электронной коммерции среди крупных, средних, малых предприятий и потребителей.
4. Усовершенствование технической базы и системы обслуживания электронной коммерции.
5. Пропаганда необходимости подготовки кадров в сфере электронной коммерции.
6. Расширение международного сотрудничества, связанного с электронной коммерцией.
7. Содействие участию электронного бизнеса в международных торгово-промышленных выставках.

Российская Федерация

Россия поставила перед собой задачу создать дополнительные рыночные механизмы обеспечивающие рост электронной коммерции:

1. обеспечения максимально широких возможностей легального развития электронной торговли путем увеличения предпринимательской активности и расширения частной инициативы предпринимателей;
2. снятия чрезмерных запретов и устранение правовых коллизий для электронной торговли, отсутствующих в традиционной торговле;
3. содействия осуществлению объективной оценки состояния и планирования направлений развития электронной торговли посредством обеспечения доступности и полноты открытых данных, относящихся к электронной торговле, а также рассмотрение возможности применения интеллектуальных технологий, обеспечивающих агрегирование, обработку и анализ данных в области электронной торговли;

4. обеспечения эффективного нормативно-правового регулирования электронных сделок, совершенствование систем оплаты в области электронных сделок, обеспечения правовой защиты участников электронной торговли (продавцов, покупателей, третьих лиц);
5. обеспечения сбалансированных условий ведения деятельности для российских интернет-магазинов и иностранных интернет-магазинов, реализующих товары напрямую физическим лицам на территории Российской Федерации;
6. повышение кибербезопасности в области электронной торговли на внутреннем рынке и в области трансграничной электронной торговли.

Целью стратегии РФ по развитию электронной коммерции является достижение к 2025 году следующих показателей:

- 20% доли электронной торговли в общем объеме торговли;
- не менее 70% розничных магазинов, использующих в продажах интернет-канал;
- не менее 80% населения старше 12 лет, использующего Интернет для осуществления покупок;
- увеличение до 10% доли России на мировом рынке электронной торговли;
- увеличение экспорта по каналам электронной торговли не менее, чем на 5%;
- не менее 100 тыс. чел – интернет-продавцов, занятых в сфере электронной торговли России.

Европейский Союз

Для устранения барьеров в электронной торговле между странами членами ЕС был создан единый цифровой рынок, где реализуется общая стратегия развития цифровой инфраструктуры, общие положения об авторских правах, защита персональных данных (GDPR - Регламент по защите персональных данных) и совершенствование онлайн платформ и технологий.

II. Необходимые меры для развития электронной коммерции в Кыргызстане

Унификация данных в электронной коммерции и приведение к единому формату и классификации данных, таких как: товарные классификаторы, услуги, участники рынка и тд необходимы для упрощения обработки данных и анализа текущего состояния рынка. Необходимо создавать условия для развития инновационных проектов по технологии “больших данных”, которая позволяет эффективно анализировать рынок, а также осуществлять прогнозы на основе данных и принимать меры по эффективной реализации политики развития электронной коммерции.

Уровень доверия населения к сайтам, интернет площадкам, необходимо повышать путем разработки комплекса мер по защите персональных данных и усовершенствование процедур аутентификации.

Электронный документооборот необходимо закрепить юридическую значимость электронного документа и приравнять электронный документ к письменной форме заключения сделки (Закон об электронной подписи); Необходимо также определить юридическую значимость электронных документов при трансграничном электронном документообороте.

Статистика по электронной коммерции - на сегодняшний день в Кыргызской Республике отсутствуют методики расчета данных и разработанные механизмы по оценке статистических показателей по электронной коммерции. Основной оценкой успешности развития электронной коммерции в странах является показатель доли электронной коммерции от розничного товарооборота в стране. В Кыргызстане на данный момент отсутствует механизм подсчета данного показателя. В некоторых странах, например в РФ рынок электронной торговли подсчитывается на основе отчетностей об операциях с использованием платежных карт. Необходимо унифицировать методологию исследования для того, чтобы показатели не разнились между отчетами Нацстаткома, НБКР и других институтов. Необходимо совершенствовать методы статистического учета учитывающие все технологические аспекты и специфику развития электронной коммерции. Вместе с тем необходимо проводить мониторинг показателей развития электронной коммерции по сравнению с предыдущими показателями, а также в сравнении с международными рейтингами. Оценка показателей необходима также для учета влияния электронной коммерции на социально-экономическое развитие страны.

Усиление электронных торговых площадок (ЭТП) - необходимо создать благоприятные условия для роста ЭТП, создание конкурентных условий и устранение барьеров для роста. В ряде стран практикуется создание реестров ЭТП и сертификация ЭТП.

Электронные сделки необходимо определить перечень необходимых реквизитов для договоров заключенных в электронной форме, также определить степень ответственности и уровень защиты участников в электронной коммерции при составлении электронных сделок.

Законы и НПА по электронной коммерции - главный критерий для законодательной базы по электронной коммерции это создание благоприятных условий для развития электронной коммерции, упрощение процедур осуществления электронных сделок, устранение барьеров входа на рынок. Также необходимо дать определение электронной коммерции и определить в какой момент электронная сделка будет считаться завершенной, в момент оплаты товара, передачи товара либо в момент согласия (акцепта) со стороны покупателя на электронную сделку.

Главными игроками на рынке электронной коммерции выступают электронные торговые агрегаторы или посредники (маркетплейсы), которые создают электронную инфраструктуру для множества продавцов желающих продавать онлайн.

Налоговое законодательство по электронной коммерции

Для стимулирования роста рынка электронной коммерции в большинстве стран практикуется предоставление налоговых льгот и преференций для участников рынка электронной коммерции.

Виртуальные ККМ это современные решения для автоматизации расчетов для интернет-магазинов, с помощью которого чек доставляется покупателю в электронном виде на электронную почту или в виде смс.

Развитие платежных систем

В настоящее время доступными способами для оплаты за товары и услуги в сфере электронной коммерции являются наличный расчет, банковский перевод, виза эквайринг и мобильные кошельки. Экономика Кыргызстана все еще остается экономикой наличности, которая составляет 90% денежного оборота в стране. Согласно статистике НБКР на 2017 год Около 2 млн банковских карточек сосредоточены на руках населения, однако 95% операций по ним приходятся на снятие наличности. Одним из сдерживающих факторов являются внутренние сервисные ограничения коммерческих банков, которые ссылаются на жесткое регулирование со стороны НБКР. Все новые банковские карты по умолчанию заблокированы для онлайн платежей. Для того, чтобы начать использовать карту для онлайн покупок необходимо написать заявление и лично присутствовать в банке, что является дополнительным барьером для развития онлайн покупок.

Также сдерживающим фактором является отсутствие возможностей осуществлять расчеты между юридическими лицами без использования системы банковских переводов. На сегодняшний день в мировой практике обширно используются альтернативные способы расчетов в онлайн коммерции. Юридические лица имеют возможность рассчитываться платежными картами с возможностью выбора валюты расчетов позволяющая исключить двойную конвертацию.

Комиссии для интернет эквайринга варьируются от 1.6% до 4%, в зависимости от оборота бизнеса, чем больше оборот тем меньше комиссия. Для интернет-магазинов с небольшим оборотом средняя комиссия составляет около 3%. Высокие комиссии не стимулируют онлайн бизнесы переходить на полную онлайн оплату.

Развитие логистической инфраструктуры

Логистическая инфраструктура неотъемлемая часть развития электронной коммерции. Скорость доставки товаров, большой охват территорий доставки, система трекинга, доступные цены, автоматизация цепочек поставок товаров на каждом этапе создают благоприятную среду для стимулирования роста продаж онлайн. Для развития соответствующей инфраструктуры необходимо привлечение инвестиций на условиях ГЧП. Усовершенствованная логистика создает возможность беспрепятственного движения посылок и грузов, в том числе возвратов, что немаловажно при налаживании доверия к интернет покупкам со стороны населения.

Упрощение процедур торговли и реализация безбумажной торговли

Необходимо устранить бюрократические препятствия и упростить процедуры экспорта для предпринимателей. Автоматизация таможенных процедур уменьшает временные затраты бизнесов на таможенную очистку товаров, способствует общей прозрачности и открытости данных. Предварительное онлайн таможенное декларирование товаров, онлайн оплата таможенных пошлин, электронный обмен данными между странами, в частности онлайн обмен сертификатами происхождения, онлайн обмен санитарными, фитосанитарными сертификатами способствует развитию трансграничной безбумажной торговли. Необходимо также упростить процедуры транзита, путем ограничения физического досмотра товаров транзитных грузов также способствует развитию трансграничной торговле. Необходимо внедрение системы управления рисками для повышения эффективности таможенной службы.

Защита прав потребителей

Необходимо совершенствовать нормативно-правовую базу защиты прав потребителей участников электронных сделок. Отдельно необходимо проработать комплекс мер по улучшению доверия к интернет площадкам. В ряде стран практикуется выдача знаков доверия сайтам, которые прошли критерии соответствия стандартам безопасности. Такие инструменты как цифровая репутация продавцов и покупателей будет стимулировать доверие к интернет бизнесу со стороны всех участников рынка электронной коммерции.

В качестве мер по предотвращению рисков сопряженных с действиями недобросовестных продавцов в ряде стран практикуется идентификация интернет-продавцов в онлайн реестре добросовестных продавцов.

Защита персональных данных

Необходимо обеспечить правовую защиту персональных данных.

Кибербезопасность

Локализация данных

Популяризация Электронной Коммерции - даст возможность привлечь поток инвестиций в эту отрасль экономики и станет привлекательной отраслью для нового поколения трудоспособного населения.

В целях популяризации электронной коммерции необходимо разработать комплекс мер по организации различных отраслевых дискуссионных мероприятий, бизнес инкубаторов, акселераторов, коворкинг площадок, для привлечения активных участников рынка и распространение передового опыта по электронной коммерции и обучение начинающих предпринимателей новым навыкам работы в цифровой бизнес среде.