

Т.А. Азатбек, д.э.н., профессор¹

Ж.Е. Шимшиков, к.э.н.²

А.Б. Тлесова, к.э.н., ассоц. профессор³

А.Б. Жанбозова*, докторант PhD¹

Евразийский национальный университет

имени Л.Н. Гумилёва, г. Астана, Казахстан¹

Esil University, г. Астана, Казахстан²

Западно-Казахстанский университет

имени М. Утемисова, г. Уральск, Казахстан³

* – основной автор (автор для корреспонденции)

e-mail: aksaulew@mail.ru

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: УРОКИ ДЛЯ КАЗАХСТАНА

Цель проводимого исследования заключается в изучении, систематизации и обосновании зарубежного опыта государственного регулирования рынка электронной коммерции для выработки рекомендаций по его адаптации и применению в Казахстане. В качестве методов исследования использовались методы систематизации, анализа и синтеза, критериального анализа, сравнительной оценки. В работе авторами обосновывается необходимость государственного регулирования сферы электронной коммерции в Казахстане, что обусловлено наличием положительного и отрицательного эффекта от присутствия в экономике виртуальной торговли. Для выработки рекомендаций по государственному регулированию сферы электронной коммерции исследуется соответствующий опыт стран как США, Китай и Сингапур, которые достигли значительных успехов в продвижении электронной коммерции. В частности, подробно рассматриваются особенности государственной политики в части регулятивного воздействия, налогового регулирования и оказания поддержки предприятиям электронной коммерции. Значимость результатов проводимого исследования заключается в приоритетности развития рынка электронной коммерции в Казахстане, где он назван драйвером экономического роста страны, согласно положениям «Дорожной карты развития электронной коммерции в РК до 2025 года», реализуемой в рамках государственной программы «Цифровой Казахстан». Кроме того, результаты исследования могут быть использованы при составлении обучающих материалов в рамках образовательных программ бакалавриата и магистратуры по дисциплине «Электронная коммерция».

Ключевые слова: электронная коммерция, зарубежный опыт, налоговое регулирование, государственная поддержка, онлайн площадки, рынок B2B, цифровизация, цифровые платформы, интернет-магазины, информационно-коммуникативные технологии.

Кілт сөздер: электрондық коммерция, шетелдік тәжірибе, салықтық реттеу, мемлекеттік қолдау, онлайн алаңдар, B2B нарығы, цифрландыру, цифрлық платформалар, интернет-дүкендер, ақпараттық-коммуникативтік технологиялар.

Keywords: e-commerce, foreign experience, tax regulation, government support, online platforms, B2B market, digitalization, digital platforms, online stores, information and communication technologies.

Введение. Тенденции развития современной мировой экономики свидетельствуют о повсеместном проникновении цифровых технологий, охвативших все сферы деятельности человека. С каждым годом все большая часть населения мира переходит в виртуальную среду для совершения покупок, осуществления транзакций за потребление услуг, а также общения и развлечения. Все это стало возможным благодаря созданию и внедрению цифровых платформ, принципов сетевой экономики. Развитие инновационных технологий в сфере цифровой экономики имеет свои положительные и отрицательные эффекты. Поэтому достижение сбалансированности цифровой экономики, и ее основного элемента рынка электронной коммерции выступает сегодня ключевым вопросом государственного регулирования рассматриваемой сферы.

Цель статьи – исследование зарубежного опыта государственного регулирования рынка электронной коммерции для выработки рекомендаций по его применению в Казахстане. Методология исследования построена на применении методов систематизации, анализа и синтеза, критериального анализа, сравнительной оценки. Информационную базу исследования составили монографии, научные статьи по теме исследования, публикуемые в реферируемых журналах, данные официальных интернет-ресурсов исследуемых стран. Объектами исследования выступили

США, Китай и Сингапур, которые представляют значительный интерес для Казахстана с точки зрения совершенствования государственного регулирования электронной коммерции.

США имеет большой накопленный опыт в сфере электронной коммерции, так как ее развитие берет свое начало именно в этой стране, и необходимость регулирования была признана и осуществлена впервые именно здесь. Китай, несмотря на вхождение в группу стран с развивающейся экономикой, имеет опережающие темпы роста электронной коммерции. По результатам 2021 года вклад электронной коммерции в ВВП Китая составил 11,7%, а в 2022 году – 29%. К тому же китайское правительство добилось значимых результатов и в вопросах регулирования рынка электронной коммерции. Сингапур является страной наиболее преуспевающей в вопросах цифровизации экономики, это страна с наиболее высокими показателями цифровой трансформации отраслей экономики, с наиболее высоким показателем проникновения интернета. В тоже самое время уровень государственного регулирования в данной стране также относительно высок, что выступает одним из факторов, столь быстрого и успешного внедрения инноваций.

Обзор литературы. В настоящее время исследованию феномена цифровизации и ее проникновению в сферу торговли посвящено немало исследований, многие из которых носят эмпирический характер и посвящены освещению отдельных аспектов развития рынка электронной коммерции, характеристики ее сущности и содержания выполняемых функций, роли в экономике и вкладу в развитие конкурентоспособности.

Как отмечает Розанова Н., «цифровизация привнесла в мир спроса и предложения такое явление как платформизация. Рынок обогатился цифровым посредником – многочисленными платформами, которые обеспечивают быстрый и дешевый поиск товара для клиента. Затраты потребителей на отыскание нужного товара онлайн приблизились к нулю [1].

Ван Вэй, Сюй Хуэйин и Лю Исюань в своей работе «Платформенная сельская местность: цифровые платформы и техно-пространственное исправление» [2] раскрывают процесс проникновения цифровых платформ в сельские районы Китая и проводят оценку влияния этого процесса на развития указанных районов.

Вен Лонг [3] проводит анализ трансграничной логистики электронной коммерции и уделяет особое внимание обеспечению безопасности.

Аль-Айед Сур [4] проводит анализ влияния движущих сил электронной коммерции на предпочтения и лояльность покупателей. Данные работы рассматривают локальные вопросы на локальных рынках.

Систематизацию информации о отдельных направлениях государственного регулирования электронной коммерции, преимущественно правового регулирования и налогового регулирования проводили О.М. Сакович, С.В. Соловьева, С.С. Щербак в своей работе «Правовое регулирование электронной торговли в зарубежных странах» [5] и А.В. Корень в работе «Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы» [6].

Тем не менее, комплексная работа по всестороннему анализу государственного регулирующего воздействия на сферу электронной торговли, еще не проводилась.

Основная часть. Основой государственной политики в США выступает защита интересов частного сектора и их продвижение, в том числе и в сфере электронной коммерции. Поэтому основополагающими принципами государственной политики содействия развитию электронной коммерции являются [7]:

1. Лидерство частного сектора в развитии электронной коммерции и в установлении деловой практики;
2. Обеспечение для бизнеса четкой, последовательной и предсказуемой правовой среды, позволяющей ему процветать и избегая ненужных правил или ограничений в отношении электронной торговли;
3. Поощрение частного сектора к достижению общественных интересов с помощью кодексов поведения, типовых контрактов, руководств и механизмов правоприменения, разработанных частным сектором;
4. Обеспечение прозрачности государственного воздействия, минимальности ее объема, недискриминационного характера и предсказуемости для частного сектора.

Стремление следовать данным принципам, привело к принятию в США основного закона в области регулирования электронной коммерции - федерального закона «Об электронных подписях в международной и национальной торговле» в 2000 г. Закон направлен на регулирование торговых

сделок, заключаемых в электронной форме в международной торговле и торговле между штатами и устанавливает единые правила электронного документооборота на всей территории США, в том числе определение терминов, используемых в нем, закрепление единых требований к электронной подписи и установление механизма контроля электронной подписи. Главным положением закона выступает признание равенства письменных и электронных договоров.

В последующем, руководство США стало активно продвигать интересы своих предпринимателей на мировых рынках и на рынках других стран, предлагая унифицировать правовое регулирование электронного документооборота в открытых информационных системах. Так на базе американского закона были разработаны типовые законы ЮНСИТРАЛ «Об электронной торговле» и «Об электронных передаваемых записях» (2017 г.), которое повлияло на формирование Директивы ЕС в сфере электронной торговли [8].

Основным инструментом стимулирования электронной торговли выступает льготное налогообложение. Для его осуществления принципиально важным является определить место нахождения субъекта электронной коммерции через понятие «постоянного представительства». Это означает физическое нахождение сервера, на котором располагается сайт субъекта электронной коммерции, в случае, когда сервер участвует в принятии и обработке заказов, или иным образом связан с заключением сделок, он будет признан постоянным представительством.

С момента принятия закона «О свободе Интернета от налогообложения» в 1997 году в США, все интернет-магазины были освобождены от налогов с продаж. Закон освобождает от налога с продаж, доступ к Интернет, а также услуги, оказанные по сети, но не «физические» товары, проданные через сеть. В целом, определение вида налога и условия его выплаты происходит исходя их типа транзакции. При продаже продукта (лицензии) вводится налог на доходы корпораций, в случае передача продукта с возможностью дальнейшего распространения удерживается роялти [9]. Таким образом происходит запрет на множественное или дискриминационное налогообложение электронной торговли и Интернет-банкинга.

Однако у льготного налогообложения есть и негативная сторона, которая выражается в повышенном росте интернет-торговли в ущерб традиционному ритейлу, потерях бюджета государства от недопоступления налогов. Действующий мораторий на налогообложение субъектов электронной коммерции является попыткой создания благоприятной среды для развития электронного бизнеса, поскольку большинство представителей американского правительства в налогах видит угрозу для ещё неокрепшего сектора электронной коммерции. Однако, ряд американских исследователей указывает на постоянный рост количества организаций, использующих электронный способ ведения бизнеса исключительно в целях ухода от уплаты налогов. Так, на конец 2004 года законно установленные налоги платили только субъекты электронной коммерции с оборотами в десятки миллионов долларов, которые подвержены значительно более высокому контролю со стороны Службы Внутренних Доходов США. В результате происходил рост объемов интернет-торговли в ущерб росту традиционной торговли. Учитывая эту тенденцию, начиная с 2014 года отдельные штаты США начали отменять запрет на обложение налогом субъектов электронной коммерции.

В КНР приоритет отдается институциональному развитию электронной коммерции, что предполагает рассмотрения ее как инструмента: продвижения китайских товаров на внешние рынки и увеличения промышленного производства страны; развития распределительной инфраструктуры в стране; борьбы с бедностью, путем обеспечения доступа жителям отдаленных местностей к покупкам дешевых товаров в интернете; повышения потенциала сельскохозяйственной торговли. Электронная коммерция в Китае имеет стратегически важную роль в экономике в целом.

В целом, можно выделить два ключевых института регулирования электронной коммерции [10]:

Министерство торговли формулирует политику в области внешней торговли, регулирования экспорта и импорта, прямых иностранных инвестиций, защиты прав потребителей и рыночной конкуренции, а также ведения переговоров по двусторонним и многосторонним торговым соглашениям.

Министерство промышленности и информационных технологий отвечает за промышленное планирование, политику и стандарты Китая.

В 2015 году в Китае был принят закон об электронной коммерции, который регулировал вопросы, связанных с защитой данных и нарушением интересов клиентов [11]. В нем электронная коммерция определяется как получение прибыли в Интернете коммерческими дилерами и организациями.

Руководство Китая нацелено на максимальное использование преимуществ электронной коммерции, что отразилось на реализуемых мерах в данном направлении, которые включают:

1. Развитие инфраструктуры интернета;
2. Налоговая политика;
3. Создание специальных зон электронной коммерции;
4. Формированию современной системы товародвижения;
5. Консалтинговая помощь для МСП;
6. Вовлечение сельских предпринимателей к электронной коммерции.

Устойчивое и быстрое развитие электронной коммерции стало возможным благодаря лучшему покрытию сети широкополосной связи, расширению возможностей платформы. В 2013 году правительство Китая запустило стратегию «Широкополосный Китай», определяющую широкополосную связь как стратегическую общественную инфраструктуру. Согласно программе к 2020 году планировалось предоставить широкополосный доступ ещё в 50 000 деревень, модернизировать широкополосную связь в 150 000 деревень с помощью оптоволокна и улучшить покрытие широкополосной связью более 30 миллионов сельских домохозяйств. В основном, в сельской местности Китай развивает инфраструктуру мобильного широкополосного доступа к интернету, инвестируя десятки миллиардов долларов. При этом, эти меры сопровождаются другими инструментами государственной поддержки инноваций и внедрения цифровых технологий в сельскохозяйственное предпринимательство.

В Китае до 2016 года деятельность электронной коммерции была освобождена от налога с продаж или НДС. Китай получал корпоративный налог с промышленного производства, объёмы которого росли в том числе благодаря развитию трансграничной электронной коммерции. В связи с появлением крупных субъектов электронной коммерции с огромной прибылью, было принято решение о реформировании системы налогообложения этой сферы. При этом, основной акцент страна сделала на индивидуальный подоходный налог, который «будет играть более важную роль, чем налог на доходы предприятий». В 2016 году Китай повысил налог на товары, приобретаемые на трансграничных платформах электронной торговли. Новый налог сочетает в себе налог на добавленную стоимость импорта с налогом на потребление [12]. Помимо этого, было наложено ограничение на трансграничные покупки, совершаемые отдельными потребителями, в размере 20 000 юаней.

Рост объёмов электронной коммерции и превращение местных маркетплейсов в глобальные, принесло стране огромные доходы. В результате, в 2015 году, правительством Китая было принято решение о создании специальных торговых зон электронной коммерции, которые представляют собой таможенные льготы и упрощённый документооборот, упрощённое таможенное оформление для трансграничного товарооборота посредством электронной коммерции. Такие зоны уже функционируют в 37 городах Китая, что способствует либерализации и облегчению международной онлайн-торговли между странами. В этих зонах действует «налог на посылку», который меньше обычной таможенной пошлины и взимается с товаров, продаваемых через торговые онлайн-платформы.

В Китае большинство логистических видов деятельности управляется органами власти или строго контролируются ими», а для построения необходимой цифровой инфраструктуры доставки использовались возможности частного сектора. Такие китайские гиганты электронной коммерции, как Alibaba и JD.com, добились успеха отчасти за счет разработки высокоэффективных систем и сетей для доставки заказов. Например, Alibaba управляет сетью фирм по доставке по всей стране, которые могут обрабатывать до 30 миллионов товаров в день через Cainiao [13]. Логистическая информационная платформа Cainiao соединяет сеть складов и распределительных центров - доступ в режиме реального времени к заказам, статусу приема со стороны партнеров.

Для улучшения логистической связи регионов страны, в том числе сельских глубинки, в 2015 году Государственное почтовое управление, Министерство торговли и другие ведомства совместно запустили инициативу «Экспресс-доставка для охвата западных и сельских районов Китая», целью которой является к 2020 году 100-процентное покрытие пунктов обслуживания в городах и 100-процентное покрытие доставкой в деревнях. Данная мера будет способствовать дальнейшему проникновению электронной коммерции в сельские районы. Платформы электронной коммерции и интегрированные системы обслуживания предоставят рядовым предпринимателям доступ к транзакциям, маркетингу, логистике, финансам и данным и свяжут их напрямую с потребителями. Активный спрос является источником устойчивого развития сельской электронной коммерции. Вместо предоставления денежной помощи Китай использует преимущества электронной коммерции и создает новую бизнес-модель в сельской местности.

Правительство КНР осуществляет активную консалтинговую поддержку субъектам малого и среднего бизнеса. Для этого используется механизм совместной рабочей группы, с участием многих заинтересованных сторон, которая дает возможность разработки жизнеспособной экосистемы электронной коммерции. EWTP (Electronic World Trade Platform) как инструмент реализации выполнения целей глобального инклюзивного роста, помогает МСП преодолеть сложные правила, процессы и барьеры, которые препятствуют их участию в мировой торговле. Все большее количество торговых операций на местных, региональных, национальных и международном уровнях субъектами малого бизнеса Китая осуществляется на различных платформах в Интернете. В этой связи, например, Министерство сельского хозяйства Китая, использует онлайн-информационные платформы сельского хозяйства для эффективного распространения технологий сельского хозяйства и рыночной информации. Часто государство инициирует реализацию демонстрационных проектов и транслирует их через приложения интернета вещей. Электронная коммерция, вместе с приложениями интернета вещей, помогает преодолеть асимметрию информации между торговыми партнерами и дает возможность использовать преимущества глобализации.

Китай совместно с Азиатским банком развития, реализует различные программы цифровизации в сельском хозяйстве. Например, государство финансирует заявки на внедрение RFID-меток, QR-кодов и технологии блокчейн для улучшения прослеживаемости продуктов. Правительство содействовало созданию карты специальных сельскохозяйственных продуктов, которая размещена на сайте Taobao.com и обновляется в интерактивном режиме. Эта карта демонстрирует специализацию регионов на производстве видов сельскохозяйственной продукции, с указанием экспортируемой продукции. Государство через свои Службы распространения знаний в области сельского хозяйства поддерживает предпринимателей сектора в вопросах стандартизации производства, организации фермеров и создания логистики в отдаленных и бедных районах. В 2016 году правительством был опубликован список товаров, разрешенных для трансграничной электронной торговли, который запрещает импорт товаров, не включенных в данный список [11].

Проводимая государством политика по созданию благоприятных институциональных условий в Китае, уже приносит свои результаты. По состоянию на июнь 2018 года более 70% интернет-пользователей Китая совершали онлайн-покупки. В настоящее время страна проводит больше транзакций в год, чем Франция, Германия, Япония, Великобритания и США вместе взятые. Если 10 лет назад на долю Китая приходилось менее 1% мирового рынка электронной коммерции, то сегодня – более чем 40% [14]. По результатам 2022 года объем вклада электронной коммерции в экономику Китая составил 29,0 % от ВВП, как самый высокий в мире.

Сингапур является страной с самым высоким уровнем внедрения цифровых технологий в повседневную жизнь граждан, здесь самые высокие показатели проникновения интернета и лучшие показатели пропускной способности широкополосной связи, что способствовало активному развитию сферы электронной коммерции. По прогнозным оценкам, 2025 году объем рынка составит около 5,5 млрд USD, что для населения в 5,78 млн человек достаточно много. Такой объем рынка ожидается преимущественно за счет повышения покупательной способности населения, нежели его количества. Здесь товары и услуги ориентированы на людей с достатком выше среднего и высокого уровня, что привлекает зарубежные компании на рынок электронной коммерции Сингапура. Другими благоприятными факторами выступают:

- возможность выйти на активно развивающиеся рынки Юго-Восточной Азии;
- наличие всей необходимой инфраструктуры электронной коммерции и высокие конкурентные преимущества во внедрении новых технологий (дополненная реальность и искусственный интеллект);
- активная государственная политика стимулирования электронной коммерции в стране.

Государственная поддержка ориентирована на активизацию малого и среднего бизнеса по включению в электронную коммерцию и предполагает:

1. Создание Национальной торговой платформы (NTP), представляющей собой базу торговой информации. Эта платформа позволяет оцифровать документы и использовать их в безопасном виде, постоянно ими обмениваться между партнерами и правительством. Такая мера позволяет существенно экономить время и деньги при прохождении таможенной проверки и далее при осуществлении поставки товара потребителю. NTP позволяет сторонним поставщикам услуг предоставлять и рекламировать дополнительные цифровые услуги владельцам учетных записей. Доступность цифровых услуг, предлагаемых в качестве платформы, помогает компаниям (как

клиентам, так и поставщикам) улучшать свои цифровые возможности на различных уровнях цепочки поставок и становиться более сильными поставщиками электронной коммерции.

2. Реализация Карты трансформации розничной торговли (Retail ITM). Карта была принята в 2016 году и нацелена на стимулирование розничных продавцов переходить к электронной коммерции и онлайн-торговле, создавая динамичный и конкурентоспособный цифровой рынок в Сингапуре. Картой предполагается создание условий для многоканальной розничной торговли и доступа МСП к платформам электронной коммерции, что ускорит цифровую трансформацию как минимум 10 тыс. ед. МСП.

3. Реализация программы обучения розничной торговле. Национальное агентство по обучению Skills Future предлагает специализированные учебные курсы Skills Framework for Retail, предназначенные для новичков в сфере электронной коммерции и многоканальной розничной торговле. Используя учебные программы и карты навыков, сингапурские МСП, смогут инвестировать в обучение своих сотрудников для развития карьеры и повышения квалификации [15].

4. Стимулирование внедрения ИКТ, посредством субсидий, сертификационных грантов на информационную безопасность и на обучение сотрудников:

– Программа iSPRINT предоставляет субсидии в размере до 20 000 сингапурских долларов на покупку технологий. Эти технологии могут представлять пакет цифровых услуг от бухгалтерского учета до более сложных индивидуальных решений, как управление взаимоотношениями с клиентами и управление цепочками поставок;

– Программа сертификационных грантов ISO27001 предоставляет МСП и их клиентам независимую внешнюю оценку системы управления информационной безопасностью на платной основе. Субъектам, получившим положительную оценку, предоставляют грант в размере до 50% от стоимости сертификации ISO 27001, но не более 20 000 сингапурских долларов;

– Программа ресурсов критически важных информационно-коммуникационных технологий (CITREP) представляет собой грант, который покрывает до 50% (в некоторых случаях 70%) стоимости учебных курсов для квалифицированных специалистов в области ИТ-услуг и управления бизнесом, интеграции данных и управления информацией, разработки программного обеспечения, безопасности инфокоммуникаций. При этом, грант не распространяется на обучение сотрудников ИТ, которые не связаны с электронной коммерцией.

Помимо этого, в 2014 году было создано Сообщество действий по развитию предпринимательства (ACE), которое поддерживает малый бизнес Сингапура путем обеспечения комплексного доступа к поставщикам технологий, финансирования и предоставляет консалтинговые услуги, направленные на масштабирование и интернационализацию МСП. Программы, предлагаемые ACE, включают сетевые и наставнические программы для молодежи, а также юридические консультации и семинары по бухгалтерскому учету. При ACE функционирует специализированный универсальный центр для поддержки сингапурских МСП в международном росте и расширении, который способствует установлению партнерства и обеспечению доступа сингапурских МСП к сетям, партнёрам, зарубежным рынкам и специализированным программам.

На ранних стадиях становления рынка электронной коммерции были приняты льготные условия, но начиная с 2019 года в Сингапуре в приоритете установление равных условий для отечественных и зарубежных компаний, что привело к введению налог на цифровые услуги, который составил 7%, с 2021 года ставка была поднята до 9% [15]. В целом, государство нацелено на развитие конкурентоспособного малого и среднего бизнеса в сфере электронной коммерции.

Заключение. Проведённое исследование зарубежного опыта развития электронной коммерции показало, что для создания эффективной единой среды электронной коммерции необходимо сотрудничество между всеми странами и регионами мира на всех уровнях развития. При этом под сотрудничеством понимается создание единых правил осуществления электронной коммерции путем унификации национальных регулирующих документов участвующих стран.

Изучение опыта отдельных стран в регулировании сферы электронной коммерции показывает наличие различных методов и инструментов ее государственного регулирования. Опыт Китая примечателен тем, что в нем государство создает условия для зарубежной экспансии отечественных субъектов электронной коммерции, нацеленной на увеличение сбыта отечественной промышленной продукции; применяется жесткая налоговая политика к трансграничным покупкам, направленная на защиту внутреннего рынка; особое внимание уделяется обеспечению высокоскоростным интернетом и инфраструктурой всей территории Китая, включая сельскую

местность чтобы они имели возможность выбирать и покупать товары подешевле. Это дает возможность Китаю стимулировать предпринимательскую активность в секторе и помогать внедрению цифровых инноваций в цепочки создания стоимости, тем самым развивая электронную коммерцию. Такая политика одновременно способна решить проблему бедности в стране.

Политика в США направлена на создание благоприятных условий для концентрации и приоритетного развития её инфраструктуры на территории страны. Одним из таких условий выступила отмена налогов в сфере интернет-торговли, что позволило местным компаниям вырасти и выйти на глобальный уровень. Но с развитием трансграничной электронной коммерции, США вводит налог «с продаж», который распространяется на товары и услуги в интернете, продаваемые американским потребителям.

Сингапурская модель построена на хорошо развитой инфраструктуре ИКТ и интернета и предполагает простоту законодательства, легкость ведения бизнеса, активную государственную поддержку МСП в сфере электронной коммерции, посредством применения различных схем софинансирования деятельности, связанной с обучением сотрудников по ведению бизнеса в электронной коммерции в различных юрисдикциях.

Полученные выводы дают возможность адаптировать опыт рассмотренных стран по регулированию сферы электронной коммерции и ее развитию к условиям Казахстана и могут найти применение в совершенствовании мер государственной поддержки в нашей стране.

***Информация о финансировании.** Данная статья подготовлена в рамках проекта грантового финансирования МНВО «Формирование институциональной среды рынка электронной коммерции в Казахстане, ее оценка и разработка механизма развития» (ИРН АР14871419).*

ЛИТЕРАТУРА

1. Розанова Н. Зарубежный опыт поддержки конкуренции в цифровой экономике // Мировая экономика и международные отношения. – 2022. – №2. – С. 15-22.
2. Wang W., Wang W.Xu, Huiying L., Yixuan. Platform pluralism: Digital platforms and the technological fix. Geoforum. – Том 131. – 19 May, 2022. – 12 p. – <https://doi.org/10.1086/228311>.
3. Wen Long. Development Analysis of Cross-Border E-Commerce Logistics Based on Big Data Technology Under Safety Law Protection // International Journal of Information Systems in the Service Sector. – 2022. – № 14 (2). – <https://doi.org/10.4018/IJISS.290547>.
4. Al-Ayed Sura. The impact of e-commerce drivers on e-customer loyalty: Evidence from KSA. // International Journal of Data and Network Science. – 2022. – №6 (1). – P. 73-80.
5. Правовое регулирование электронной торговли в зарубежных странах: монография / О.М. Сакович, С.В. Соловьева, С.С. Щербак и др.; отв. ред. Н.Г. Семилютина, О.А. Терновая. – Москва: Проспект, 2020. – 272 с.
6. Корень А.В. Налогообложение субъектов электронной коммерции: проблемы и перспективы: монография. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2011. – С. 15-16
7. Mann C.L. Global Electronic Commerce. – Washington, DC: Institute for International Economics, 2000. – 240 p.
8. Семилютина Н.Г. Глобализация международных хозяйственных связей, информационные технологии и выход на новый уровень диффузии в праве // Журнал российского права. – 2015. – № 5 (221). – С. 134-141.
9. Ильичев С.В. Особенности налогообложения в сфере электронной коммерции: монография / С.В. Ильичев; отв. ред. Ю.Б. Рубин. – М.: Маркет ДС, 2004. – 188 с.
10. Kaufman N., Hardesty D. Taxation of Electronic Commerce - Title 43 of RIA Tax Advisors Planning System // Reseach Institute of America. – 2002. – С. 32-50.
11. Shirley Zhang, Yao Lu and Eunice Ku (2013, August 9). China's E-Commerce Legislative and Regulatory Framework. – <https://www.china-briefing.com/news/chinas-e-commerce-legislative-and-regulatory-framework/>
12. Жуджунь Д., Ковалев М.М., Новик В.В. Феномен экономического развития Китая. – Минск: БГУ, 2008. – 446 с.
13. Shira D. et al. (2016). Exporting to China: Import Tax Slashed in Cross-Border E-Commerce Zones. <https://www.china-briefing.com/news/exporting-china-import-tax-slashed-cross-border-e-commerce-zones/>

14. Ouyang Ch. etc. Inclusive Growth and E-commerce: China's Experience. – AliResearch, 2017. – 50 p. – https://unctad.org/system/files/non-official-document/dtl_eWeek2017c11-aliresearch_en.pdf
15. Initiatives for e-commerce businesses in Singapore (2022). <https://www.guidemesingapore.com/business-guides/industry-guides/ecommerce-industry/singapore-e-commerce-initiatives>

REFERENCES

1. Rozanova N. Zarubezhnyy opyt podderzhki konkurencii v cifrovoj jekonomike [Foreign experience of supporting competition in the digital economy] // Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija, 2022. – № 2. – S. 15-22 [in Russian].
2. Wang W., Wang W.Xu, Huiying L., Yixuan. Platform pluralism: Digital platforms and the technospatial fix. Geoforum. – Том 131. – 19 May, 2022. – 12 p. – <https://doi.org/10.1086/228311>.
3. Wen Long. Development Analysis of Cross-Border E-Commerce Logistics Based on Big Data Technology Under Safety Law Protection // International Journal of Information Systems in the Service Sector. – 2022. – № 14 (2). – <https://doi.org/10.4018/IJISS.290547>.
4. Al-Ayed Sura. The impact of e-commerce drivers on e-customer loyalty: Evidence from KSA. // International Journal of Data and Network Science. – 2022. – №6 (1). – P. 73-80.
5. Pravovoe regulirovanie jelektronnoj trgovli v zarubezhnyh stranah: monografija [Legal regulation of electronic commerce in foreign countries: monograph] / O.M. Sakovich, S.V. Solov'eva, S.S. Shherbak i dr.; otv. red. N.G. Semiljutina, O.A. Ternovaja. – Moskva: Prospekt, 2020. – 272 s. [in Russian].
6. Koren' A.V. Nalogooblozhenie sub#ektov jelektronnyj kommercii: problemy i perspektivy [Tekst]: monografija [Taxation of e-commerce entities: problems and prospects]. – Vladivostok: Izd-vo VGUJeS, 2011. – S. 15-16 [in Russian].
7. Mann C.L. Global Electronic Commerce. – Washington, DC: Institute for International Economics, 2000. – 240 p.
8. Semiljutina N.G. Globalizacija mezhdunarodnyh hozjajstvennyh svjazej, informacionnye tehnologii i vyhod na novyj uroven' diffuzii v prave [Globalization of international economic relations, information technology and reaching a new level of diffusion in law] // Zhurnal rossijskogo prava. – 2015. – № 5 (221). – S. 134-141 [in Russian].
9. Il'ichev S.V. Osobennosti nalogooblozhenija v sfere jelektronnoj kommercii: monografija [Features of taxation in the field of e-commerce: monograph] / S.V. Il'ichev; otv. red. Ju. B. Rubin. – M.: Market DS, 2004. – 188 s. [in Russian]
10. Kaufman N., Hardesty D. Taxation of Electronic Commerce - Title 43 of RIA Tax Advisors Planning System. // Reseach Institute of America. – 2002. – S. 32-50.
11. Shirley Zhang, Yao Lu and Eunice Ku. China's E-Commerce Legislative and Regulatory Framework. <https://www.china-briefing.com/news/chinas-e-commerce-legislative-and-regulatory-framework/>.
12. Zhudzhun' D., Kovalev M.M., Novik V.V. Fenomen jekonomicheskogo razvitija Kitaja [The phenomenon of China's economic development]. – Minsk: BGU, 2008. – 446 s. [in Russian]
13. Shira D. et al. (2016). Exporting to China: Import Tax Slashed in Cross-Border E-Commerce Zones. – <https://www.china-briefing.com/news/exporting-china-import-tax-slashed-cross-border-e-commerce-zones/>.
14. Ouyang Ch. etc. Inclusive Growth and E-commerce: China's Experience. – AliResearch, 2017. – 50 p. – https://unctad.org/system/files/non-official-document/dtl_eWeek2017c11-aliresearch_en.pdf.
15. Initiatives for e-commerce businesses in Singapore (2022). – <https://www.guidemesingapore.com/business-guides/industry-guides/ecommerce-industry/singapore-e-commerce-initiatives>.

Азатбек Т.А., Шымшықов Ж.Е, Тлесова А.Б., Жанбозова А.Б.

ЭЛЕКТРОНДЫҚ КОММЕРЦИЯ НАРЫҒЫН МЕМЛЕКЕТТІК РЕТТЕУДІҢ ШЕТЕЛДІК ТӘЖІРИБЕСІ: ҚАЗАҚСТАНҒА АРНАЛҒАН САБАҚТАР

Аңдатпа

Зерттеудің мақсаты – Қазақстанда бейімдеу және қолдану бойынша ұсыныстар әзірлеу үшін электрондық коммерция нарығын мемлекеттік реттеудің шетелдік тәжірибесін зерттеу, жүйелеу және негіздеу. Зерттеу әдістері ретінде жүйелеу, талдау және синтездеу, критериялды талдау, салыстырмалы бағалау әдісі қолданылды. Мақалада авторлар Қазақстандағы электрондық коммерция саласын мемлекеттік реттеу қажеттілігін негіздейді,

бұл экономикада виртуалды сауданың болуының оң және теріс әсерлерінің болуымен байланысты. Электрондық коммерция саласын мемлекеттік реттеу бойынша ұсыныстар әзірлеу үшін электронды коммерцияны ілгерілетуде айтарлықтай табысқа жеткен АҚШ, Қытай және Сингапур сияқты елдердің тиісті тәжірибесі зерттеледі. Атап айтқанда, реттеуші ықпал, салықтық реттеу және электронды коммерция кәсіпорындарын қолдау бойынша мемлекеттік саясаттың ерекшеліктері қарастырылған. Зерттеу нәтижелерінің маңыздылығы Қазақстан Республикасы 2025 жылға дейінгі мемлекеттік «Цифрлық Қазақстан» бағдарламасы аясында жүзеге асырылатын «Қазақстан Республикасында электрондық коммерцияны дамытудың жол картасының» ережелеріне сәйкес елдің экономикалық өсу драйвері деп аталған электрондық коммерция нарығын басым дамыту болып табылады. Сонымен қатар, зерттеу нәтижелерін «Электрондық коммерция» пәні бойынша бакалавриат және магистратурадағы білім беру бағдарламалары шеңберінде оқу материалдарын дайындауда пайдалануға болады.

Azatbek T., Shimshikov Zh., Tlessova A., Zhanbozova A.

**FOREIGN EXPERIENCE IN STATE REGULATION
OF THE E-COMMERCE MARKET: LESSONS FOR KAZAKHSTAN**

Annotation

The purpose of the study is to study, systematize and substantiate the foreign experience of state regulation of the e-commerce market in order to develop recommendations for its adaptation and application in Kazakhstan. The method of systematization, analysis and synthesis, criterion analysis, and comparative evaluation were used as research methods. In the paper, the authors substantiate the need for state regulation of the sphere of electronic commerce in Kazakhstan, which is due to the presence of positive and negative effects from the presence of virtual commerce in the economy. To develop recommendations for state regulation of the e-commerce sphere, the relevant experience of countries such as the United States, China and Singapore, which have achieved significant success in promoting e-commerce, is studied. In particular, the features of state policy in terms of regulatory impact, tax regulation and support for e-commerce enterprises are considered in detail. The significance of the results of the ongoing study lies in the priority development of the e-commerce market in Kazakhstan, where it is called the driver of the country's economic growth, in accordance with the provisions of the "Roadmap for the development of e-commerce in the Republic of Kazakhstan until 2025" implemented under the state program "Digital Kazakhstan". In addition, the results of the study can be used in the preparation of educational materials in the framework of educational programs for undergraduate and graduate programs in the discipline "Electronic Commerce".

