

ЭКОНОМИКА РАЗВИТЫХ И РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

ECONOMIES OF DEVELOPED AND DEVELOPING COUNTRIES

DOI: 10.22363/2313-2329-2025-33-3-451-462

EDN: FJRNVP

УДК 338.23

Научная статья / Research article

Электронная коммерция в Европейском союзе

Е.Г. Время 

Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова РАН, Москва, Российская Федерация

 ekaterina.vremya@yandex.ru

Аннотация. Электронная коммерция стала ключевым фактором развития международной торговли, существенно упростив и ускорив процессы обмена товарами и услугами. Исследование посвящено оценке правовых механизмов регулирования данной сферы, анализу современного состояния электронной коммерции в Европейском союзе (ЕС). Цель исследования заключается в выявлении основных факторов и тенденций, определяющих дальнейшее развитие электронной коммерции в ЕС. Сформулированы задачи: проанализировать основные нормативно-правовые акты, регулирующие электронную коммерцию в ЕС, оценить современное состояние электронной коммерции в ЕС, выявить проблемы на пути развития электронной коммерции в ЕС. Методология исследования построена на комбинации методов: анализ нормативно-правовых актов ЕС, обзор научной литературы и статистических данных, а также сравнительный анализ подходов к регулированию электронной коммерции в различных юрисдикциях. Результаты исследования показали, что ЕС активно формирует комплексную правовую базу для регулирования электронной коммерции, направленную на гармонизацию правового пространства, защиту прав потребителей, регулирование деятельности крупных онлайн-платформ и обеспечение безопасности цифровой среды. Статистические данные свидетельствуют о динамичном росте электронной коммерции в ЕС. Отмечены проблемы, связанные с фрагментацией рынка, кибербезопасностью, логистическими сложностями и конкуренцией со стороны крупных международных компаний и платформ. С учетом современного уровня развития электронной коммерции в ЕС выделены факторы и тренды развития электронной коммерции в ЕС. Научная значимость исследования заключается в комплексном рассмотрении существующего опыта ЕС в регулировании электронной коммерции, анализе текущих тенденций и перспектив развития

данной сферы. Результаты исследования могут быть полезны для разработчиков политики в области цифровой экономики, участников процесса формирования многосторонних соглашений, а также представителей бизнеса, заинтересованных в расширении на европейском рынке электронной коммерции.

Ключевые слова: ЕС, общий рынок, регулирование электронной коммерции, цифровизация, цифровая торговля, новые сферы регулирования

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 16 февраля 2025 г.; доработана после рецензирования 26 апреля 2025 г.; принята к публикации 22 мая 2025 г.

Для цитирования: Время Е.Г. Электронная коммерция в Европейском союзе // Вестник Российской университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2025. Т. 33. № 3. С. 451–462. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2025-33-3-451-462>

E-commerce in the European Union

Ekaterina G. Vremya 

E.M. Primakov National Research Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russian Federation

 ekaterina.vremya@yandex.ru

Abstract. E-commerce has become a key factor in the development of international trade, significantly simplifying and accelerating the exchange of goods and services. This study is devoted to the assessment of legal mechanisms for regulating this sphere, analyzing the current state of e-commerce in the European Union (EU). The aim of the study is to identify the main factors and trends that determine the further development of e-commerce in the EU. To achieve this goal the following tasks are formed: to analyze the main legal acts regulating e-commerce in the EU, to assess the current state of e-commerce in the EU, to identify problems on the way of e-commerce development in the EU. The research methodology consists of a combination of such methods as analysis of EU regulations, review of scientific literature and statistical data, as well as comparative analysis of approaches to e-commerce regulation in different jurisdictions. The results of the study showed that the EU is actively developing a comprehensive legal framework for regulating e-commerce. These regulations are aimed at harmonizing the legal space, protecting consumer rights, regulating the activities of large online platforms and ensuring the security of the digital environment. Statistical data indicate the dynamic growth of e-commerce in the EU. However, challenges remain related to market fragmentation, cybersecurity, logistical difficulties, and competition from large international companies and platforms. Taking into account the current level of e-commerce development in the EU and certain problems, the factors and trends of e-commerce development in the EU were highlighted. The scientific significance of the study lies in a comprehensive review of the existing EU experience in regulating e-commerce, an analysis of current trends and prospects for the development of this area. The results of the work can be useful for policy makers in the field of digital economy, participants in the process of forming multilateral agreements, as well as for business representatives interested in expanding into the European e-commerce market.

Keywords: EU, common market, regulation of e-commerce, digitalization, digital trade, new areas of regulation

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: received 16 February 2025; revised 26 April 2025; accepted 22 May 2025.

For citation: Vremya, E.G. (2025). E-commerce in the European Union. *RUDN Journal of Economics*, 33(3), 451–462. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2025-33-3-451-462>

Введение

Электронная коммерция стала феноменом развития международной торговли XXI в. По оценкам экспертов, электронная коммерция является одним из факторов, наиболее значительно повлиявших на рост международной торговли, а также позволивших упростить и ускорить процесс торговли.

Активизация в ВТО работы над соглашением об электронной коммерции подчеркивает значимость темы на международном уровне с одной стороны, а с другой — свидетельствует о наличии определенных сложностей в регулировании электронной коммерции и существовании различий в подходах стран.

В частности, наиболее интересен опыт регулирования в Европейском союзе (ЕС). ЕС как один из крупнейших мировых рынков активно разрабатывает и внедряет комплексную правовую базу, регулирующую электронную коммерцию. Интересен и эволюционный путь развития электронной коммерции на данном рынке, проблемы, а также факторы и тренды.

Исследование позволяет всесторонне рассмотреть опыт ЕС по развитию электронной коммерции в рамках интеграционного объединения, оценить текущее состояние, выделить проблемы и перспективы, что определяет практическую значимость исследования для лиц, разрабатывающих политику в области цифровой экономики.

Цель исследования — выявление ключевых детерминант и устойчивых тенденций, определяющих траекторию развития электронной коммерции в рамках Европейского союза.

Методы

Методологическая основа исследования базируется на междисциплинарном подходе, объединяющем правовой, экономический и технологический анализ, что обусловлено необходимостью комплексного изучения электронной коммерции в ЕС как явления, формирующегося под влиянием регуляторных инициатив, рыночных трендов и цифровых инноваций.

Проведен сравнительно-правовой анализ законодательных актов ЕС (директива об электронной коммерции, общий регламент о защите персональных данных, закон о цифровом рынке, закон о цифровых услугах) в целях прослеживания эволюции регулирования, его противоречий и влияния на интеграционные процессы. Ретроспективный анализ динамики рынка позволил рассмотреть ключевые этапы его развития и трансформацию потребительского поведения.

С использованием метода статистического наблюдения и описательного метода проведен анализ статистических данных Eurostat и Mordor Intelligence, выполнена оценка объемов рынка, темпов роста, выявлены региональные диспропорции. Качественный анализ экспертных оценок и отраслевых отчетов выделил критические взгляды на регуляторные риски. Также применен прогнозно-аналитический метод, основанный на экстраполяции текущих трендов.

Обзор литературы

Электронная коммерция в ЕС периодически привлекает внимание как российских, так и зарубежных исследователей. Среди российских авторов можно выделить работы Е.А. Долгих и Т.А. Першина (Долгих, Першина, 2022), изучавших цифровизацию экономики в европейских странах, И.А. Стрелец и С.В. Чебанова (Стрелец, Чебанов, 2020), исследовавших современные тенденции цифровизации мировой торговли, А.И. Савельева (Савельев, 2016), занимавшегося сравнительным правовым анализом регулирования электронной коммерции в ЕС, России и США, С.Ю. Ревиновой (Ревинова, 2017), выполнившей сравнительный анализ развития электронной коммерции ЕС и России, Ю.С. Кубкиной (Кубкина, 2014), С.Г. Арнетт (Арнетт, 2024), исследовавшего регулирование в сфере электронной коммерции как новое направление в торговой политике ЕС, В.А. Золочевского (Золочевский, 2022), описавшего принципы, на которых основано правовое регулирование ЕС, М.Г. Головенчик и Г.Г. Головенчик (Головенчик, Головенчик, 2023), выявивших особенности функционирования цифровых рынков, О.В. Бирюковой и А.В. Данильцева (Бирюкова, Данильцев, 2019), в частности осветивших инициативу единого цифрового рынка ЕС, В.О. Лаптёнок (Лаптёнок, 2024), Н.С. Ахмадзода (Ахмадзода, 2021), Янкевич Е.М. и Хохловой К.А. (Янкевич, Хохлова, 2021), которые исследовали правовые аспекты цифровизации в ЕС. Среди зарубежных исследователей можно выделить J. Hörnle (Hörnle, 2009), M. Skare, B. Gavurova, M. Rigelsky (Skare, Gavurova, Rigelsky, 2023), E. Roszko-Wójtowicz, G.D. Sharma, B. Dańska-Borsiak, M.M. Grzelak (Wójtowicz et al., 2024).

Исследования в этой области затрагивают широкий спектр вопросов: от правового регулирования и налоговой политики до анализа потребительских предпочтений и инновационных технологий. Однако в большинстве случаев авторы сосредоточиваются на конкретных аспектах, не рассматривая явление комплексно, что делает актуальной представленную работу.

Правовое регулирование электронной коммерции в ЕС

Европейский союз с целью создания благоприятной и безопасной среды для электронных транзакций сформировал и продолжает развивать нормативно-правовую базу. И ЕС в определенной степени создает тренд в данном направлении, поскольку по скорости развития правового регулирования является одним из мировых лидеров. Стоит также отметить, что все акты создают правовую

основу и механизмы для того, чтобы в долгосрочной перспективе ограничить возможности крупных игроков устанавливать свои правила.

Директива об электронной коммерции¹, принятая в 2000 г., установила общие принципы обеспечения свободного движения информационных обществ и электронных услуг между государствами-членами. Среди положений следует выделить принцип страны происхождения, ограничение ответственности посредников (определены условия, при которых интернет-провайдеры и хостинг-компании освобождаются от ответственности за контент, размещенный пользователями), требования к транспарентности (обязательное предоставление информации о поставщике услуг и установление четких условий для электронных транзакций).

В 2015 г. Европейская Комиссия разработала стратегию «единого цифрового рынка»², суть которого заключается в устраниении виртуальных барьеров для перемещения цифровых товаров и услуг. Эта стратегия является основой для гармонизации европейского цифрового пространства (Арнетт, 2024: 98).

Общий регламент о защите персональных данных (GDPR)³, вступивший в силу в 2016 г., ввел стандарты обработки персональных данных на территории Евросоюза, защищающие права европейцев от неправомерного использования их персональной информации (так, в случае утечки данных организации должны сообщать об этом контролирующим органам в течение 72 часов) и обеспечивающие «правом на забвение» их данных. Регламент, с одной стороны, создал инструмент воздействия на компании, которые работают на рынке ЕС с данными пользователей и обязал их обеспечить прозрачность процесса работы с информацией, а с другой — повысил доверие потребителей.

Также стоит выделить директиву об авторском праве в цифровом едином рынке⁴, принятую в 2019 г., которая модернизировала правила авторского права под современные реалии, с целью обеспечения баланса интересов правообладателей, платформ и пользователей, способствуя развитию творческого сектора в цифровой среде. Также установлены обязательства в отношении онлайн-платформ по предотвращению распространения нелегального контента.

¹ Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce') // EUR-Lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32000L0031&qid=1731932415230> (дата обращения: 10.11.2024).

² Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions // European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/api/files/attachment/8210/DSM_communication.pdf (дата обращения: 20.03.2024).

³ General data protection regulation (GDPR) // EUR-Lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/EN/legal-content/summary/general-data-protection-regulation-gdpr.html> (дата обращения: 10.11.2024).

⁴ Directive (EU) 2019/790 of the European Parliament and of the Council of 17 April 2019 on copyright and related rights in the Digital Single Market and amending Directives 96/9/EC // EUR-Lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32019L0790&from=EN> (дата обращения: 10.11.2024).

Закон о цифровом рынке (Digital Markets Act, DMA)⁵, вступивший в силу 1 ноября 2022 г., позволил регулировать деятельность крупных онлайн-платформ, так называемых «гейткiperов». Закон включил ограничения на использование бизнес-пользователей в собственных интересах, создал условия для стимулирования инноваций, а также ввел ответственность за нарушения этих правил. Данный акт создал механизм воздействия на онлайн-платформы, ограничив их потенциальное влияние.

Закон о цифровых услугах (Digital Services Act, DSA)⁶, принятый в 2022 г., стал обновлением Директивы ЕС 2000 г. и дополнил директиву правилами для онлайн-платформ и цифровых посредников. Стоит подчеркнуть тот факт, что закон ввел еще один инструмент воздействия: установил правила и процедуры по удалению незаконного контента, а также ввел ответственность крупных цифровых платформ за недостаточную борьбу с нелегальным или вредоносным контентом. Однако некоторые эксперты выразили опасения по поводу того, что этот закон ограничит свободу слова и даст возможность ограничивать доступ к определенной информации⁷. Расплывчатые формулировки по типу «недостаточная борьба» также вызывают опасения, что закон позволит с помощью штрафов сделать иностранных поставщиков цифровых услуг неконкурентоспособными.

Эволюция правового регулирования электронной коммерции в ЕС отражает динамику развития цифрового рынка и осознанную ЕС необходимость своевременной адаптации к новым технологическим вызовам. ЕС демонстрирует последовательный подход к созданию гармонизированной правовой среды: первоначальные директивы, которые устанавливали общие принципы существования и функционирования электронной коммерции, затем постепенно дополнялись регламентами, которые ориентированы на решение конкретных проблем, возникающих в ходе углубления цифровизации.

Электронная коммерция в ЕС на современном этапе

Электронная коммерция в Евросоюзе сегодня продолжает динамично развиваться. По данным Mordor Intelligence, объем европейского рынка электронной коммерции в 2024 г. оценивается в 647,34 млрд долл. США, с прогнозом

⁵ Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on contestable and fair markets in the digital sector and amending Directives (EU) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act) // Eur-lex. URL: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?toc=OJ%3AL%3A2022%3A265%3ATOC&uri=uriserv%3AOJ.L_.2022.265.01.0001.01.ENG (дата обращения: 12.03.2024).

⁶ Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) // Eur-lex. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32022R2065> (дата обращения: 12.03.2024).

⁷ Europe's plot to regulate political speech in America // The Hill. URL: <https://thehill.com/opinion/congress-blog/4831049-eu-threat-free-speech-america/> (дата обращения: 20.10.2024).

роста до 951,16 млрд долл. США к 2029 г. при среднем ежегодном росте в 8 %⁸. Западная Европа занимает лидирующие позиции, обеспечивая 67 % общего оборота B2C в Европе, что составляло на 2022 г. 603 млрд евро.⁹

Доля электронной торговли в ВВП ЕС продолжает расти, причем лидерами в этом секторе по данным на 2022 г. являлись такие страны, как Германия, Нидерланды, Франция¹⁰.

Если сравнивать в региональном разрезе, то можно заметить, что наиболее высокий уровень проникновения интернета и связанная с этим потребительская цифровая покупательная активность наблюдаются в Западной Европе (95 % населения являются интернет-пользователями, 87 % населения осуществляет покупки онлайн) и Северной Европе (97 и 85 % населения соответственно). Центральная Европа имеет чуть меньшие значения этих показателей (91 и 77 %). Наиболее отстающими являются Восточная (88 и 48 %) и Южная Европа (89 и 64 %), вероятно потому, что в этих частях Европы находятся относительно мелкие развивающиеся страны ЕС.

По данным на 2024 г. 31 % онлайн-покупателей в ЕС совершают покупки в интернет-магазинах других стран-членов. При этом трансграничные покупки составляют 25 % общего дохода от электронной коммерции на рынке ЕС¹¹. Такие показатели могут говорить о растущей интеграции рынка с одной стороны, и укреплении доверия — с другой.

Несмотря на усилия по гармонизации и создание единой нормативной правовой базы, по-прежнему существует фрагментация рынка, обусловленная различиями в налоговом законодательстве, правилах защиты потребителей, технических стандартах между странами-членами.

Еще одной проблемой являются киберугрозы. По данным Агентства ЕС по кибербезопасности, в период с июля 2023 г. по июнь 2024 г. совершено 11 079 кибератак на инфраструктуру ЕС¹². Такой существенный рост угроз обязывает Еврокомиссию предпринимать новые меры по защите данных и финансовых транзакций.

ЕС также сталкивается с логистическими и инфраструктурными сложностями. Уровень развития инфраструктуры и эффективность логистических служб различается. Основными препятствиями выступают отсутствие адекватной железнодорожной инфраструктуры в отдельных странах, перегруженность

⁸ Анализ объема и доли рынка электронной коммерции в Европе — тенденции роста и прогнозы (2024–2029 гг.) // Mordor intelligence. URL: <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/europe-ecommerce-market> (дата обращения: 14.11.2024).

⁹ Особенности электронной коммерции в странах Западной Европы // Cart power. URL: <https://cart-power.ru/blog/osobennosti-elektronnoj-kommercii-v-stranah-zapadnoj-evropy/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁰ Там же.

¹¹ Spotlight on... e-commerce in Europe // Fedex. URL: <https://www.fedex.com/en-at/campaign/small-business-hub/trends-and-insights/spotlight-on-ecommerce-europe.html> (дата обращения: 14.11.2024).

¹² ENISA Threat Landscape 2024 // ENISA. URL: <https://www.enisa.europa.eu/publications/enisa-threat-landscape-2024> (дата обращения: 14.11.2024).

транспортной инфраструктуры, национальные протекционистские политики, неразработанность интерmodalных перевозок¹³, что в совокупности увеличивает издержки.

Европейские компании сталкиваются с жесткой конкуренцией со стороны крупных международных компаний и платформ. В частности, значительно усилили конкуренцию недорогие маркетплейсы, например, китайская платформа Temu¹⁴, которой недовольны европейские производители, указывающие на нечестную конкуренцию.

Факторы и тренды развития электронной коммерции в ЕС

Следует выделить несколько факторов, обуславливающих перспективы дальнейшего развития электронной коммерции в ЕС. Ретроспективно, пандемия COVID-19 стала катализатором роста электронной коммерции, изменив привычки потребителей и ускорив переход к цифровым каналам продаж. Компании, адаптировавшиеся к новым условиям, смогли не только сохранить, но и существенно увеличить свою долю на рынке. В 2020 г. COVID-19 побудила 12 % предприятий ЕС начать или активизировать усилия по онлайн-продажам¹⁵.

Один из главных факторов развития электронной коммерции в ЕС сегодня — ускоренная цифровизация сфер экономики и общества. Рост числа пользователей интернета, увеличение охвата высокоскоростными сетями и развитие мобильных технологий способствуют росту спроса на онлайн-торговлю.

Значительную роль в развитии электронной коммерции играет институциональная среда ЕС. Своевременное введение законодательных актов способствует созданию более транспарентной и безопасной среды для участников рынка и позволяет ЕС управлять ситуацией, не допустив навязывания правил со стороны техно-гигантов. Устранение нетарифных барьеров в ЕС также позволяет раскрыть потенциал электронной коммерции, делая торговлю проще для производителей и дешевле для потребителей.

Стоит также отметить изменение потребительского поведения и предпочтений. Современные потребители все чаще ставят акцент на удобстве и доступности онлайн-покупок. **Рост мобильной коммерции**, развитие технологий умных ассистентов и увеличение числа пользователей, предпочитающих цифровые платежи, создают благоприятную почву для дальнейшего развития электронной коммерции на территории ЕС.

¹³ Развитие и текущая ситуация европейской логистики // Basenton URL: <https://www.basenton.com/ru/the-development-and-current-situation-of-european-logistics/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁴ Онлайн-шопинг возвращается к росту в Европе на фоне жесткой конкуренции // U.S. news. URL: <https://www.usnews.com/news/technology/articles/2024-10-09/online-shopping-returns-to-growth-in-europe-amid-fierce-competition> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁵ Impact of COVID-19 on e-sales of enterprises. Eurostat. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Impact_of_COVID-19_on_e-sales_of_enterprises (дата обращения: 14.11.2024).

Согласно исследованию Нильсен, молодое население (до 24 лет) выступает основным драйвером роста сектора: оно более склонно к совершению покупок через интернет, в т.ч. с использованием социальных сетей. Также отмечается, что у более молодого потребителя ожидания от интернет-магазинов по умолчанию выше¹⁶, что делает развитие цифровых сервисов оплаты, логистики, отслеживания, персональных рекомендаций и т.п. обязательным условием для сохранения уровня конкурентоспособности.

Перечисленные факторы обуславливают тренды развития электронной коммерции в ЕС. Ожидается, что в ближайшие годы в ЕС доля мобильной коммерции в общем объеме онлайн-продаж продолжит увеличиваться. В частности, в западной Европе в 2023 г. транзакции через мобильные устройства составили почти 281 млрд долл. США и по прогнозам к 2027 г. этот показатель вырастет на 27,4 % — до 358 млрд долл. США¹⁷. Это, в свою очередь, является сигналом для развития компаниями платформ для мобильных устройств.

Искусственный интеллект (ИИ) и аналитика big data уже являются частью электронной коммерции и их роль будет расти. ИИ сегодня используется для персонализации потребительского опыта, генерирования более точных индивидуальных рекомендаций, оптимизации ценообразования, анализа потребительских предпочтений и выявления целевых аудиторий. Данные инструменты также используются в логистике, что позволяет оптимизировать логистические расходы. По оценкам, европейский рынок ИИ в 2024 г. достиг 43 млрд евро, что представляет существенные возможности для европейского рынка. Однако, в 2023 г. менее 15 % компаний оптовой и розничной торговли в ЕС использовали инструменты на базе ИИ, что является недостаточным для того, чтобы говорить об успешности масштабного внедрения ИИ. Основываясь на данных из Италии, ожидается, что ИИ-решения в первую очередь будут внедрены в модной электронной коммерции¹⁸.

Снятие барьеров в рамках **Единого цифрового рынка** и упрощение трансграничных операций будет способствовать дальнейшему развитию **трансграничной торговли**, причем от этого выиграют все: потребители получат доступ к более широкому ассортименту товаров, компании — к новым рынкам, что будет стимулировать конкуренцию и инновации. В совокупности это позволит улучшить макроэкономические показатели, в долгосрочной перспективе сформировать устойчивую и инновационную экономику, еще больше усилить интеграцию внутри ЕС, а также усилить контроль за рынком за счет созданного инструментария и более прозрачной торговли. Проиграть могут только ино-

¹⁶ Новое поколение покупателей. NIQ. URL: <https://nielseniq.com/global/ru/insights/education/2024/novoe-pokolenie-pokupateley/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁷ Retail mobile commerce sales in Western Europe from 2021 to 2027. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/281260/mobile-commerce-sales-europe/> (дата обращения: 14.11.2024).

¹⁸ Artificial intelligence in European e-commerce — statistics and facts. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/12675/artificial-intelligence-ai-in-european-e-commerce/> (дата обращения: 14.11.2024).

странные производители, роль которых на рынке ЕС в долгосрочной перспективе может быть ограничена.

С ростом числа онлайн-транзакций увеличивается необходимость обеспечения **кибербезопасности**. Вероятно, компании будут инвестировать в средства защиты данных клиентов и укрепление систем безопасности, чтобы минимизировать риски утечек информации и мошенничества, а соответственно и риски штрафов. В подтверждение этого предположения, по прогнозам компании IDC, к 2027 г. совокупные европейские инвестиции в ИТ-безопасность составят около 79 млрд долл. США¹⁹.

Заключение

Электронная коммерция в Европейском Союзе динамично развивается. Такие факторы, как степень распространения интернета, институциональная поддержка и меняющиеся потребительские предпочтения, способствуют этому росту.

ЕС добился заметных успехов в развитии электронной коммерции, однако устранение существующих проблем, таких как фрагментация рынка, киберугрозы, логистические препятствия, является условием устойчивого роста. Согласование правил между странами-членами, усиление мер обеспечения кибербезопасности, совершенствование логистической инфраструктуры и поддержка малых и средних предприятий — необходимые шаги для создания полностью интегрированного цифрового рынка ЕС.

Среди главных трендов, определяющих будущее электронной торговли в ЕС, — рост мобильной торговли, интеграция ИИ и big data для персонализации потребительского опыта, а также устранение нетарифных барьеров в рамках Единого цифрового рынка.

ЕС, адаптируясь к современным условиям, технологическому прогрессу и потребностям потребителей, сможет укрепить свои позиции и в долгосрочной перспективе быть одним из лидеров и трендсеттеров в сфере электронной коммерции, стимулируя инновационное развитие и обеспечивая долгосрочное экономическое развитие.

Список литературы

- Арнетт С.Г. Влияние цифровизации торговли на торговую политику Европейского Союза : дис. ... канд. экон. наук. М., 2024.
- Ахмадзода Н.С. Зарубежный опыт государственного регулирования в условиях цифровой экономики // Мир экономики и управления. 2021. Т. 21. №1. С. 104–118. <https://doi.org/10.25205/2542-0429-2021-21-1-104-118> EDN: PGGHRK
- Бирюкова О.В., Данильцев А.В. Когда сотрудничество не складывается: глобальное управ-

¹⁹ European IT security spending to grow by more than 12 % in 2023 Despite Economic Slowdown, Says IDC // IDC URL: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prEUR251222823> (дата обращения: 14.11.2024).

- ление цифровой торговлей // Вестник международных организаций. 2019. Т. 14. № 1. С. 7–20. <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2019-01-01> EDN: ZYGLEQ
- Головенчик М.Г., Головенчик Г.Г. Особенности функционирования цифровых рынков // Цифровая трансформация. 2023. Т. 29. № 2. С. 13–23. <https://doi.org/10.35596/1729-7648-2023-29-2-13-23> EDN: MMZZLR
- Долгих Е.А., Першина Т.А. Анализ развития цифровой экономики в странах Европы // E-Management. 2022. Т. 5. № 2. С. 83–90. <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-2-83-90> EDN: HXLEAP
- Золочевский В.А. Принципы электронной // Инновации. Наука. Образование. 2022. № 60. С. 35–42. EDN GMFAVR
- Камашева А.И. Электронная торговля как фактор роста мировой экономики // Международная научно-техническая конференция молодых ученых БГТУ им. В.Г. Шухова, посвященная 300-летию Российской академии наук. 2022. С. 367–371. EDN: RRXANK
- Кубкина Ю.С. Основные тенденции развития электронной коммерции в мировой экономике и экономике Российской Федерации // Пространство экономики. 2014. № 2–2. С. 157–161. EDN: SZAVHN
- Лаптёнок В.О. Цифровой переход и его правовые аспекты в реализации внешних компетенций Европейского союза // Теория и практика общественного развития. 2024. № 4. С. 191–196. <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.4.24> EDN: BHQGLE
- Ревинова С.Ю. Тенденции и перспективы российской электронной коммерции // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2017. Т. 25. № 4. С. 487–497. <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2017-25-4-487-497> EDN: YTYAWX
- Савельев А.И. Электронная коммерция в России и за рубежом: законодательство и практика. 2-изд., перераб. и доп. М. : Статут, 2016. С. 920.
- Стрелец И.А., Чебанов С.В. Цифровизация мировой торговли: масштабы, формы, последствия // Мировая экономика и международные отношения. 2020. Т. 64. № 1. С. 15–25. <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2020-64-1-15-25> EDN: MNMTXB
- Янкевич Е.М., Хохлова К.А. Трансформация права в условиях развития цифровых технологий // Актуальные проблемы государства и права в сравнительно-правовом аспекте. 2021. С. 260–262. EDN: LYDPMI
- Hörnle J. Cross-border internet dispute resolution. Cambridge University Press, 2009.
- Roszko-Wojtowicz E., Deep Sharma G., Dańska-Borsiak B., Grzelak M.M. Innovation-driven E-commerce growth in the EU: An empirical study of the propensity for online purchases and sustainable consumption // Sustainability. 2024. Vol. 16. № 4. P. 1563. <https://doi.org/10.3390/su16041563>
- Skare M., Gavurova B., Rigelsky M. Innovation activity and the outcomes of B2C, B2B, and B2G E-commerce in EU countries // Journal of Business Research. 2023. Vol. 163. P. 113874. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113874>

References

- Akhmadzoda, N.S. (2021). Foreign experience of state regulation in the digital economy. *World of Economics and Management*, 21(1), 104–118. (In Russ.). <https://doi.org/10.25205/2542-0429-2021-21-1-104-118> EDN: PGGHRK
- Arnett, S.G. (2024). *The impact of trade digitalization on the trade policy of the European Union*. Dissertation of Economic Sciences. Moscow.
- Biryukova, O.V., & Daniltsev, A.V. (2019). When cooperation fails: Global governance of digital trade. *Bulletin of International Organizations*, 14(1), 7–20. (In Russ.). <https://doi.org/10.17323/1996-7845-2019-01-01> EDN: ZYGLEQ
- Golovenchik, M.G., & Golovenchik, G.G. (2023). Features of digital markets functioning. *Digital*

- Transformation, 29(2), 13–23. <https://doi.org/10.35596/1729-7648-2023-29-2-13-23> EDN: MMZZLR
- Dolgikh, E.A., & Pershina, T.A. (2022). Analysis of digital economy development in European countries. *E-Management*, 5(2), 83–90. (In Russ.). <https://doi.org/10.26425/2658-3445-2022-5-2-83-90> EDN: HXLEAP
- Hörnle, J. (2009). *Cross-border internet dispute resolution*. Cambridge University Press.
- Kamasheva, A.I. (2022). E-commerce as a growth factor in the global economy. *International Scientific and Technical Conference of Young Scientists at Belgorod State Technological University named after V.G. Shukhov (BGTU), dedicated to the 300th Anniversary of the Russian Academy of Sciences*, 367–371. (In Russ.). EDN: RRXANK
- Kubkina, Yu.S. (2014). Key trends in the development of e-commerce in the global economy and the economy of the Russian Federation. *Economic Space*, (2–2), 157–161. (In Russ.). EDN: SZAVHN
- Laptsenak, V.A. (2024). Digital transition and its legal aspects in implementing the European Union's external competences. *Theory and Practice of Social Development*, (4), 191–196. (In Russ.). <https://doi.org/10.24158/tipor.2024.4.24> EDN: BHQGLE
- Revinova, S.Y. (2017). Russian e-commerce trends and prospects. *RUDN Journal of Economics*, 25(4), 487–497. (In Russ.). <https://doi.org/10.22363/2313-2329-2017-25-4-487-497> EDN: YTYAWX
- Roszko-Wójtowicz, E., Deep Sharma, G., Dańska-Borsiak, B., & Grzelak, M.M. (2024). Innovation-driven E-commerce growth in the EU: An empirical study of the propensity for online purchases and sustainable consumption. *Sustainability*, 16(4), 1563. <https://doi.org/10.3390/su16041563>
- Saveliev, A.I. (2016). *E-commerce in Russia and abroad: legislation and practice*. 3nd ed. Moscow: Statut. (In Russ.).
- Skare, M., Gavurova, B., & Rigelsky, M. (2023). Innovation activity and the outcomes of B2C, B2B, and B2G E-commerce in EU countries. *Journal of Business Research*, 163, 113874. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113874>
- Strelets, I.A., & Chebanov, S.V. (2020). Digitalization of world trade: Scale, forms, consequences, *World Economy and International Relations*, 64(1), 15–25. (In Russ.). <https://doi.org/10.20542/0131-2227-2020-64-1-15-25> EDN: MNMTXB
- Yankevich, E.M., & Khokhlova, K.A. (2021). Transformation of law in the context of digital technologies development. *Current issues of state and law in comparative legal perspective*, 260–262. (In Russ.). EDN: LYDPMI
- Zolochevsky, V.A. (2022). Principles of e-commerce. *Innovation. Science. Education*, (60), 35–42. (In Russ.). EDN: GMFAVR

Сведения об авторе / Bio note

Время Екатерина Генадьевна, младший научный сотрудник, Национальный исследовательский институт мировой экономики и международных отношений им. Е.М. Примакова РАН, 117997, Российская Федерация, Москва, ул. Профсоюзная, д. 23. ORCID: 0009-0008-9771-1429. SPIN-код: 8059-6860. E-mail: ekaterina.vremya@yandex.ru

Ekaterina G. Vremya, junior research assistant, E.M. Primakov National Research Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences, 23 Profsoyuznaya St, Moscow, 117997, Russian Federation. ORCID: 0009-0008-9771-1429. SPIN-code: 8059-6860. E-mail: ekaterina.vremya@yandex.ru