

УДК 336:339.187
DOI

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ И ФИНАНСОВАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ: БАЛАНС УДОБСТВА И КОНТРОЛЯ

Николаев Д.А. ORCID ID 0000-0002-1043-3905, Эрдниева К.М.

*Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Россия, Москва,
e-mail: DNikolaev@fa.ru*

Бурное развитие электронной коммерции, охватывающей широкий спектр онлайн-операций, усиливает актуальность обеспечения финансовой прозрачности как основы доверия в цифровой экономике. Целью исследования является выявление и комплексная оценка угроз финансовой прозрачности в сфере электронной коммерции и разработка на этой основе научно обоснованных рекомендаций по достижению оптимального баланса между операционной эффективностью цифровых сервисов и необходимостью усиления финансового контроля. В работе использовались методы сравнительного и статистического анализа, а также изучение международного регуляторного опыта, включая анализ нормативных актов и научных трудов. В результате исследования было установлено, что цифровая трансформация, изменения в глобальных цепочках создания стоимости и высокая концентрация рынков порождают системные вызовы, благоприятствующие злоупотреблениям, таким как уклонение от налогов, легализация доходов и мошенничество. Был проведен сравнительный анализ регуляторных подходов, применяемых в России, ЕС и США, который позволил определить, что устойчивость цифровых рынков зависит от институциональных механизмов, включая про-конкурентное регулирование. Кроме того, была проведена оценка потенциала современных цифровых технологий для борьбы с выявленными угрозами. Проведенное исследование подтверждает, что достижение финансовой прозрачности требует комплексного подхода, интегрирующего технологические решения (блокчейн, искусственный интеллект) и совершенствование правового поля. На основе анализа были сформулированы научно обоснованные рекомендации для бизнеса, государства и потребителей, направленные на повышение эффективности комплаенс и цифровой грамотности.

Ключевые слова: электронная торговля, электронная коммерция, онлайн-торговля, цифровая экономика, финансовая прозрачность

E-COMMERCE AND FINANCIAL TRANSPARENCY: BALANCE OF CONVENIENCE AND CONTROL

Nikolaev D.A. ORCID ID 0000-0002-1043-3905, Erdnieva K.M.

*Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education
«Financial University under the Government of the Russian Federation»,
Russia, Moscow, e-mail: DNikolaev@fa.ru*

The rapid development of e-commerce, encompassing a wide array of online operations, heightens the relevance of ensuring financial transparency as the foundation of trust in the digital economy. The research objective is to identify and comprehensively assess threats to financial transparency within the e-commerce sphere and, based on this, to develop scientific recommendations for achieving an optimal balance between the operational efficiency of digital services and the necessity of strengthening financial control. The study employed comparative and statistical analysis methods, alongside an examination of international regulatory experience, including the analysis of regulatory acts and scholarly works. The research established that digital transformation, shifts in global value chains, and high market concentration generate systemic challenges conducive to abuses such as tax evasion, income legalization, and fraud. A comparative analysis of regulatory approaches applied in Russia, the EU, and the USA was conducted, which allowed for the determination that the resilience of digital markets depends on institutional mechanisms, including pro-competitive regulation. Furthermore, the potential of modern digital technologies to counter the identified threats was evaluated. The study confirms that achieving financial transparency requires an integrated approach combining technological solutions (blockchain, artificial intelligence) and the improvement of the legal framework. Based on this analysis, scientific recommendations were formulated for business, government, and consumers, aimed at enhancing compliance effectiveness and digital literacy.

Keywords: electronic commerce, e-commerce, online trading, digital economy, financial transparency

Введение

Электронная коммерция (e-commerce) является одним из наиболее динамично развивающихся сегментов цифровой экономики. Она охватывает широкий спектр операций – от розничной онлайн-торговли и цифровых платежей до платформенной занятости и трансграничных сделок. Удоб-

ство, масштабируемость и скорость операций сделали электронную торговлю неотъемлемой частью современной экономики. Вместе с тем рост объемов онлайн-операций усиливает актуальность финансовой прозрачности, которая является основой доверия между государством, бизнесом и потребителями.

Актуальность тематики обусловлена, тем, что современное общество стоит на перепутье: с одной стороны, стремление к удобству, скорости и цифровой свободе, а с другой – необходимость обеспечивать честность, безопасность и прозрачность финансовых отношений. Найти этот устойчивый баланс-вызов – ключевая задача участников рынка электронной коммерции.

Цель исследования – выявление и комплексная оценка угроз финансовой прозрачности в сфере электронной коммерции и разработка на этой основе научно обоснованных рекомендаций по достижению оптимального баланса между операционной эффективностью цифровых сервисов и необходимостью усиления финансового контроля. Научная новизна исследования заключается в системном анализе сочетания удобства цифровых сервисов и необходимости финансового контроля.

Материалы и методы исследования

В основу исследования положены труды ученых, нормативные документы и статистические данные, использованы методы сравнительного и статистического анализа, а также изучение международного регуляторного опыта.

Результаты исследования и их обсуждение

Электронная коммерция – неотъемлемый элемент глобальной экономической системы, кардинально трансформировавший традиционные цепочки создания стоимости и потребительские практики [1]. Парадигма «удобство любой ценой» порождает системные вызовы, снижая финансовую прозрачность, создавая благоприятную среду для злоупотреблений, таких как уклонение от уплаты налогов, отмывание денег и масштабное платежное мошенничество. Асимметрия информации между участниками цифровой платформенной экономики – фундаментальная проблема, подрывающая доверие и устойчивость рынка [2].

Развитие электронной коммерции в России следует рассматривать через призму трансформации глобальных цепочек создания стоимости (ГЦСС). Традиционно e-commerce опиралась на глобальные сети поставок, однако в условиях геополитической турбулентности наблюдается переориентация на региональные цепочки, особенно в рамках ЕАЭС и БРИКС. Такой подход позволяет адаптировать теорию ГЦСС к новым реалиям, учитывая тенденции регионализации и локализации производств [3–5]. Дополнительное значение приобретает концепция стратегической адаптивности,

подчеркивающая необходимость гибкости и быстрого реагирования на внешние вызовы, включая цифровую трансформацию и изменение моделей управления рисками. Важна и геоцифровизация, учитывающая взаимодействие цифровых технологий и геополитических ограничений. В российских условиях это означает ориентацию на цифровой суверенитет и создание устойчивых региональных экосистем [3]. Устойчивость цифровых рынков зависит от институциональных механизмов прозрачности и контроля в многосторонних платформах. Традиционных подходов недостаточно, требуется проконкурентное регулирование, иные правила работы платформ [6–8].

Трансграничная и дистанционная природа e-commerce создает значительные возможности для минимизации налоговых обязательств и уклонения от них. Одной из наиболее распространенных практик является дробление бизнеса (splitting). Крупные продавцы искусственно разделяют обороты между множеством юридических лиц (часто микропредприятий) или самозанятых, чьи доходы остаются ниже порога, необходимого для применения общих режимов налогообложения или обязательной регистрации в качестве плательщика НДС.

В 2023 г. ФНС России выявила схему одной из крупных платформ, где через более чем 200 аккаунтов самозанятых, формально независимых, но фактически скоординированных, проводились операции на общую сумму свыше 500 млн руб. в год без уплаты соответствующих налогов¹.

Другой комплексной проблемой является определение налогового резидентства и постоянного представительства в схемах дропшипинга² и при работе транснациональных платформ. Размывание цепочки создания стоимости между юрисдикциями приводит к эрозии налоговой базы и нарушает принципы справедливого налогообложения, что требует международной гармонизации налоговых правил.

Анонимность, скорость и объем электронных платежей создают привлекательную среду для легализации преступных доходов. Можно выделить несколько типичных схем:

– фейковые интернет-магазины (имитационные торговые площадки для продажи

¹ Мониторинг международных трендов правового регулирования для развития законодательства в сфере цифровой экономики в России // Институт экономической политики им. Е. Гайдара. 2025. № 4. № 7. URL: <https://www.iep.ru/ru/numbers/> (дата обращения: 03.08.2025).

² Дропшипинг (drop-shipping) – логистическая модель, при которой товары отправляются от производителя или поставщика напрямую конечному потребителю или розничному продавцу, минуя посредников и дополнительные складские звенья.

несуществующих товаров), где средства, поступающие от покупателей (часто с украденных карт), легализуются, после чего сайт прекращает существование;

– обналачивание через товары-посредники (покупка с использованием криминальных средств высоколиквидных активов: подарочные карты, криптовалюты, цифровые коллекционные предметы, с их последующей продажей за «чистые» деньги);

– сложные схемы с возвратами (charge-back fraud) (организованные группы осуществляют массовые покупки с последующим оспариванием транзакций как несанкционированных, добиваясь возврата средств на подконтрольные счета.

Статистика электронной торговли в разных странах позволяет судить о существенной диспропорции в развитии сектора (таблица). Наибольший объем электронной торговли формируется в Китае (2500 млрд дол.), где доля интернет-продаж в структуре розничной торговли составляет 36,8%, что обусловлено уникальной экосистемой суперприложений (Alipay, WeChat) и агрессивной государственной политикой цифровизации [9].

Китай доминирует на мировом рынке онлайн-продаж, составляя почти половину (2500 млрд дол.) и более чем вдвое опережая США (1210 млрд дол. при 16,3% доли в ритейле, но высоким ВВП на душу населения – 89,7 тыс. дол.). Это отражает не только размер экономики, но и модель потребления, интегрированную вокруг суперприложений и развитой логистики.

США и Китай образуют устойчивую дуополию, контролируя 63% объемов топ-8 рынков, что создает геополитический дисбаланс и зависимость других стран. Великобритания (172 млрд дол.) и Германия представляют европейский сегмент, уступающий азиатскому, что указывает на перераспределение центров электронной коммерции [10].

Россия, несмотря на умеренный абсолютный объем рынка (122 млрд дол.), демонстрирует высокую долю онлайн-торговли в ритейле (20,3%) при глубоком проникновении интернета (92%). Это свидетельствует об успешной адаптации населения и активной стадии роста, в отличие от зрелых рынков США и ЕС [11]. В 2024 г. Россия установила рекорд по объему онлайн-продаж (более 1 трлн руб. в месяц). Лидерами российского рынка являются Wildberries и Ozon, обеспечивая 76% заказов и 53% продаж³.

³ E-commerce в 2025 г.: основные изменения и тренды рынка. [Электронный ресурс]. URL: <https://yandex.ru/adv/edu/materials/trendy-ekoma> (дата обращения: 03.08.2025).

Индия с низким показателем онлайн-торговли имеет колоссальный потенциал роста, коррелирующий с уровнем проникновения интернета и ВВП на душу населения. Высокая динамика в Индии и Индонезии при низкой покупательной способности отражает глобализацию e-commerce.

Ключевым драйвером роста e-commerce является не только доступ к интернету, но и глубина интеграции онлайн-торговли в повседневные практики и эффективность цифровых экосистем, на что указывают высокие показатели Южной Кореи (125 млрд дол. при 97% проникновения) и Великобритании (172 млрд дол. при 95%) при аналогичном уровне проникновения в США.

Высокая концентрация на рынке маркетплейсов усиливает сетевые эффекты и информационную асимметрию, повышая риски злоупотреблений [6, 7]. В России Wildberries и Ozon контролируют более 77% заказов и 53% оборота, что свидетельствует о высокой концентрации российского рынка⁴. При этом Wildberries контролирует 55% всех заказов при доле в объеме продаж 29%. Это создает риск экосистемной зависимости, наделяя маркетплейс значительной монополией на внимание потребителя и рыночной властью над продавцами, что подтверждается антимонопольными делами. Доминирование двух крупнейших игроков повышает эффективность логистики, но снижает конкуренцию и прозрачность цепочек поставок, в то время как доля прочих участников остается незначительной из-за высоких барьеров входа [12].

В сегменте высоких чеков наблюдается диверсификация. Ozon имеет меньшую долю в выручке (21%) по сравнению с долей заказов (27%), а другие площадки занимают 47% объема продаж против 23% заказов. Это указывает на предпочтение потребителей совершать крупные покупки (электроника, бытовая техника) через специализированные каналы (сильные бренды, D2C-сайты⁵, Yandex Market), тогда как маркетплейсы используются для массового спроса.

Выявленная концентрация представляет макроэкономический риск: сбой или регуляторные ограничения у одного из двух ключевых игроков способны парализовать до 77% всех заказов в стране, создавая уязвимость для системного шока. Это требует от регулятора мер по обеспечению отказоустойчивости инфраструктуры цифровой торговли.

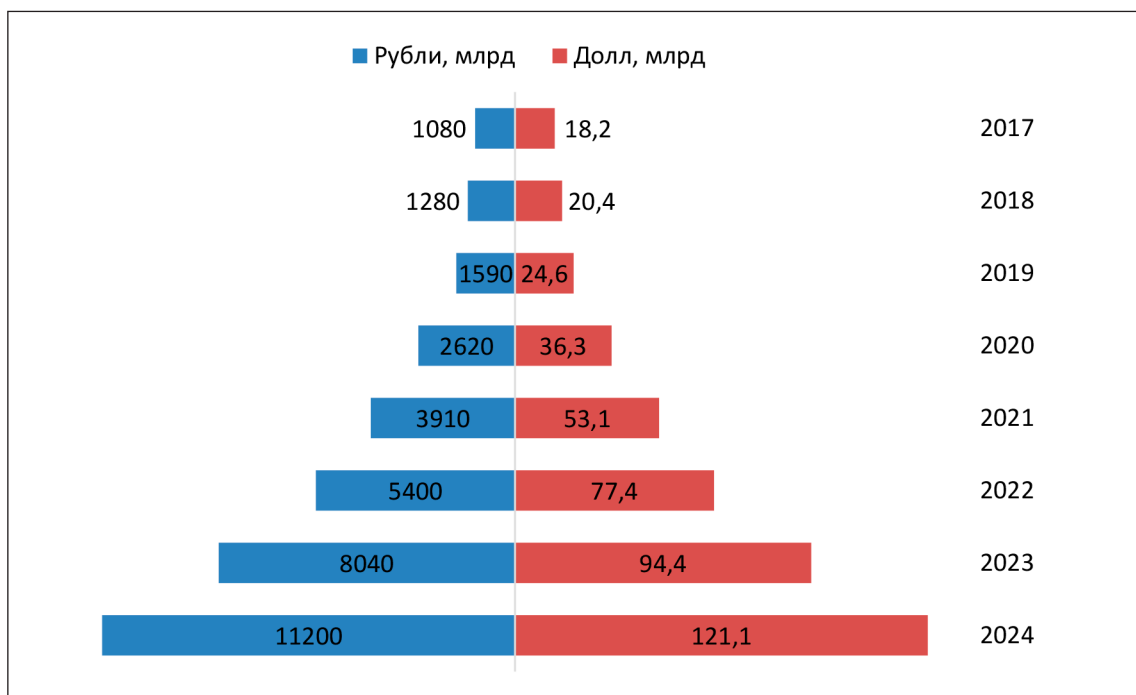
⁴ Интернет-торговля в России 2025 // Data Insight. [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 03.08.2025).

⁵ D2C (Direct-to-consumer) – модель продаж, при которой производитель товара продает его напрямую потребителю.

Ключевые рынки электронной коммерции

Показатели	Население, 2024 г., млн чел.	% захват интернета	Прогноз ВВП на душу населения, 2025, тыс.	Доля интернет-торговли в ритейле, 2024, %	Конечное потребление домохозяйств, 2024, млрд	Объем B2C интернет торговли, 2024, млрд
Китай	1418	77	\$ 13,9	36,8	\$ 6962	\$ 2500
США	346	97	\$ 89,7	16,3	\$ 18822	\$ 1210
Великобритания	69	95	\$ 54,3	26,1	\$ 1910	\$ 172
Япония	123	85	\$ 35,6	14,7	\$ 2365	\$ 163
Южная Корея	52	97	\$ 37,7	29,0	\$ 838	\$ 125
Россия	145	92	\$ 12	20,3	\$ 1006	\$ 122
Индия	1455	46	\$ 2,9	11,1	\$ 2152	\$ 109
Германия	94	92	\$ 57,9	14,9	\$ 2259	\$ 103
Индонезия	283	69	\$ 5,2	29,7	\$ 746	\$ 72
Франция	67	87	\$ 49,5	12,0	\$ 1628	\$ 68
Канада	40	94	\$ 55,9	7,9	\$ 1181	\$ 63
Италия	59	87	\$ 41,7	10,8	\$ 1340	\$ 52
Турция	87	86	\$ 16,9	16,6	\$ 664	\$ 50

Источник: составлено авторами по данным: Интернет-торговля в России 2025 // Data Insight. [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 03.08.2025).



Онлайн-продажи в России в 2024 г.

Источник: составлено авторами по данным: Интернет-торговля в России 2025 // Data Insight. [Электронный ресурс]. URL: https://datainsight.ru/DI_eCommerce_2025 (дата обращения: 03.08.2025).

Российский рынок электронной торговли (рисунок) демонстрирует фундаментальный и необратимый сдвиг в потребительском поведении, превысив в 2024 г.

10 трлн руб. (\$100 млрд). Этот показатель является точкой невозврата, превращая e-commerce из дополнительного в основной канал розничной торговли. Крутой восходя-

ший тренд, особенно в 2020–2022 гг., подтверждает качественное изменение роли цифровых каналов, подкрепленное не только внешними шоками, но и сформировавшейся привычкой, доверием к онлайн-платежам и развитием логистики [12].

Рынок e-commerce, выросший с 1,8 млрд руб. в 2017 г. до 11,8 млрд руб. в 2024 г. на фоне волатильности традиционной розницы, доказывает свою антихрупкость. Он способен стать стабилизирующим фактором в периоды экономической нестабильности, обеспечивая непрерывность товарных потоков и свидетельствуя о тесной взаимосвязи с макроэкономикой.

Опережающий рост e-commerce относительно фискального и комплаенс-контроля создает «окно уязвимости», требующее упреждающего внедрения регуляторных новаций (например, закон о платформенной экономике). Высокие темпы роста, концентрация рынка и глобальная конкуренция обуславливают необходимость опережающей стратегии, ориентированной на диверсификацию, конкуренцию и прозрачные технологические решения.

Несмотря на преимущества, электронная коммерция сопряжена с серьезными угрозами, такими как уклонение от уплаты налогов (потери ОЭСР оцениваются в десятки миллиардов долларов ежегодно); отмывание денег (ФАТФ фиксирует использование C2C-платформ⁶ для нелегальных транзакций); мошенничество с платежами (в 2024 г. объем мошеннических операций с банковскими картами в России превысил 10 млрд руб. по данным ЦБ РФ; кибератаки (DDoS-атаки и утечки данных снижают доверие потребителей и приводят к убыткам компаний).

По мнению зарубежных ученых, инновационные технологии, такие как блокчейн, искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение, являются ключом к балансу между ростом e-commerce и необходимым уровнем контроля [2, 13]. Блокчейн предлагает децентрализованную фиксацию транзакций, исключая подделку данных (пример: контроль НДС в ЕС). Искусственный интеллект анализирует транзакции в реальном времени для выявления аномалий, а машинное обучение прогнозирует поведение клиентов и схемы уклонения от налогов. Финансовая прозрачность в e-commerce достигается через регулирование платежей, налогообложение, цифровую маркировку товаров и контроль персональных данных. Международный опыт демонстрирует, что комплексный подход к внедрению мер

является критически важным для достижения положительных результатов и предотвращения системных сбоев⁷.

Следует отметить, что успешные практики включают внедрение двухфакторной аутентификации в ЕС (снижение мошенничества с картами на 50%), российские онлайн-кассы и маркировку («Честный знак»), выявление свыше 150 млрд руб. налогов, интеграцию платежных систем с госконтролем в Китае (Alipay, WeChat Pay) и автоматическую передачу данных о транзакциях в налоговые органы в Гане (e-VAT⁸, рост поступлений НДС более чем на 30%). Неудачные примеры демонстрируют последствия слабого надзора за платежной системой в случае Wirecard (банкротство), недостаточной защиты пользовательских данных Wildberries (утечки информации), массового перевода транзакций в электронный формат без защиты в Индии (всплеск фишинга) и отсутствия интеграции с банковским надзором в Кении (M-Pesa⁹, рост криминальных транзакций) [14].

Ключевым в российской практике является Федеральный закон от 31.07.2025 № 289-ФЗ «Об отдельных вопросах регулирования платформенной экономики», который закладывает правовые основы для маркетплейсов, обязывая обеспечивать прозрачность сделок, защиту прав участников и взаимодействие с налоговыми органами, снижая риски уклонения налогов и повышая доверие к цифровой торговле.

В России ФНС, ЦБ, Роскомнадзор и ФТС обеспечивают фискальную прозрачность, надзор за платежными системами, контроль обработки персональных данных и трансграничной электронной коммерции соответственно, однако утечки данных сохраняются. ЕС делает ставку на двухфакторную аутентификацию, защиту персональных данных и контроль финпосредников, что повышает прозрачность и доверие. В США FTC¹⁰, CFPB¹¹ и FinCEN¹² контролируют электронную

⁷ Мониторинг международных трендов правового регулирования для развития законодательства в сфере цифровой экономики в России // Институт экономической политики им. Е. Гайдара. 2025. № 4. № 7. URL: <https://www.iep.ru/ru/numbers/> (дата обращения: 03.08.2025).

⁸ e-VAT (value added tax) – система электронного налога на добавленную стоимость.

⁹ M-Pesa – платежный сервис на базе мобильных телефонов в Кении.

¹⁰ FTC (Federal Trade Commission) – Федеральная торговая комиссия.

¹¹ CFPB (Consumer Financial Protection Bureau) – Бюро финансовой защиты потребителей.

¹² FinCEN (Financial Crimes Enforcement Network) – Агентство по борьбе с финансовыми преступлениями (в составе Минфина США).

⁶ C2C (Consumer-to-consumer) – модель продаж, при которой одно частное лицо продает товары другому.

коммерцию, защищают потребителей и борются с отмыванием денег¹³.

Сравнительный анализ демонстрирует, что успешное обеспечение финансовой прозрачности в электронной коммерции требует сочетания государственного контроля, цифровых технологий и развитого правового поля. Недостаточная защита данных, как показывает опыт России, и отсутствие системного регулирования, напротив, приводят к негативным последствиям. Ключевую роль в этом процессе играют профильные органы (ФНС, ЦБ, Роскомнадзор, ФТС в РФ; ЕБА¹⁴, Еврокомиссия, ESMA¹⁵ в ЕС; FTC, CFPB, FinCEN в США) и качество правовой базы.

Россия делает ставку на цифровизацию налогового контроля (онлайн-кассы, маркировка), что эффективно для фискальной прозрачности, но слабо защищает персональные данные. ЕС акцентируется на кибербезопасности и защите данных (PSD2, GDPR), в результате чего произошло снижение уровня мошенничества и повышение доверия к e-commerce. США опираются на многоуровневую систему регуляторов, где FTC и CFPB фокусируются на защите потребителей, а FinCEN – на AML¹⁶, что представляет собой баланс между развитием рынка и безопасностью.

Таким образом, мировая эмпирика подтверждает, что цифровизация налогового администрирования (электронные счет-фактура и отчетность в режиме, близком к реальному времени) уменьшает потери по НДС и повышает финансовую прозрачность; при этом регуляторы фиксируют новые профили рисков в быстрых платежах, что обуславливает необходимость технологических мер комплаенса [15].

Заключение

Достигнув в 2024 г. объема свыше 10 трлн руб., российский рынок электронной коммерции, где доминируют Wildberries и Ozon с более чем половиной всех онлайн-продаж, сталкивается с ужесточением государственного регулирования. Внедрение систем маркировки, цифровых касс и обязательной отчетности, а также принятие в 2025 г. закона о платформенной экономике

задают новые стандарты взаимодействия участников. В то время как Россия фокусируется на фискальном контроле и маркировке, международный опыт показывает иные приоритеты: ЕС делает акцент на защите пользователей и кибербезопасности, а США – на многоуровневом регулировании, включающем права потребителей и AML. Эти новые регуляторные рамки призваны минимизировать значительные риски, связанные с электронной коммерцией, такие как уклонение от налогов, отмывание денег, платежное мошенничество (объем которого в России в 2024 г. превысил 10 млрд руб.) и кибератаки. Важнейшим условием устойчивого развития сектора является финансовая прозрачность, для достижения которой международный опыт демонстрирует эффективность комплексных мер регулирования, что может быть успешно интегрировано в российскую практику. Технологии, включая блокчейн, искусственный интеллект и машинное обучение, предлагают перспективные решения для борьбы с мошенничеством и повышения доверия. В этих условиях бизнесу необходимо сосредоточиться на автоматизации финансового учета и использовании сертифицированных платежных систем, государству – на совершенствовании регулирования и международном сотрудничестве, а потребителям – на повышении цифровой грамотности.

Список литературы

1. Ряховский А.О. Инновационные подходы к стратегии развития в электронной коммерции // Инновации и инвестиции. 2024. № 5. С. 40–43. EDN: UTRHIF.
2. Tapscott D., Tapscott A. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin and Cryptocurrency is Changing the World. Penguin, 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://cointopsecret.com/wp-content/uploads/2022/01/Blockchain-Revolution-How-the-Technology-Behind-Bitcoin-and-Other-Cryptocurrencies-Is-Changing-the-World-by-Tapscott-Don-Tapscott-Alex.pdf> (дата обращения: 03.08.2025).
3. Фэн Ц. Инновационные стратегии российских e-commerce компаний в условиях глобальной конкуренции // Современное общество, наука и образование: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей III Международной научно-практической конференции (Пенза, 10 марта 2025 г.). Пенза: Наука и Просвещение (ИП Гуляев Г.Ю.), 2025. С. 44–48. EDN: RGTZLO.
4. Кириллов В.Н., Миллер Я.В. Глобальные цепочки создания стоимости в контексте новых вызовов развития мировой экономики // Российский внешнеэкономический вестник. 2021. № 2. С. 86–97. DOI: 10.24412/2072-8042-2021-2-86-97. EDN: OHNXEN.
5. Романов И.Г. Современные тенденции развития глобальных цепочек создания стоимости в мировой экономике // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2025. Т. 60. № 2. С. 106–125. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-60-2-6. EDN: TYDRIR.
6. Голованова С.В., Корнеева Д.В., Заяц С.А. Новые правила для конкурентной политики в отношении цифровых платформ: сравнительный анализ (Россия, США, Китай, ЕС) //

¹³ Мониторинг международных трендов правового регулирования для развития законодательства в сфере цифровой экономики в России // Институт экономической политики им. Е. Гайдара. 2025. № 4. № 7. URL: <https://www.iep.ru/ru/numbers/> (дата обращения: 03.08.2025).

¹⁴ ЕБА (Euro Banking Association) – Европейская банковская ассоциация.

¹⁵ ESMA (European Securities and Markets Authority) – Европейское управление по ценным бумагам и рынкам.

¹⁶ AML (Anti-Money Laundering) – противодействие отмыванию доходов.

Общественные науки и современность. 2023. № 5. С. 73–86. DOI: 10.31857/S0869049923050064. EDN: MQGZZE.

7. Шаститко А.Е., Курдин А.А., Филиппова И.Н. Мезо-институты для цифровых экосистем // Вопросы экономики. 2023. № 2. С. 61–82. DOI: 10.32609/0042-8736-2023-2-61-82. EDN: EASJW.

8. Розанова Н.М. Конкуренция и монополия в цифровую эпоху // Общественные науки и современность. 2021. № 1. С. 63–72. DOI: 10.31857/S086904990014000-2. EDN: OBBBSR.

9. Zhang Ch. Research on management of the e-commerce development in rural areas of China: problems and solutions // State and Municipal Management. Scholar Notes. 2023. № 2. P. 288–294. DOI: 10.22394/2079-1690-2023-1-2-288-294. EDN: DSMZLO.

10. Zagoruyko P.I. Transformation of the Global Economy: The Impact of E-commerce on Financial Flows // Сегодня и завтра российской экономики. 2023. № 118. P. 49–65. DOI: 10.26653/1993-4947-2023-118-04. EDN: XCAXFZ.

11. Todorovic S. E-commerce as strategy for market entrance // Экономика и предпринимательство. 2023. № 5 (154). P. 1462–1466. DOI: 10.34925/EIP.2023.154.5.292. EDN: LVQMVY.

12. Карахан Т.Е. Эволюция электронной коммерции и роль маркетплейсов в современной торговле // Экономические системы. 2025. Т. 18. № 2. С. 100–106. DOI: 10.29030/2309-2076-2025-18-2-100-106. EDN: PQDYLO.

13. Zhou F., Liu Y. Blockchain-Enabled Cross-Border E-Commerce Supply Chain Management: A Bibliometric Systematic Review // Sustainability. 2022. Vol. 14, Is. 23. P. 15918. DOI: 10.3390/su142315918. EDN: UUQMQR.

14. Обухова А.С., Беляева О.В., Булгакова А.А., Ершов Н.Ю. Тенденции управления электронной коммерцией в условиях цифровизации // Вестник Академии знаний. 2025. № 2 (67). С. 1126–1129. EDN: MKXIDG.

15. Heinemann M., Stiller W. Digitalization and cross-border tax fraud: evidence from e-invoicing in Italy // International Tax and Public Finance. 2024. DOI: 10.1007/s10797-023-09820-x. EDN: MPNHTC.

Конфликт интересов: Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interest: The authors declare that there is no conflict of interest.