

УДК 339.1

I.V. Kapustina, Yu Xiaowen

**INTERNATIONAL EXPERIENCE OF  
 STATE REGULATION OF ELECTRONIC  
 COMMERCE**

Digital transformation has become a new trend in the development of domestic and international trade. Various digital trading platforms have emerged, and their efficient regulation has become a pressing issue. This article examines the ways in which digital trade regulation has been implemented in the states that are the permanent members of the Security Council of the United Nations Organization. The key trends of development of the state regulation of the electronic commerce are identified. The results show that the use of digital technologies can significantly improve the efficiency of government oversight as well as contribute to the qualitative development of the trade sector.

**Keywords:** electronic commerce, digital transformation, digital technologies, state regulation.

**Введение**

Быстрое развитие цифровой экономики ведёт к необходимости постоянной адаптации нормативно-правовой базы к текущим изменениям в сфере торговли [1]–[3]. Это связано с тем, что многие технологии (искусственный интеллект [4]–[7], чат-боты [8], [9], интернет вещей [10], "большие данные" (Big Data) [11], облачные вычисления, виртуальная и дополненная реальность [12], цифровые двойники [13], метавселенные [14], [15], блокчейн [16]–[18] и т.д. ) и организационные инструменты (платформы [19]–[21] и экосистемы [22]), на которых основана деятельность современных предприятий электронной коммерции, отсутствовали в традиционной (физической) торговле, вследствие чего законодательная база для их применения не разрабатывалась [23]. При этом использование новых технологий не только способствует росту экономической эффективности торговых предприятий и повышению качества обслуживания потребителей, но и создаёт значительные риски как для отрасли торговли, так и для общества в целом (Табл. 1) [3], [24]–[26]. По этой причине государству как регулятору необходимо уделять пристальное внимание разработке нормативно-правовой базы, которая соответствовала бы специфике цифровой экономики (т.е. позволяла бы сохранить преимущества новых моделей организации торговой деятельности и при этом минимизировала бы связанные с ними риски) [27], [28].

И.В. Капустина<sup>1</sup>, Юй Сяовэнь<sup>2</sup>

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ГОСУДАР-  
 СТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭЛЕК-  
 ТРОННОЙ ТОРГОВЛИ**

Цифровая трансформация стала новым трендом в развитии внутренней и международной торговли. Активно развиваются различные цифровые торговые платформы, и обеспечение их эффективного регулирования стало актуальной задачей. В данной статье рассматриваются способы регулирования электронной торговли в странах-постоянных членах Совета Безопасности Организации Объединённых Наций. Выявлены основные направления развития государственного регулирования электронной коммерции. Результаты показывают, что использование цифровых технологий может значительно повысить эффективность государственного надзора, а также способствовать качественному развитию торгового сектора.

**Ключевые слова:** электронная торговля, цифровая трансформация, цифровые технологии, государственное регулирование.

DOI: 10.36807/2411-7269-2025-3-42-128-135

<sup>1</sup> Капустина И.В., доцент, кандидат экономических наук, доцент; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого", г. Санкт-Петербург

Kapustina I.V., Associate Professor, PhD in Economics, Associate Professor; Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Peter the Great Saint Petersburg State Polytechnic University", Saint Petersburg  
 E-mail: ivk65@list.ru

<sup>2</sup> Юй Сяовэнь, магистрант; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого", г. Санкт-Петербург

Yu Xiaowen, Undergraduate; Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Peter the Great Saint Petersburg State Polytechnic University", Saint Petersburg  
 E-mail: yuisyaoven@yandex.ru

Таблица 1 – Основные риски цифровой трансформации торговли

Виды рисков	Факторы, обуславливающие возникновение данных рисков
Монополизация рынков	- Ограничение возможностей малых и средних торговых предприятий из-за использования лидерами рынка технологий искусственного интеллекта; - Переход к платформенной модели торговой деятельности, когда торговля ведётся через крупные цифровые маркетплейсы, контролируемые малые и средние торговые предприятия
Угроза для личной информации потребителей	Технологии "больших данных" (Big Data), позволяющие без ведома потребителя собирать большие объёмы информации о нём
Неясность правовой природы сделок	- Технологии блокчейн и "умных контрактов", предполагающие автоматическое исполнение взаимных обязательств участников (неясно, насколько алгоритмическое исполнение контрактов соответствует требованиям локального законодательства, особенно при трансграничных сделках); - Технологии искусственного интеллекта (благодаря которым снижается роль человека при принятии решений, что усложняет распределение ответственности за эти решения); - Платформенная модель торговли (маркетплейсы позиционируют себя исключительно как посредники, что также усложняет распределение ответственности)

При разработке нормативно-правовой базы цифровой торговли в России целесообразно учитывать опыт её регулирования в других странах [28]–[30].

Цель данного исследования заключается в анализе существующих подходов к регулированию электронной коммерции в государствах-постоянных членах Совета Безопасности ООН (поскольку эти государства играют ключевую роль в мировой политике и экономике).

#### Результаты исследования

В разных странах действуют различные правила развития цифровых технологий и государственного регулирования цифровой торговли, а также законодательная база [30], [31]. Правовая база, регулирующая электронную торговлю в странах-постоянных членах Совета Безопасности ООН, представлена в Табл. 2.

Таблица 2 – Правовая база регулирования электронной торговли в странах-постоянных членах Совета Безопасности ООН.

Страна	Нормативный правовой акт	Обязательный
Китай	Закон об электронной коммерции Китайской Народной Республики и Закон о безопасности данных Китайской Народной Республики	Да
Россия	Федеральный закон РФ "Об информации, информатизации и защите информации" и Правила продажи товаров при дистанционном способе продажи товара по договору розничной купли-продажи	Да
США	Руководство по соблюдению требований в области электронной торговли и Кодификация федеральных правил	Да
Британия	Правила электронной коммерции, Закон "О защите данных" и Правила дистанционной торговли	Да
Франция	Закон "О безопасности цифровой экономики" и Закон "Об электронной коммерции и потребителях"	Да

Государственное регулирование электронной коммерции в Китае в основном отражено в Законе Китайской Народной Республики "Об электронной коммерции" и Законе Китайской Народной Республики "О безопасности данных". Ключевые положения этих нормативно-правовых актов заключаются в следующем [32]–[34]:

1. Целью принятия Закона Китайской Народной Республики об электронной торговле является защита законных прав и интересов всех сторон, участвующих в электронной торговле, регулирование поведения в электронной торговле, поддержание порядка на рынке, а также содействие устойчивому и здоровому развитию электронной торговли;

2. Государство одинаково относится к предпринимательской деятельности онлайн и офлайн, а народные правительства всех уровней и соответствующие ведомства не должны принимать дискриминационные политические меры или злоупотреблять своей властью для ограничения рыночной конкуренции;

3. Операторы электронной коммерции, продающие товары или оказывающие услуги, должны выставлять бумажные или электронные счета-фактуры и другие документы, подтверждающие покупку или оказание услуг, в соответствии с законом. Электронные и бумажные счета-фактуры имеют одинаковую юридическую силу;

4. Соответствующие департаменты Государственного совета отвечают за содействие развитию электронной коммерции, контроль и управление в соответствии с распределением обязанностей;

5. Государство создаёт систему совместного управления, соответствующую особенностям электронной коммерции, и способствует формированию системы управления рынком электронной коммерции, в которой участвуют соответствующие ведомства, организации индустрии электронной коммерции, операторы электронной коммерции и потребители;

6. Оператор электронной коммерции, предоставляющий потребителю результаты поиска товаров на основе потребительских привычек потребителя, должен в то же время предоставлять потребителю варианты, не учитывающие его личные особенности, соблюдая и защищая в равной степени законные права и интересы потребителей;

7. Головной оператор электронной коммерции не должен злоупотреблять своим доминирующим положением на рынке для подавления малых и средних операторов электронной коммерции;

8. Операторы электронной коммерции должны раскрывать информацию о товарах или услугах всесторонне, правдиво, точно и своевременно, чтобы гарантировать потребителям право знать и право выбора.

Закон Китая "Об электронной коммерции" устанавливает правовую концепцию операторов платформ электронной коммерции и формирует на постоянной основе систему ответственности операторов платформ электронной коммерции, оговаривает основные правила сетевых сделок и становится важным инструментом для разрешения споров по сделкам сетевой коммерции и защиты всех сторон в судебной практике. Он служит основой для защиты законных прав и интересов всех сторон и обеспечивает эффективное регулирование китайского рынка электронной коммерции. Этот закон также привёл к появлению новых форм и способов организации электронной коммерции и способствовал развитию отрасли.

Нормативная база Российской Федерации в области регулирования электронной коммерции содержит следующие ключевые элементы [35]–[39]:

1. Способы и правила доступа на рынок. В области коммерческой регистрации в Российской Федерации действует единая система государственных реестров юридических лиц и индивидуальных предпринимателей;

2. Модели и правила антимонопольного регулирования и борьбы с недобросовестной конкуренцией. Главным регулирующим органом России по борьбе с недобросовестной конкуренцией является Федеральная антимонопольная служба;

3. Модели и правила регулирования рекламы. Ответственность за регулирование рекламы в России распределена между различными государственными органами, в частности, Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации и Министерством связи и массовых коммуникаций Российской Федерации;

4. Модели и правила защиты интеллектуальной собственности. Основными государственными учреждениями по защите интеллектуальной собственности в Российской Федерации являются Федеральная служба по интеллектуальной собственности, Федеральная антимонопольная служба и другие учреждения;

5. Модель и правила регулирования прямых продаж. Ответственность за регулирование прямых продаж в России распределена между соответствующими государственными органами, в первую очередь, Министерством экономического развития РФ и Министерством здравоохранения и социального развития РФ;

6. Модели и правила регулирования электронной коммерции. Российские регуляторы электронной коммерции включают в себя государственных и отраслевых регуляторов. Принятые подходы к регулированию электронной коммерции включают управление цифровыми подписями, защиту прав потребителей и регулирование иностранных онлайн-покупок;

7. Модели и правила регулирования контроля качества. Основными российскими органами по стандартизации являются Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (ФАТМ) при Министерстве промышленности и торговли РФ и Российский технический комитет по стандартизации (РТКС), утверждённый Министерством промышленности и торговли РФ;

8. Модели и правила регулирования безопасности пищевых продуктов и лекарственных средств. На федеральном уровне вопросы регулирования безопасности пищевых продуктов в России находятся в ведении Министерства здравоохранения и социального развития и Министерства сельского хозяйства, а законодательную базу составляет Закон о качестве и безопасности пищевых продуктов;

9. Модели и правила регулирования цен. Основным регулятором цен в России является Федеральное агентство по ценам (РФПА), которое выполняет функции ценообразования, а также надзора и контроля;

10. В российской системе регулирования рынка преобладает государственное регулирование, а саморегулируемые организации, такие как отраслевые ассоциации, хотя и участвуют в регулировании, но их участие носит ограниченный характер, а количество ассоциаций невелико.

Роль российского правительства заключается главным образом в создании правовой базы, формировании прозрачной и удобной правовой среды, содействии добросовестной

конкуренции и обеспечении равных возможностей для всех участников в сфере электронной коммерции.

Важно отметить, что органы исполнительной власти Российской Федерации сами активно используют цифровые технологии для контроля деятельности торговых предприятий, в том числе и на рынке электронной коммерции. Для этих целей, в частности, служит обязательная маркировка ряда видов продукции, обеспечивающая прослеживаемость экономических отношений по всей цепочке поставок и позволяющая гарантировать качество товара [40]–[42].

В США регулирование электронной торговли включает следующие пункты (которые во многом связаны с регулированием торговой деятельности в целом) [43]–[45]:

1. Мониторинг деятельности с высоким уровнем риска и увеличение числа инспекций, проверок, лабораторных исследований и целевого аудита для отраслей с высоким уровнем риска. Использование данных наблюдений и электронного мониторинга для выявления подозрительного импорта;

2. Лишение явных нарушителей возможности продолжать незаконную предпринимательскую деятельность. Организация судебных исков против продавцов, которые нарушают закон при оплате таможенных пошлин, и, при необходимости, раскрытие информации о выявленных нарушителях и о мерах, принятых против них;

3. Блокировка мошенничества и ввод санкций в отношении импортёров с повторяющейся неоплаченной задолженностью. Использование всего спектра технологий больших данных для блокировки нарушителей таможенного законодательства;

4. Стратегический подход к электронной коммерции направлен на то, чтобы правильно реагировать на нарушения и решать проблемы, возникающие в связи с обеспечением роли Соединённых Штатов на глобальном рынке электронной торговли;

5. Укрепление правовых и нормативных полномочий, чтобы лучше подготовить органы исполнительной власти к реагированию на новые вызовы, а также организовать необходимое для решения этой задачи межведомственное взаимодействие. Это, в частности, предполагает устранение барьеров и создание инструментов поддержки для развития электронной коммерции, в том числе трансграничной;

6. Укрепление и адаптация всех затронутых сегментов бизнеса, контролируемых правительством, к новой динамике цепочки поставок, вызванной стремительным ростом электронной торговли;

7. Содействие соблюдению нормативно-правовых требований частным бизнесом при предоставлении услуг электронной коммерции, в том числе на основе сотрудничества с государственными ведомствами;

8. Содействие совершенствованию международных стандартов электронной коммерции для поддержки экономического развития. Организация обмена информацией о лучших практиках в области электронной коммерции, сбор и распространение соответствующей информации, а также обучение представителей компаний электронной коммерции в сфере применения закона о трансграничной торговле.

В Великобритании регулирование цифровой коммерции основано на следующих принципах [46], [47]:

1. Защита потребителей от недобросовестной и навязчивой рекламы;
2. Обеспечение конкуренции для гарантии свободного доступа потребителей к необходимым товарам и услугам;

3. Защита информации пользователей от несанкционированного доступа и использования;

4. Противодействие правонарушениям в сфере электронной коммерции (включая мошенничество);

5. Защита прав потребителей на рынке электронной коммерции.

Повышение качества цифровых технологий играет ключевую роль в надзоре за платформами электронной коммерции. Традиционная ИТ-инфраструктура уже не может адаптироваться к потребностям развития цифровой системы надзора, и существует настоятельная необходимость комплексного совершенствования технологий больших данных, искусственного интеллекта и технологии блокчейн [48]. Дальнейшее развитие цифровых технологий позволит правительствам эффективно и своевременно использовать их для регулирования сектора электронной коммерции.

Франция использует при регулировании электронной коммерции следующие положения [49]:

1. Правила ведения электронной торговли обеспечивают обязательную защиту информации, предоставленной пользователем;

2. Операторы электронной коммерции обязаны подтверждать достоверность информации о себе, чтобы предотвратить риски мошенничества и введения пользователей в заблуждение (в том числе относительно характеристик предлагаемых товаров и услуг);

3. Платформы электронной коммерции должны собирать личную информацию пользователей и конфиденциально обрабатывать её на основе согласия пользователей, при этом данные платформы должны нести полную ответственность в случае утечки информации пользователей;

4. Гарантия защиты прав потребителей, включая возможность возврата товара в течение 14 дней после покупки с возмещением его стоимости (без штрафных санкций со стороны компании) и без требования предоставления дополнительной информации, а также предоставление послепродажного обслуживания.

#### **Заключение**

Результаты исследования показывают, что правительства ведущих государств уделяют пристальное внимание регулированию электронной коммерции в целях обеспечения устойчивого развития торговли в условиях цифровой трансформации экономики (включая защиту конкуренции в ситуации доминирования крупных операторов), а также для защиты прав потребителей. Особый акцент делается на недопущении недобросовестной и вводящей в заблуждение рекламы и на обеспечении безопасности личных данных пользователей. При этом при регулировании используются в том числе и цифровые технологии, иными словами, государство стремится обеспечить соответствие между природой деятельности предприятий электронной коммерции и сущностью используемых для регулирования их деятельности технологических инструментов. Это означает, что эффективность регулирования электронной коммерции будет зависеть не только от разработки нормативно-правовой базы, но и от внедрения как регуляторами, так и торговыми предприятиями передовых цифровых технологий. Наибольший интерес с точки зрения обеспечения прозрачности и эффективности регулирования электронной торговли, по нашему мнению, представляют технологии блокчейн, больших данных и искусственного интеллекта.

#### **Список использованных источников**

1. Кузнецов П.У. Комплексный подход к правовому регулированию общественных отношений в области цифровой экономики / П.У. Кузнецов // Российский юридический журнал. – 2018. – № 6(123). – С. 154-161. – EDN YWOUDR.

2. Пашенцев Д.А. Основные направления влияния современных цифровых технологий на развитие права / Д.А. Пашенцев // Право и образование. – 2019. – № 7. – С. 4-9. – EDN ESKXUV.

3. Васильева И.А. Проблемы антимонопольного регулирования в условиях цифровизации / И.А. Васильева, Ю.И. Валова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2022. – № 1(59). – С. 21-26. – DOI 10.47581/2022/IE.1.59.03. – EDN XJUVRX.

4. Багиев Г.Л. Технологии искусственного интеллекта в бизнесе и маркетинге / Г.Л. Багиев, М.Б. Яненко, М.Е. Яненко // Проблемы современной экономики. – 2021. – № 3(79). – С. 105-109. – EDN QYIFOM.

5. Гаврилина О.В. Трансформация digital-маркетинга с использованием AI: опыт ведущих компаний / О.В. Гаврилина, М.А. Семушкина, Н.С. Семушкин // Практический маркетинг. – 2024. – № 12(330). – С. 51-54. – DOI 10.24412/2071-3762-2024-12330-51-54. – EDN XZJAGS.

6. Применение технологий искусственного интеллекта в логистике и управлении глобальными цепями поставок: анализ зарубежных научных публикаций / Е.В. Корчагина, Д.А. Корчагина, О.М. Ромакина, А.З. Арсеньева // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. – 2024. – № 1. – С. 29-33. – DOI 10.56584/1560-8816-2024-1-29-33. – EDN JYYJBE.

7. Федотова Г.Ю. Исследование применения искусственного интеллекта в международной системе идентификации объектов таможенного регулирования / Г.Ю. Федотова, А.Ю. Комелова // Интеллектуальная инженерная экономика и Индустрия 5.0 (ИНПРОМ-2024): Сборник трудов X Международной научно-практической конференции. В 2-х томах, Санкт-Петербург, 25–28 апреля 2024 года. – Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 2024. – С. 154-156. – DOI 10.18720/IEP/2024.1/36. – EDN WJXKMT.

8. Колотвина Е.Н. Проблемы оценки роли чат-ботов в формировании лояльности потребителей / Е.Н. Колотвина, С.Г. Божук, Н.А. Плетнева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2025. – № 1(110). – С. 126-137. – DOI 10.21295/2223-5639-2025-1-126-137. – EDN TBNYLK.

9. Соломахин А.А. Совершенствование процессов взаимодействия ИТ-компаний с

клиентами посредством внедрения сети чат-ботов на примере компании "Яндекс" / А.А. Соломахин, К.К. Сирбиладзе // Практический маркетинг. – 2024. – № 4(322). – С. 62-65. – DOI 10.24412/2071-3762-2024-4322-62-65. – EDN SZFMOA.

10.Маркосян Л.С. Перспективы использования системы "Умный дом" в рамках концепции "Интернет вещей" / Л.С. Маркосян, О.Г. Котоменкова // Проблемы идентификации, качества и конкурентоспособности потребительских товаров: сборник статей 6-й Международной конференции в области товароведения и экспертизы товаров, Курск, 29 ноября 2018 года / Юго-Западный государственный университет. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2018. – С. 215-218. – EDN VREHRR.

11.Макаревич М.Л. Большие данные в торговле: экономическая эффективность и правовое регулирование / М.Л. Макаревич, О.Е. Пирогова // Международный научный журнал. – 2019. – № 1. – С. 57-63. – EDN QWFFHB.

12.Напалкова А.А. Применение технологий дополненной и виртуальной реальности для привлечения потребителей к взаимодействию с брендами / А.А. Напалкова, Т.А. Никулина // Практический маркетинг. – 2019. – № 4(266). – С. 3-13. – EDN PBHEVV.

13.Применение технологии цифрового двойника в коммерческих сетях / Л.Н. Борисоглебская, С.М. Сергеев, И.Н. Бурилич, Г.С. Толстова // Инновации. – 2023. – № 2(292). – С. 31-38. – DOI 10.26310/2071-3010.2023.292.2.004. – EDN EIEYSF.

14.Кириллова Т.В. Товарная политика как элемент комплекса маркетинга в концепции метавселенной / Т.В. Кириллова, М.Б. Яненко, М.Е. Яненко // Наука и бизнес: пути развития. – 2023. – № 4(142). – С. 127-129. – EDN NWGZBG.

15.Лавская К.К. Метавселенная как источник формирования новых ценностей современного общества / К.К. Лавская, С.Е. Барыкин, Е.А. Макаренко // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 6. – № 11(140). – С. 270-283. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2023.11.06.031. – EDN RERLOZ.

16.Барыкин С.Е. Блокчейн-технология в логистике и цепях поставок / С.Е. Барыкин, Е.А. Коваленко, Е.В. Корчагина // Логистика: современные тенденции развития: Материалы XIX Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 02–03 апреля 2020 года. Том Часть 1. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова, 2020. – С. 45-49. – EDN RZNIUC.

17.Гильмутдинов А.М. Блокчейн как технологическая основа для цифровых платформ: перспективы использования / А.М. Гильмутдинов, В.В. Бахарев, А.С. Туриева // Экономический вектор. – 2025. – № 2(41). – С. 95-100. – DOI 10.36807/2411-7269-2025-2-41-95-100. – EDN WWKWGK.

18.Корчагина Е.В. Использование технологии блокчейн в цепях поставок российских компаний / Е.В. Корчагина, А.А. Корчагин // Новеллы права, экономики и управления 2022: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Гатчина, 25 ноября 2022 года. Том 1. – Гатчина: Государственный институт экономики, финансов, права и технологий, 2023. – С. 206-209. – EDN SETXPZ.

19.Котляров И.Д. Платформы как модель организации хозяйственной деятельности: отдельные особенности функционирования / И.Д. Котляров // Экономика и управление: теория и практика. – 2022. – Т. 8. – № 2. – С. 30-37. – EDN KIXFCK.

20.Куликова О.М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О.М. Куликова, С.Д. Суворова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2020. – № 6(48). – С. 50-55. – DOI 10.47581/2020/10.23.PS85/IE/5.48.008. – EDN ZLREFV.

21.Сухина К.П. Интеграторы и агрегаторы служб доставки / К.П. Сухина, Т.В. Кириллова // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: сборник статей 11-й Международной научно-практической конференции, Курск, 13–14 октября 2021 года. – Курск: Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2021. – С. 192-196. – EDN BPEANW.

22.Куликова О.М. Экосистема: новый формат современного бизнеса / О.М. Куликова, С.Д. Суворова // Вестник Академии знаний. – 2021. – № 42(1). – С. 200-205. – DOI 10.24412/2304-6139-2021-10909. – EDN TGSSEX.

23.Котляров И.Д. Проблемы правового регулирования финтех / И.Д. Котляров // Информационное общество. – 2020. – № 4. – С. 12-22. – EDN WRDCJK.

24.Головкина С.И. Риски и этические аспекты искусственного интеллекта / С.И. Головкина, Н.В. Валебникова, А.Д. Чупина // Российский экономический интернет-журнал. – 2023. – № 3. – EDN SPALXI.

25.Капустина И.В. Предпосылки институционального регулирования цифровой экономики / И.В. Капустина, Т.А. Переверзева, Т.В. Степанова // Вестник Национальной акаде-

мии туризма. – 2018. – № 1(45). – С. 9-11. – EDN TGRCGO.

26. Федотова Г.Ю. Проблемы правового регулирования электронной коммерции в таможной сфере / Г.Ю. Федотова // Цифровая экономика и рынок труда будущего: Материалы всероссийской научной конференции, Санкт-Петербург, 14 декабря 2018 года. – Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет им. А.С. Пушкина, 2019. – С. 123-127. – EDN YXCWQE.

27. Филиппова С.Ю. Цифровые платформы в праве и право цифровых платформ: новые вызовы законодателю и пути их решения / С.Ю. Филиппова, Ю.С. Харитоновна // Правоведение. – 2025. – Т. 69. – № 1. – С. 58-75. – DOI 10.21638/spbu25.2025.104. – EDN MUSVZT.

28. Сергеева О.В. Векторы развития правового регулирования электронной торговли в России и за рубежом / О.В. Сергеева // Журнал российского права. – 2025. – Т. 29. – № 3. – С. 91-104. – DOI 10.61205/S160565900033389-1. – EDN FDQKND.

29. Huang J. Chinese and American FTAs: Converging Approaches, Diverging Contents, and Polycentric Directions? // Netherlands International Law Review. – 2017. – V. 64. – P. 309-337. DOI: 10.1007/s40802-017-0094-1.

30. Meltzer J. P. Governing Digital Trade // World Trade Review. – 2019. – V. 18. – No S1. – P. 23-48. DOI: 10.1017/S1474745618000502.

31. Shwetha P. Comparative Analysis of Privacy and Data Protection Laws in E-Commerce // Indian Journal of Law and Legal Research. – 2021. – V. 3. – No 2. – P. 1-18.

32. Алексеенко А.П. Правовой статус оператора платформы электронной коммерции в КНР / А.П. Алексеенко // Правоведение. – 2024. – Т. 68. – № 2. – С. 284-302. – DOI 10.21638/spbu25.2024.211. – EDN JBRTPM.

33. Гун Н. Защита персональных данных в Китае: законодательство в цифровую эпоху / Н.Гун // Вестник Санкт-Петербургского университета. Право. – 2023. – Т. 14. – № 1. – С. 159-172. – DOI 10.21638/spbu14.2023.110. – EDN MSOSXQ.

34. 刘 颖. 我国电子商务法调整的社会关系范围 //中国法学. – 2018. –4期. – 第195-216页. – URL: <http://www.commerciallaw.com.cn/ueditor/php/upload/file/20180814/1534207346558466.pdf>. Accessed 13.08.2025.

35. Савельев А.И. Законодательство о локализации данных и его влияние на рынок электронной коммерции в России / А.И. Савельев // Закон. – 2014. – № 9. – С. 51-68. – EDN SXWXAN.

36. Каргина Л.А. Законодательная база электронной коммерции / Л.А. Каргина, С.Л. Лебедева // Транспортное дело России. – 2011. – № 4. – С. 182-184. – EDN QIPQKJ.

37. Микаева А.С. Проблемы правового регулирования в сети Интернет и их причины / А.С. Микаева // Актуальные проблемы российского права. – 2016. – № 9(70). – С. 67-75. – DOI 10.17803/1994-1471.2016.70.9.067-075. – EDN XQOEPH.

38. Микаева А.С. Правовое регулирование электронной торговли в сети Интернет / А.С. Микаева, С.А. Микаева // Новая наука: От идеи к результату. – 2016. – № 12-3. – С. 203-205. – EDN XEOZWL.

39. Суворова С.Д. Особенности государственного управления сферой торговли в РФ / С.Д. Суворова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 4(33). – С. 137-139. – EDN PWWNQL.

40. Малютенкова С.М. Выявление нарушений в прослеживаемости пищевой продукции, поставляемой в учреждения социальной сферы, с применением информационных систем / С.М. Малютенкова, О.В. Смирнова // Исследование инновационного потенциала общества и формирование направлений его стратегического развития: сборник научных статей 14-й Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Курск, 27 декабря 2024 года. – Курск: ЗАО "Университетская книга", 2024. – С. 307-311. – EDN BFGPEU.

41. Малютенкова С.М. Влияние системы маркировки на цифровые экосистемы сферы товарного обращения / С.М. Малютенкова, О.В. Смирнова // Проблемы развития современного общества: Сборник научных статей 10-й Всероссийской национальной научно-практической конференции. В 4-х томах, Курск, 23–24 января 2025 года. – Курск: ЗАО "Университетская книга", 2025. – С. 275-278. – EDN ZSVJMS.

42. Нилова Л.П. Актуальные аспекты современной маркировки пищевых продуктов / Л.П. Нилова, С.М. Малютенкова // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2016. – № 5(40). – С. 75-80. – EDN XBHPTT.

43. Ahmed U., Bieron B. Regulating E-commerce through International Policy: Understanding the International Trade Law Issues of E-commerce // Journal of World Trade. – 2012). – V. 46. – No 3. – P. 545-570.

44. Gao H. Regulation of Digital Trade in US Free Trade Agreements: From Trade Regula-

tion to Digital Regulation // Legal Issues of Economic Integration. – 2018. – V. 45. – No 1. – P. 47-70.

45. Barkatullah A.H., Djumadi Does self-regulation provide legal protection and security to e-commerce consumers? // Electronic Commerce Research and Applications. – 2018. – V. 30. – P. 94-101. – DOI: 10.1016/j.elerap.2018.05.008.

46. Kwilinski A, Volynets R, Berdnik I, Holovko M., Berzin P. E-Commerce: Concept and legal regulation in modern economic conditions // Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues. – 2019. – No. S2. – P. 1-6.

47. Mujtaba B., Cavico F.J. E-commerce and Social Media Policies in the Digital Age: Legal Analysis and Recommendations for Management // Journal of Entrepreneurship and Business Venturing. – 2023. – V. 3. – No 1. – P. 119-146. – DOI: 10.56536/jebv.v3i1.37.

48. Guarín Duque G., Zuluaga Torres J.D. Enhancing E-Commerce through Blockchain (DLTs): The Regulatory Paradox for Digital Governance // Global Jurist. – 2020. – V. 20. – No. 2. – P. 20190049. – DOI: 10.1515/gj-2019-0049.

49. Ferraud-Ciandet N. Privacy and data protection in eHealth: A comparative approach between South African and French legal systems // 2010 IST-Africa, Durban, South Africa, 2010, P. 1-10.