

Новые направления развития трансграничной электронной торговли

УДК 004.738.5:339
ББК 65.39
Г-126

*Олег Юрьевич ГАВРЮШИН,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А) - соискатель кафедры
технологии внешнеторговых сделок, тел. 8-499-147-94-37*

Аннотация

Автор рассматривает в статье новые направления развития электронной торговли в мировой экономике. Он анализирует новые моменты в формировании особенностей электронной торговли за рубежом, а затем сосредотачивает внимание на использовании новых инструментов продаж как в России, так и за рубежом. Автор раскрывает структуру и географическое распределение продаж российских товаров через интернет-магазины. В заключении излагаются материалы проведенной в Люксо́ре конференции Всемирной таможенной организации и результаты первой глобальной конференции по электронной торговле, проведенной в Пекине в 2018 г.

Ключевые слова: электронная торговля, мировая экономика, новые инструменты продаж, торговые площадки, экспортные продажи, российские товары, интернет-магазины.

New directions for cross-border e-commerce development

*Oleg Yur'evich GAVRYUSHIN,
Russian Foreign Trade Academy (6A Vorob'evskoe shosse, 119285, Moscow),
Department of foreign trade and international transactions - Postgraduate student,
Phone: 8(499) 147-94-37*

Abstract

In the article, new directions for the development of e-commerce in the global economy are considered. The author analyzes new factors in the formation of e-commerce features in foreign countries. Besides, special attention is paid to the use of new sales tools both in Russia and abroad. The author reveals the structure and geographical distribution of sales of Russian goods through online stores. The report presents the materials of the World Customs Organization conference held in Luxor and the results of the first global conference on electronic commerce held in Beijing in 2018.

Keywords: e-commerce, world economy, new sales tools, trading platforms, export sales, Russian goods, online stores.



РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Одним из основных направлений современного экономического развития является бурное расширение электронной торговли. Ее обороты быстро растут. Однако следует отметить, что публикуемые в большинстве статей и монографий данные не отражают всего объема сделок, которые можно причислять к сделкам электронной торговли, поскольку они относятся лишь к объемам продаж Интернет-магазинов, то есть к розничным операциям сегмента (B2C), но никоим образом не охватывают весь объем сделок, относящихся к электронной торговле, так как не включают операции межкорпоративной торговли (B2B) и данные по другим сегментам электронного бизнеса.

Более обобщающий подход, предпринятый в некоторых интересных статьях, терминологически свидетельствует, что авторы стремятся обойти этот недостаток и оперируют понятием «интернет-торговля». Такого определения в международных и в национальных нормативных документах не встречается, однако можно понять, что авторы хотят охватить анализом проблемы и розничной и межкорпоративной торговли. При этом в качестве основных факторов включается показатель использования мобильных телефонов для заключения сделки купли-продажи. Конечно, и в межкорпоративной торговле возможно использование мобильных средств связи для заключения сделок. Но все же по мобильной связи покупатели выходят в основном в интернет-магазины, то есть в розничную, а не межкорпоративную торговлю.

Развитие розничной электронной торговли в последние годы характеризуется не только использованием новых инструментов заключения сделок, но и дает возможность выявить новый тренд – расширение удельного веса сделок, реализуемых через интернет-магазины с покупателями других государств. Это – новый сегмент международной торговли, называемый в российской экономической литературе как «трансграничный экспорт», а в англоязычной литературе как «cross border trade».

Крупнейший экспортер товаров через интернет-магазины – Китай. Трансграничная электронная торговля стала одной из самых стремительно развивающихся бизнес-направлений экономического роста Китая в последние годы, создавая новые рабочие места, возможности для динамичного роста торговли и потребления. За прошлый год значительно выросли показатели импорта и экспорта товаров через платформы электронной торговли, в годовом выражении рост этих показателей составил 116,4% и 41,3% соответственно¹.

Динамика трансграничной торговли быстро растет, повышаются объемы экспортных продаж через интернет-магазины и во внешней торговле России. Этому способствует объективные факторы, в частности рост числа интернет-магазинов в

России и за рубежом, рост компьютерной плотности во всех странах, повышение доли мобильных устройств для связи с точками продаж, разработка новых платежных сервисов, позволяющих перейти от наличных денежных расчетов к электронным видам платежей, что стимулирует развитие платежных шлюзов для обеспечения устойчивости электронной торговли.

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

Динамика электронной торговли в России в 2018 – 2019 гг. была отмечена всплеском операций: было осуществлено несколько крупных сделок, отмечались большие инвестиции в отрасль.

Среди крупных сделок можно выделить две наиболее значимые. Компании «МегаФон», Mail.Ru Group, Российский фонд прямых инвестиций (РФПИ) и Alibaba Group официально объявили о создании совместного предприятия. Стоимость СП оценивается в 2 млрд долл. В него войдут активы Alibaba в России и ее трансграничные операции, а также принадлежащий Mail.Ru Group маркетплейс Pandao. «МегаФон» получил 24% объединенной платформы, Mail.Ru Group – 15%, РФПИ – 13%, Alibaba Group – 48%, а также китайская компания стала владельцем 10% Mail.Ru Group².

Вторая сделка также привлекла внимание специалистов: компания «Яндекс.Маркет» и Сбербанк официально запускают торговую площадку (маркетплейс) «Беру!», тестирующуюся на протяжении пяти месяцев. На момент запуска площадка онлайн-торговли привлекала более тысячи продавцов товаров и 3,6 млн пользователей ежемесячно.

На маркетплейсе представлены более 100 тысяч товарных позиций, охватывающих 9 товарных категорий – электронику, бытовую технику, красоту, здоровье, компьютерную технику, дом и дачу, детские товары, товары для животных и продукты питания. В проект интегрирована программа лояльности «Беру! Бонусы» с использованием технологии машинного обучения³.

НОВЫЕ МЕТОДЫ РАБОТЫ В ОТРАСЛИ

Вместе с тем, следует отметить появление в арсенале продавцов целого ряда новых инструментов, специально разработанных торговыми корпорациями и способствующими росту продаж. В частности стоит упомянуть внедрение процессов аналитической обработки данных. При активном использовании сайтов для продвижения своей продукции менеджеры торговых компаний обеспечивают организацию АБ-тестирования⁴, что позволяет расширить продажи.

На рынке предлагаются и новые способы реализации товаров. В отличие от стандартных методов, используемых в интернет-торговле (например, продажа товаров в конкретном магазине) осуществляется переход к сбыту товаров через торговые площадки (маркетплейсы – «Беру!», «Amazon», «Alibaba»). Отмечено,



что в 2018 году в России покупателям был предложен сервис трансграничной торговли Bringly, реализующий помимо стандартной техники сбыта через торговую площадку – а именно поддержку связи с популярными поставщиками, так называемую идеологию marketplace-to-marketplace⁵. Эта инновационная торговая технология позволяет обеспечить доступ к товарам, предлагаемыми к продаже другими торговыми фирмами, в частности крупной торговой площадкой Турции – Hepsiburada. Российская фирма «Яндекс.Маркет» договорился о стратегическом сотрудничестве с крупнейшим турецким маркетплейсом Hepsiburada.com. Для пользователей трансграничной платформы «Яндекс.Маркет» откроют доступ к одежде, обуви, аксессуарам, текстилю, товарам для дома и бытовой технике турецких производителей. Товары из маркетплейса планируют хранить в стамбульском фулфилмент-центре. В Россию их будет доставлять компания DPD в течение 4–7 дней⁶. Такую форму торговой кооперации можно рекомендовать для использования и российским интернет-магазинам. Ранее подобные услуги предлагались российским торговыми компаниями китайскими торговыми площадками.

Новым направлением продаж может стать и ведение операций в сегменте C2C, однако, хотя число продавцов здесь достаточно большое, объемы сделок не позволяют надеяться на достижение крупных объемов.

Иногда встречается информация, что интернет-магазины предлагают покупателям прямые или завуалированные (например, в виде бесплатной доставки) скидки. Естественно это имеет высокое психологическое значение для многих покупателей. Но единой системы предложения скидок нет. Поэтому утверждать о ее значимости, по нашему мнению, – пока беспредметно.

Многие торговые компании разрабатывают и используют наборы стандартных способов использования технологий. Так для прогнозирования спроса по ассортиментным категориям платформа-агрегатор может предоставить обфусцированные⁷ данные о продажах в магазинах-конкурентах и магазинах того же масштаба, что повышает точность планирования необходимых закупок. Также агрегаторы позволяют автоматизировать сбор отчетности о размерах продаж и проводить АБ-тесты разного рода и анализировать их результаты. Помимо этого, многие торговые компании располагают собственными возможностями доставки, что позволяет выстроить почти end-to-end-процесс на базе платформенной инфраструктуры, а это упрощает запуск и ведение бизнеса⁸.

К числу важнейших направлений работы компаний электронной торговли в России в 2018-2019 г. следует отнести интенсивное расширение разнообразных каналов сбыта, отказ от преимущественных он-лайн операций. Омниканальность – это важное требование к любому бизнесу, значение которого со временем будет только возрастать⁹.

Как отмечает Д. Селихов, директор по развитию Tmall Marketplac, в китайских компаниях AliExpress и Tmall были запущены совершенно новые сервисы: канал «С друзьями дешевле» и первые опции для социального шопинга, на Tmall заработали быстрая доставка и в несколько раз увеличился ассортимент. Компании сделали упор на развитие маркетплейса – к распродаже «11/11»¹⁰ на платформе было зарегистрировано около 100 новых продавцов. Кроме того, особое внимание было уделено развитию новых категорий в партнёрстве с крупными брендами – например, были запущены предложения кормов для животных вместе с брендом Purina, организован первый онлайн-проект для бренда P&G. Ассортимент Tmall благодаря активному сотрудничеству со множеством продавцов вырос почти вдвое.

Отдельным важным проектом стоит изменение концепции AliExpress, который постепенно реформируется из площадки с китайскими товарами в платформу для продажи и покупки брендов со всего мира¹¹. В октябре 2018 г. AliExpress начал продавать в России товары одного из крупнейших турецких маркетплейсов Trendyol. Осенью компания также запустила экспортный проект для российских производителей – ряд наиболее популярных категорий планируется вывести на онлайн-платформы Китая и постепенно охватить ими все страны присутствия AliExpress. Первыми партнёрами в этом направлении стали такие компании, как «Балтика», «Объединённые кондитеры», «ВкусВилл», ряд производителей бакалеи и вин.

Основной тренд – укрупнение маркетплейсов, к ним постепенно будут подключаться крупные бренды, у которых сейчас ещё нет своего онлайн, в том числе фуд-ритейлеры.

Вторая тенденция – расширение присутствия на маркетплейсах малого и среднего бизнеса. Для них маркетплейсы – отличная возможность построить на базе готовой платформы свой e-ком, затратив при этом минимум средств с возможностью уделить больше внимания производству и другим компетенциям.

Структура покупок по импорту и экспорту через интернет-магазины в России различается. Доля розничного онлайн-импорта (от всех онлайн-покупок) выше всего в средних и малых городах, а также сёлах. Объём продаж в 2018 г. составил 300 млн заказов, показав прирост в 34% к прошлому году, а средний чек упал на 4% и составляет 1160 рублей. Общая выручка трансграничных продаж – 348 млрд рублей. За год рост в рублях повысился на 29%.

Выручка розничного онлайн-экспорта куда скромнее – всего 45,5 млрд рублей. Речь идёт о покупках в российских интернет-магазинах и у частных российских предпринимателей из-за рубежа¹².

Порядка 4 млн от всех посылок заказаны через маркетплейсы. 7,2 млн посылок заказаны в интернет-магазинах через их сайты, представительства соцсети и дру-



гие каналы. За два года вклад средних и мелких экспортеров, которые ведут онлайн-продажи через маркетплейсы и осуществляют доставку при помощи почтовых операторов, вырос с 15% отправок в 2016 году до 36% по прогнозу на конец 2018 г.

Категория Fashion (модные товары) сохраняет лидерство по доле долларовой выручки. За ней следуют категории «Электроника» и «Товары для дома и интерьера». На медицинские товары приходится 3% выручки, на продукты питания – 2%.

В географическом распределении экспорта 60% приходится на страны Европы и дальнее зарубежье, в том числе на США – 17%, Германию – 4,3%, Великобританию – 3,6%, Израиль – 1,9%, Китай – 2,3%, Францию – 2,3%, Канаду – 2,1%. Из стран ближнего зарубежья отметим Беларусь – 17%, Казахстан – 13%, Украину – 8%.

В Москве преобладает курьерская доставка, в Санкт-Петербурге и других крупных городах – самовывоз, а в регионах доставка осуществляется преимущественно «Почтой России».

В целом 2018-2019 гг. охарактеризовались расширением географии пунктов выдачи заказов, снижением сроков доставки, а также ростом доли постаматов¹³.

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Важным для развития электронной торговли всех стран, включая Россию, стала резолюция Всемирной таможенной организации (ВТамО) в г. Люксоре о трансграничной электронной торговле от 7 декабря 2017 года и решение проведенной в Пекине международной конференции по электронной торговле в 2018 г.¹⁴

В Луксорской резолюции излагаются руководящие принципы трансграничной электронной торговли путем рассмотрения восьми важнейших аспектов: передовые электронные данные и управление рисками, содействие и упрощение ведению торговых операций, безопасность и охрана, сбор доходов, измерение и анализ, партнерские объединения, информирование общественности, информационно-пропагандистская деятельность и создание потенциала, совершенствование законодательной базы. Резолюция направлена на оказание помощи таможенным и другим государственным учреждениям, предприятиям и другим заинтересованным сторонам в понимании, координации и реагировании на возникающие проблемы.

Для реализации поставленных задач Всемирная таможенная организация (ВТамО) совместно с Китайской таможней провела Первую глобальную трансграничную конференцию по электронной торговле в Пекине с 9 по 10 февраля 2018 года в Пекине, Китай. Темой конференции стал лозунг: «Инновационный, инклюзивный, стратегический и совместный подход к устойчивой трансграничной электронной торговле»¹⁵.

В работе конференции приняли участие представители директивных органов и эксперты таможенных администраций, соответствующих учреждений и министерств, операторов электронной торговли, международных организаций, региональных экономических сообществ и других заинтересованных сторон. Участникам была предоставлена возможность обсудить последние достижения в области быстрорастущей трансграничной электронной торговли.

Цель конференции заключалась в том, чтобы дать возможность всем сторонам на основе совместного мышления найти новаторские и широко применимые решения для создания безопасной, устойчивой и динамичной трансграничной электронной торговли. Основные результаты конференции были обобщены в форме «Пекинской декларации», призванной продемонстрировать консенсус и видение Всемирной таможенной службой и другими заинтересованными сторонами глобальной трансграничной электронной торговли.

Конференция одобрила и призвала все стороны присоединиться к принципам, изложенным в Луксорской резолюции ВТамО о трансграничной электронной торговле. Конференция высоко оценила вклад, внесенный на сегодняшний день администрациями стран-членов ВТО и другими заинтересованными сторонами в текущую разработку Рамочных стандартов международных стандартов ВТамО. Конференция признала некоторые ключевые элементы, которые будут рассмотрены для дальнейшей разработки Рамочных стандартов. Признавая ценность этого форума, Конференция предложила проводить Глобальную трансграничную конференцию по электронной торговле каждые два года в разных регионах. Конференция высоко оценила ценный вклад всех присутствующих заинтересованных сторон и выразила удовлетворение ее плодотворными результатами в отношении этой необязательной декларации¹⁶.

Главным пунктом обсуждений в ходе мероприятия стало создание в рамках и ВТамО, и ВТО единых международных стандартов, которые бы регулировали все процессы интернет-торговли, учитывая имеющиеся риски на каждом этапе трансграничной электронной коммерции.

На Конференции было отмечено, что в последнее время ситуация в сфере международной торговли меняется катастрофически быстро, что требует скоординированной разработки новых мер регулирования с участием всех государств, вовлеченных в онлайн-коммерцию. Объем поставок товаров в Россию за счет международной онлайн-торговли в 2017 году превысил отметку в 300 млн посылок и сохранил крайне высокую динамику, которая в последнее десятилетие демонстрирует ежегодный двукратный прирост. Об этом сообщил первый заместитель главы Федеральной таможенной службы (ФТС) РФ Р. Давыдов. «Действительно, у нас почти каждый год в течение последних 10 лет наблюдается двукратный рост потока товаров, которые перемещаются в рамках т. н. интернет-торговли, – отметил



он. – За 2017 год – порядка 275 млн посылок по «Почте России», и еще десятки миллионов штук поступили через экспресс-операторов. В итоге мы имеем 300 млн входящих бандеролей по трансграничной торговле – это огромный объем»¹⁷. По словам Р. Давыдова, девять десятых от этих масштабов поступает в РФ через почту. В свою очередь 90% от данного потока приходится на Китай. Но при этом страны-получатели не взимают многие налоги, их бюджет теряет. Недополучает деньги не только бюджет РФ. «Евросоюз теряет по ввозному НДС ежегодно более 5 млрд евро, при том что у них порог беспошлинного ввоза всего 22 евро». При этом, по его словам, европейцы заявили, что будут обнулять НДС из-за сложности его администрирования, так как при столь мощном потоке товаров становится практически невозможно вычислить, составляет ли на самом деле стоимость товара 18 или 25 евро.

Россияне сегодня ежемесячно могут заказать в Интернете товаров из-за рубежа весом 31 кг на сумму 1 тыс. евро без уплаты пошлин. В начале февраля 2018 г. страны ЕАЭС согласовали новые и единые пороги беспошлинной интернет-торговли. Беспшлинный порог с 1 января 2019 года снижен до 500 евро, а с начала 2020 года он составит 200 евро.

В ходе двухдневной конференции в Пекине был принят ряд важных элементов, которые будут учитываться при дальнейшей разработке единого свода стандартов интернет-коммерции. «Посредством всеобъемлющей координации абсолютно всех участников нужно создать устойчивую экосистему, которая поспособствует процветанию такого явления, как трансграничная электронная коммерция. Необходимо усилить сотрудничество между международным таможенным сообществом путем обмена информацией, взаимного признания механизмов по контролю и упрощению процедур», – говорится в принятом на Конференции итоговом документе¹⁸.

Подписывая декларацию, все участники конференции особо отметили необходимость расширять рамки сотрудничества, укреплять диалог с участниками цепей интернет-торговли, совместно с ними работать над исследованием и формулированием новых стандартов. Еще одним из главных вопросов для участников конференции стал вопрос о контроле рисков и создания безопасной системы трансграничных поставок. Участники конференции были удовлетворены общим решением о необходимости реализации эффективных, прозрачных и пропорциональных мер для обеспечения безопасности, надежности и целостности сферы электронной коммерции посредством усиления интенсивной обработки данных, а также налаживания полной компьютеризация и автоматизации.

Как отмечается в декларации, «участники конференции призвали всех членов рынка интернет-торговли проявлять надлежащую осторожность и аккуратность в соответствии с их ролью и обязанностями в цепи поставок, чтобы обеспечить соблюдение принципов прозрачности всей цепи электронной торговли»¹⁹.

ПРИМЕЧАНИЕ:

¹ Первая всемирная конференция по электронной торговле с участием России открылась в Пекине // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26276:2018-02-12-13-38-

² Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

³ Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

⁴ А/В тестирование – это мощный маркетинговый инструмент для повышения эффективности работы интернет-ресурса. С помощью А/В тестов повышают конверсию отдельных страниц контента, подбирают оптимальные заголовки объявлений в рекламных сетях, улучшают качество поиска. Пользователи ресурса случайным образом делятся на сегменты. Один из сегментов остается без изменений – это контрольный сегмент “А”, на основе данных по этому сегменту мы будем оценивать эффект от вносимых изменений. Пользователям из сегмента “В” показываем измененную версию ресурса. Чтобы получить статистически значимый результат, очень важно исключить влияние сегментов друг на друга, т.е. пользователь должен быть отнесен строго к одному сегменту. Это можно сделать, например, записав метку сегмента в cookies браузера. Для снижения влияния внешних факторов, таких как рекламные кампании, день недели, погода или сезонность, замеры в сегментах важно делать параллельно, т.е. в один и тот же период времени. Кроме того, очень важно исключить и внутренние факторы, которые также могут существенно исказить результаты теста. Таким факторами могут быть действия операторов call-центра, служба поддержки, работа редакции, разработчики или администраторы ресурса. // А/В тест – это просто // <https://habr.com/ru/post/233911/>

⁵ Пиле Я.Э. Цифровая экономика: точки роста интернет-торговли // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 2А. С. 126-135.

⁶ «Яндекс» выведет крупнейший турецкий маркетплейс на российский рынок // <https://www.the-village.ru/village/business/news/326049-hepsiburada>

⁷ Обфускация – это процесс, в результате которого код программы приобретает вид, трудный для анализа. Обфускация осуществляется с целью защиты программного кода и алгоритмов, которые он реализует, от чужих глаз. Существует несколько разных видов обфускации в зависимости от того, какой именно код запутывается при ней. Для тех языков программирования, для которых программа представляется прямо в виде исходных текстов, используются специальные методы, делающие код нечитабельным для человека, но приемлемым для интерпретатора. Среди них – запись программы в одну строку, замена имён переменных и функций, вставка ничего не значащих комментариев // Что такое обфускатор и обфускация? // <https://www.kv.by/archive/index2008071108.htm>

⁸ Пиле Я.Э. Цифровая экономика: точки роста интернет-торговли // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 2А. С. 126-135.

⁹ Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>



¹⁰ 11 ноября известен как «День Перемирия» или «День Памяти» в Великобритании и странах Содружества, и как «День Ветеранов» в Соединенных Штатах // 11-ое Число 11-го Месяца - День Памяти // <https://www.cai.org/ru/izuchenie-biblii/11-oe-chislo-11-go-mesyatsa-den-pamyati>; Во многих странах 11-ое ноября отмечается как своего рода праздник. В этот день торговые компании, в том числе AliExpress организуют «День всемирного шопинга». Это самая популярная распродажа на китайском портале AliExpress, когда можно купить многие товары с большой выгодой// Как купить все для любимой 11.11 на распродаже AliExpress // <https://www.zr.ru/content/articles/914573-kak-kupit-vse-dlya-lyubimoj-11>.

¹¹ Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

¹² Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

¹³ Постапат — автоматизированный терминал по выдаче товаров, заказанных в Интернет-магазинах и каталогах российской компании PickPoint, созданный как услуга альтернативной доставки

¹⁴ WCO Adopts Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce // <https://info.expeditors.com/newsflash/wco-adopts-luxor-resolution-on-cross-border-e-commerce>; International customs community adopts Luxor Resolution on cross-border e-commerce// <http://customstrade.asia/tag/luxor-resolution/>

¹⁵ Первая глобальная трансграничная конференция по электронной торговле в Пекине // <https://fiata.com/index.php?id=713&L=-1301>

¹⁶ First Global Cross-Border E-Commerce Conference Beijing Declaration Beijing, China 10 February, 2018 <http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/declarations/beijing-declaration-1022018.pdf?la=en>

¹⁷ Первая всемирная конференция по электронной торговле с участием России открылась в Пекине // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26276:2018-02-12-13-38-

¹⁸ Первая всемирная конференция по электронной торговле с участием России открылась в Пекине // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26276:2018-02-12-13-38-

¹⁹ Там же.

БИБЛИОГРАФИЯ:

А/В тест – это просто// <https://habr.com/ru/post/233911/>

Как купить все для любимой 11.11 на распродаже AliExpress // <https://www.zr.ru/content/articles/914573-kak-kupit-vse-dlya-lyubimoj-11>.

Кармадонова Д. Знаковый год для e-commerce в России: создание конгломератов онлайн-торговли и покупки на 1 трлн рублей // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

11-ое Число 11-го Месяца - День Памяти // <https://www.cai.org/ru/izuchenie-biblii/11-oe-chislo-11-go-mesyatsa-den-pamyati>;

Первая глобальная трансграничная конференция по электронной торговле в Пекине // <https://fiata.com/index.php?id=713&L=-1301>



Первая всемирная конференция по электронной торговле с участием России открылась в Пекине // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26276:2018-02-12-13-38-

Пиле Я.Э. Цифровая экономика: точки роста интернет-торговли // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 2А. С. 126-135.

Что такое обфускатор и обфускация? // <https://www.kv.by/archive/index2008071108.htm>
«Яндекс» выведет крупнейший турецкий маркетплейс на российский рынок // <https://www.the-village.ru/village/business/news/326049-hepsiburada>

First Global Cross-Border E-Commerce Conference Beijing Declaration Beijing, China 10 February, 2018 <http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/declarations/beijing-declaration-1022018.pdf?la=en>

WCO Adopts Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce // [https://info.expeditors.com/newsflash/wco-adopts-luxor-resolution-on-cross-border-e-commerce\\$](https://info.expeditors.com/newsflash/wco-adopts-luxor-resolution-on-cross-border-e-commerce$); International customs community adopts Luxor Resolution on cross-border e-commerce // <http://customstrade.asia/tag/luxor-resolution/>

BIBLIOGRAFIYA:

A/B test – eto prosto // <https://habr.com/ru/post/233911/>

Kak kupit' vse dlya lyubimoy 11.11 na rasprodazhe AliExpress // <https://www.zr.ru/content/articles/914573-kak-kupit-vse-dlya-lyubimoj-11>.

Karmadonova D. Znakovyj god dlya e-commerce v Rossii: sozдание konglomeratov onlajn-torgovli i pokupki na 1 trln rublej // <https://www.sostav.ru/publication/e-commerce-2018-34897.html>

11-oe CHislo 11-go Mesyaca - Den' Pamyati // <https://www.cai.org/ru/izuchenie-biblii/11-oe-chislo-11-go-mesyatsa-den-pamyati>;

Pervaya global'naya transgranichnaya konferenciya po elektronnoj trgovle v Pekine // <https://fiata.com/index.php?id=713&L=-1301>

Pervaya vseмирnaya konferenciya po elektronnoj trgovle s uchastiem Rossii otkrylas' v Pekine // http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26276:2018-02-12-13-38-

Pile YA.E. Cifrovaya ekonomika: tochki rosta internet-torgovli // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 2А. С. 126-135.

CHto takoe obfuskator i obfuskaciya? // <https://www.kv.by/archive/index2008071108.htm>
«YAndeks» vyvedet krupnejshij tureckij marketplejs na rossijskij rynek // <https://www.the-village.ru/village/business/news/326049-hepsiburada>

First Global Cross-Border E-Commerce Conference Beijing Declaration Beijing, China 10 February, 2018 <http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/declarations/beijing-declaration-1022018.pdf?la=en>

WCO Adopts Luxor Resolution on Cross-Border E-Commerce // [https://info.expeditors.com/newsflash/wco-adopts-luxor-resolution-on-cross-border-e-commerce\\$](https://info.expeditors.com/newsflash/wco-adopts-luxor-resolution-on-cross-border-e-commerce$); International customs community adopts Luxor Resolution on cross-border e-commerce // <http://customstrade.asia/tag/luxor-resolution/>

