

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

***Цуй Янань***

Выпускная квалификационная работа

***Электронный бизнес и новая роль Китая в глобальной экономике***

Уровень образования:

Направление **39.04.01 «Социология»**

Основная образовательная программа магистратуры

**ВМ.5736.2017 «Социология в России и Китае»**

Научный руководитель:

профессор кафедры экономической социологии,

доктор социологических наук А. В. Петров

Рецензент:

кандидат социологических наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Национальный государственный

университет физической культуры,

спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта»

М. Е. Чудаев

Санкт-Петербург

2019

**Оглавление:**

Введение 2

Глава I. Теоретические основы изучения глобализации экономики 10

1. Значение глобализации экономики и их особенности  10

2.Социальные особенности трансформации глобальной экономики 19

3. Влияние социальных особенностей глобализации на развитиеэлектронного бизнеса  25

Глава II. Теоретические основы изучения развития электронного бизнеса 30

1.Значение электронного бизнеса и их особенности 30

2.Влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие   36

Глава III. Экономико-социологический анализ электронного бизнеса в глобальной экономике. 46

1.Текущая ситуация в развитии российского электронной бизнеса и ее влияние на экономическую глобализацию 46

2.Текущая ситуация в развитии китайского электронной бизнеса и ее влияние на экономическую глобализацию   52

Заключение 67

Список литературы 71

**Введение**

С развитием экономической глобализации жизнь людей претерпела огромные изменения. Экономическая глобализация относится к тому факту, что с непрерывным развитием производства, ускорением развития науки и техники и растущей социализацией и интернационализацией производства, экономическая деятельность стран и регионов мира все больше выходит за рамки одной страны и региона. Посредством международной торговли товары, технологии и услуги между странами могут обмениваться. С 1980-х годов, особенно с 1990-х годов, международная торговля сильно развивалась, в конце 1990-х годов зависимость от мировой торговли превысила 20%, а с 21-го века она была близка к 25%.

Помимо роста объема мировой торговли и растущей торговой зависимости стран, сегодняшняя структура международной торговлитакже меняется. Электронный бизнес и онлайн-закупки стали основными методами международной торговли, и доля нефизической торговли технологиями и торговли услугами в международной торговле увеличивается.

Электронный бизнес - это новый метод торговли, использующий электронную безбумажную метод. С развитием интернет-технологий космическое расстояние больше не может ограничивать деловые операции. Трансграничный электронныйбизнес - это трансграничная платформа, основанная на интернет-технологиях и электронный бизнес, позволяющая субъектам транзакций в разных странах преодолевать космическое расстояние, завершать отбор товаров, заключать договоры, заключать сделки, совершать платежи на платформе и реализовывать товары с помощью трансграничной логистики. Таким образом полностью изменив традиционный процесс международных торговых транзакций.

В настоящее время число пользователей Интернета достигло 4,157 млрд., увеличившись на 1052% по сравнению с 2000 годом, а уровень проникновения Интернета достиг 54,4%. Количество интернет-пользователей в Азии составляло наибольшую долю от числа интернет-пользователей, достигая 48,7%. Охват интернета в развитых странах и регионах относительно высок, но темпы роста пользователей сети относительно низки. Китай является крупнейшим в мире рынком интернет-пользователей. Число китайских пользователей сети достигло 772 миллионов, а уровень проникновения составил 55,8%. С точки зрения области роста онлайн-покупок наиболее быстрорастущими регионами в ближайшие несколько лет будут Ближний Восток и Африка. Ожидается, что в 2018 году 1,6 миллиарда человек будут делать покупки в Интернете хотя бы один раз, что составляет более 50% всех пользователей Интернета. Среди них Азиатско-Тихоокеанский регион составляет почти 50% от общего количества, с наибольшей долей. В 2017 году глобальный объем онлайн-транзакций достиг 2,304 трлн долларов США, увеличившись на 24,8%, что составляет увеличение объема глобальных розничных продаж с 8,6% в 2016 году до 10,2%[[1]](#footnote-0).

В 2017, общий объем рынка оставил 1 трл. 40 млрд. рублей, что на 13% больше аналогичного периода прошлого года. Рост замедлился в два раза по сравнению с прошлым годом. При этом объем трансграничной торговли в России в 2017 г. составил 374,3 млрд рублей. В процентном отношении кроссбордер составляет 36% от всей российской интернет-торговли, что на 3% больше, чем в прошлом году. Рост трансграничных продаж снизился до уровня около 24 % в год в денежном выражении к предыдущему году, хотя за аналогичный период в 2016 году рост составил 37%. Объем розничных онлайн-продаж в России достиг 15,2 млрд. долл. США, увеличившись на 17,4% по сравнению с предыдущим годом, и темпы роста замедлились. В 2017 году общий объем розничных онлайн-продаж в России составил 3,4% от общего объема розничного рынка в России (443,44 млрд. долл. США).

Объем торговых сделок через интернет в Китае достиг 29 трлн. 160 млрд. юаней, продемонстрировав рост на 11,7%. Розничные продажи через Интернет составили 7,18 трлн юаней, увеличившись на 32,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Среди них объем розничных продаж физических товаров через Интернет составил 5,48 трлн юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 28%, что составляет 15% от общего объема розничных продаж потребительских товаров.

**Объект исследования** — экономическая глобализация и электронный бизнес в России и Китае.

**Предмет исследования —** взаимодействие между экономической глобализацией и электронной коммерцией..

**Цель** — изучить электронный бизнес и новая роль Китая в глобальной экономике.

**Задачи исследования:**

1. Рассмотреть теоретические основы изучения глобализации экономики;
2. Исследовать влияние социальных особенностей глобализации на развитие электронного бизнеса;
3. Рассмотреть теоретические основы изучения развития электронного бизнеса;
4. Исследовать влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие;
5. Проанализировать факты электронного бизнеса в глобальной экономике.

**Теории, лежащие в основе исследования:**

Под экономической глобализацией следует понимать целые ряд противоречивых процессов. Последствия этих процессов не являются однозначными для всех стран.

В современной научной литературе можно встретить разные точки зрения на термин "глобализация". Например, Зб. Бжезинский определял глобализацию как ряд социально-технологических процессов, что стало следствием новой технологической эволюции (связанной с электроникой и цифровизациией). В большинстве работ, посвященный глобализации, изобретение этого термина приписывается Т. Левиту. Он в начале 1980-х гг. обозначил им феномен слияния рынков отдельных продуктов, производимых отдельными корпорациями[[2]](#footnote-1).

Что касается электронный бизнес, поскольку он является новой бизнес-моделью в 21-м веке, пока существует не много исследований по классической теории социологии в этой области.

В книге «Возникновение сетевого общества.» М. Кастельсдал определение сети и сетевого общества и указал, что «сетевое предприятие» — это самая большая форма организации, которая адаптируется к глобальной информационной экономике[[3]](#footnote-2).

**Теоретико-методологические основы исследования:**

Теоретико-методологической основой работы являются исследования ученых о экономической глобализации, сетевом обществе, рынке и потребительском поведении в сетевой среде, а также теория рынков и теория потребления в социологии. Для решения поставленных задач в работе используется количественный подход, вторичный анализ данных статистики, собранных российскими и китайскими учеными и коммерческими компаниями.

**Эмпирическая база исследования:**

Данные статистики, собранные российскими и китайскими учеными и коммерческими компаниями. Кроме того, в работе использовался анализ документов правительств РФ и КНР, которые отражает влияние политики на интернет-рынок, на направление и перспективы экономических реформ.

**Научная новизна исследования** состоит в комплексном сравнительном экономико-социологическом исследовании социальных аспектов развития электронного бизнеса в России и Китае.

**Основные результаты исследования:**

1. Экономическая глобализация - это тенденция мирового экономического развития, которая не определяется человеческой волей, и в настоящее время экономическая глобализация развивается на более глубоком уровне.

2. Глобализация обеспечивает широкую платформу для электронного бизнеса, позволяет электронномубизнесу достичь мира. Глобализация позволяет лучше распределять ресурсы.

3. Электронный бизнес оказывает влияние на занятость в сфере общественного труда, производственные предприятия, образ жизни людей и финансы.

4. Электронный бизнес является внутренним стимулом развития экономической глобализации.

**Структура работы:**

Работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы.

Первая глава состоит из трех параграфов и посвящена теоретическим вопросам изучения экономической глобализацией, а именно вопросам значение глобализации экономики и их особенности, социальные особенности трансформации глобальной экономики, а также влияние социальных особенностей глобализации на развитие электронного бизнеса.

Во второй главе, состоящей из двух параграфови посвящена теоретическим вопросам значение электронного бизнеса и их особенности и влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие.

В третьей главе, состоящей из двух параграфов, представлено исследование автора— статистического анализа официальных данных. В этой главе в основном представлен анализ данных, основанных на предыдущих исследованиях, и проанализировать влияние электронного бизнеса на экономическую глобализацию.

**Глава 1 Теоретические основы** **изучения глобализации экономики.**

**1.1 Значение глобализации экономики и их особенности**

Экономическая глобализация - это тенденция мирового экономического развития, которая не определяется человеческой волей, и в настоящее время экономическая глобализация развивается на более глубоком уровне. В последние годы, наряду с укреплением экономических связей между странами мира, возросли внутренние и международные академические круги по вопросу экономической глобализации. Когда речь идёт о«что такое экономическая глобализация», то определение отличается.

Организация экономического сотрудничества и развития считает, что «экономическую глобализацию можно рассматривать как процесс. В этом процессе экономические рынки, технологии и формы коммуникации становятся все более глобальными по своему характеру, а национальный характер и местность становится все меньше и меньше. "

Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию считает, что «экономическая глобализация означает, что поведение производителей и инвесторов становится все более интернационализированным. Мировая экономика, по-видимому, состоит из единого рынка и производственных областей, а не состоит из национальных экономик. Регион или страна - это просто филиал "[[4]](#footnote-3).

Международный валютный фонд указал: «Экономическая глобализация означает увеличение масштабов и формы транснациональной торговли товарами и услугами, международных движений капитала, и повсеместное и быстрое распространение технологий усилило взаимозависимость экономик во всем мире»[[5]](#footnote-4).

Лиссабонская группа объяснила экономическую глобализацию следующим образом: «Экономическая глобализация включает в себя разнообразие связей между многими странами и обществами в современной мировой системе. Она описывает процесс, в которомсобытия и решения, принятые в определенной части мира, могут иметь значительные последствия для отдельных лиц и групп в других регионах. »[[6]](#footnote-5).

Энтони Гидденс сказал: «С одной стороны, концепция экономической глобализации предусматривает универсальный процесс, которыйделает взаимосвязи между странами и обществами современной мировой системы разнообразными. С другой стороны, глобализация также подразумевает взаимодействие, взаимосвязь и взаимозависимость между странами и обществами современного мирового сообщества.Поэтому сопутствующее «расширение» является «углублением» ».

Алан Ругерман определяет экономическую глобализацию как: «Это деятельность, осуществляемый компании, который занимаются прямыми иностранными инвестициями и создают деловые сети для создания стоимости»[[7]](#footnote-6).

Пу жунь считает, что экономическая глобализация означает увеличение масштабов транснациональных товаров, торговли услугами, международных потоков капитала и быстрое распространение технологий, что привело к усилению взаимозависимости экономик мира, и экономики мира стали более открытыми и ориентированными на рынок. Мировая экономика, как правило, является результатом интеграции[[8]](#footnote-7).

Ву Синь полагает, что экономическая глобализация означает увеличение масштабов и форм трансграничных потоков товаров, услуг, факторов производства и информации. Благодаря международному разделению труда эффективность распределения ресурсов повышается на мировом рынке, что экономическая взаимозависимость между странами становится глубже[[9]](#footnote-8).

Чу Мин считает, что глобализация экономики - это тенденция социального развития. Благодаря развитию высоких технологий и информационных технологий мир становится сетевым обществом: расстояние между людьми, а также между странамизначительно сокращается, а отношения становятся более тесными, взаимозависимость становится глубже[[10]](#footnote-9).

Американский экономист Пол Свих сказал: «Экономическая глобализация - это не условие или явление, а процесс, который продолжается уже давно. Этот процесс начался четыре-пятьсот лет назад, когдакапитализм появляется как живая социальная форма в мире."

Андре Гонд Франк изучал много результатов исследований, опубликованных учеными на Востоке и Западе в последние годы, чтобы доказать, что с 1500 лет назад произошла глобальная мировая экономика и всемирное разделение труда и многосторонняя торговля. Он утверждал, что Происхождение мировой экономики в Африке-Евразии можно проследить до тысячи лет, даже раньше[[11]](#footnote-10).

Отдельные историки даже считают, что в эпоху открытия Китаем Шелкового пути уже появилась экономическая глобальзация.

Хебер Герш (1998) утверждает, что «экономическая глобализация - новый слово, используемыйдля описания длительного, долгосрочного процесса»[[12]](#footnote-11).

Но большинство западных ученых в современном мире считают, что экономическая глобализация является продуктом новой эры. Как отмечает Лестер Турро: «Со вступлением Второй мировой в капиталистическую систему, большинство стран третьего мира решили участвовать в глобальной капиталистической игре. Глобальная экономика стала еще крупнее и реалистичнее, чем когда-либо прежде».

Ян Фанлинг и Li Zong считает, что экономическая глобализация является историческим процессом, и ее начальный этап прослеживается до середины 18-го века, то есть после первой промышленной революции, мировой рынок начал формироваться. Позднее, наряду с постоянным использованием достижений научно-технической революции, степень интернационализации экономики также возросла. Однако эпоха настоящей экономической глобализации должна была наступить в 1980-х и 1990-х годах[[13]](#footnote-12).

Строго говоря, экономическая глобализация - не совсем новое явление. Фактически, с тех пор, как в мире появился капитализм, начался процесс экономической глобализации. Глобализация экономики сопровождается экспансией капитализма в мире. Процесс экономической глобализации с конца 19 века до начала 20 века был прерван двумя мировыми войнами. С 1950-х по 1970-е годы страны постепенно снижали тарифы и торговые барьеры,и постепенно становились капиталистической глобальной экономикой с более высокой степенью экономической интеграции. После войны экономическая глобализация началась в 1980-х годах и постепенно ускорилась в 1990-х годах. Экономическая глобализация стала мировой тенденцией.

Особенности экономической глобальзации:

1. Торговая глобализация. Посредством международной торговли товары, технологии и услуги между странами могут обмениваться. Международная торговля является основным средством достижения экономических обменов, экономического разделения труда и экономического сотрудничества между странами. С 1980-х годов, особенно с 1990-х годов, международная торговля сильно развивалась, в конце 1990-х годов зависимость от мировой торговли превысила 20%, а с 21-го века она была близка к 25%. Внешняя торговля стала важным фактором экономического развитиястран и регионов.

Помимо роста объема мировой торговли и растущей торговой зависимости стран, сегодняшняя структура международной торговлитакже меняется.Электронный бизнес и онлайн-закупки стали основными методами международной торговли, и доля нефизической торговли технологиями и торговли услугами в международной торговле увеличивается.

1. Глобализация производства. С 1980-х годов глобализация производства стала доминирующей формой экономической глобализации. Глобализация производства включает в себя глобализацию прямых производственных процессов и глобализацию факторов производства. Глобализация процесса прямого производства является важным показателем для измерения глубины глобализации производства, она не только делает производство и потребление во всех странах мира поистине глобальными, но и делает процесс прямого производства каждой страны неотъемлемой частью мирового процесса прямого производства. Тем самым формируется единая глобальная система организации и производства, единая интеграционнаяциркуляционная системавоспроизводства. Благодаря формированию этих систем, сделан мировую экономику глобальной интегрированной экономической системой, который состоит изрыночной экономики, экономики капитала и экономики знаний.

3. Финансовая глобализация. Одновременно с развитием международной торговли и осуществлением международного производства，развитие финансовой глобализации становится все более быстрым. Международные финансовые движении огромны, намного превышая объем международной торговли. Согласно статистическим данным, ежедневное движение на международном финансовом рынке составляет 6 триллионов долларов США, а средний объем операций только на валютном рынке достигает 2 триллионов долларов США в день. Если производство и торговля основаны на материальных активах и реальной стоимости, международные финансы больше похожи на цифровую игру в виртуальном мире с большим соблазном, риском и спекуляцией.

По мере того как страны ослабляют контроль над финансовыми институтами, граница между «внутренними финансами» и «международными финансами» становится все более размытой, а финансовые рынки разных стран все больше связаны друг с другом.

4. Экономическая глобализация характеризуется высоким уровнем проникновения и высокой взаимодополняемостью. Капитал, технологии, менеджмент и культура в развитых странах быстро проникнут в развивающиеся и отсталые страны, чтобы мировая экономика более интегрированной. Капитал, знания, ресурсы и т. д. также будут поступать на глобальный рынок и распределяются рационально. Это помогает различным странам и регионам дополнять друг друга с точки зрения капитала, знаний, ресурсов и т. д., чтобы способствует смягчению глобальных проблем и координации глобальных действий, делая возможным устойчивое развитие человека.

5. Экономическая глобализация очень рискованна. Это в основном отражается в быстром потоке капитала, технологий и управления, а также в проникновении идей и культуры, что ставит вопросы экономики, информации, науки и техники и политической безопасности во многие страны. Азиатский финансовый кризис конца 1990-х годов отражал высокий риск экономической глобализации.

**1.2 Социальные особенности трансформации глобальной экономики**

Мировой экономический кризис, вызванный международным финансовым кризисом, разразившимся в 2008 году, способствовал трансформации глобальной экономики.

Во-первых, экономика развитых стран начала возвращаться к реальной экономике и регулировать систему социального обеспечения.Главная особенность постиндустриального общества состоит в том, что третичная промышленность занимает свое доминирующее положение в экономике.Процесс финансовой глобализации также позволил процветать виртуальной экономике и сократить объем обрабатывающей промышленности. Этот финансовый кризис заставил западные страны признать важность развития реальной экономики. И начали корректировать структуру промышленности, поставить на повестку дня стратегию возврата к реальной экономике и содействия «реиндустриализации».

Кроме того, высокое благосостояние - это социальная система, которую западные страны преследуют в течение многих лет.роме того, высокое благосостояние - это социальная система, которую западные страны преследуют в течение многих лет, но высокое благосостояние означает высокие затраты на рабочую силу, а высокие затраты на рабочую силу заставляют эти страны ослаблять свою конкурентоспособность в жесткой международной торговой конкуренции, формировали торгового дефицита. Чтобы стимулировать экономический рост и компенсировать дефицит торгового баланса, эти страны должны выпустить дополнительный государственный долг для увеличения бюджетных расходов. Появление растущего кризиса суверенного долга в последние годы затруднило сохранение этой системы социального обеспечения. Под тяжестью финансового бремени западным странам приходится задумываться о реформировании системы социального обеспечения. Тенденция «снижения благосостояния» в европейских странах стала проявляться, и отдельные страны начали повышать свой пенсионный возраст и снижать пенсионные расходы и т. д.

Во-вторых, страны с развивающейся экономикой также сталкиваются с изменением моделей развития. В последние годы, страны с развивающейся экономикой играли заметную роль в восстановлении мировой экономики. Согласно данным МВФ, вклад стран с развивающейся экономикой в глобальный экономический рост возрос с более чем 30% до более чем 50%. Несмотря на это, развивающиеся экономические рынки также сталкиваются со многими проблемами экономического развития.Такие как рост инфляционного давления, падение экспорта и ужесточение банковских кредитов, темпы экономического роста снизились и т. д. В частности, большинство из них ориентированы на экспорт. Замедление экономического роста и снижение спроса в развитых странах неизбежно окажут неблагоприятное воздействие на страны с формирующейся рыночной экономикой. Рост торгового протекционизма также окажет серьезное влияние на экспорт стран с формирующейся рыночной экономикой, замедление экономики и снижение спроса в развитых странах неизбежно окажут неблагоприятное воздействие на страны с формирующейся рыночной экономикой. Торговый протекционизм также окажет серьезное влияние на экспорт внешней торговли в странах с развивающейся экономикой.

В-третьих, смещение фокуса мирового экономического роста «с запада на восток».С нового века, быстрый рост развивающихся стран влияет на экономическую структуру, возглавляемую США. Хокус мировой экономики и торговли смещается с запада на восток. В первом десятилетии XXI века средние темпы экономического роста в странах с развивающейся экономикой превышали 6%, а средние темпы роста в странах БРИКС превышали 8%, значительно выше, чем в среднем темпы роста в 2,6% в развитых странах и И средние темпы роста мировой экономики около 4,1%. Обратный поток международного капитала, то есть поток капитала развивающихся стран в развитые страны, особенно в Соединенные Штаты, является беспрецедентным[[14]](#footnote-13).

Западная экономика сталкивается со многими трудностями. Во-первых, долговой кризис распространился на западный мир. В соответствии с часами мирового долга[[15]](#footnote-14), в отличие от истории, большинство основных Страна-должник мира являются развитыми странами. Соединенные Штаты Америки избегают дефолта, повышая потолок долга, заимствование новых долгов с целью погашения старых долгов. Европейский долговой кризис продолжал бродить. Бюджетный дефицит Японии более чем в два раза превышает внутренний ВВП. Этот раунд глобального экономического кризиса стал «огнем» для продолжающегося роста государственного долга в развитых странах. Если не будут приняты меры по сокращению расходов, повышению налогов, реформированию рынка труда и повышению конкурентоспособности, дилемма западного долга будет продолжаться до 2025 года.

Мировой экономический кризис, вызванный международным финансовым кризисом, разразившимся в 2008 году, способствовал трансформации мировой экономики. Например, США привержены реиндустриализации, увеличению инвестиций в инфраструктуру и т. д. Тем не менее, два двигателя развития мирового экономического, технический прогресс и маркетизация по-прежнему играют важную роль в продвижении. Весь мир окутан огромной глобальной производственной сетью. В этой сети страны можно разбить на три типа:

Первая категория - это страны с передовыми технологическими инновациями, которые представлены Соединенными Штатами, Японией и странами Западной Европы, их рынок потребленияогромен, масштабы производства снижаются, и они вступают в стадию постиндустриализации;

Вторая категория - это быстро развивающиеся новые индустриальные страны, представленные Китаем и Индией, на разных этапах индустриализации, но в целом они обладают мощными производственными возможностями, нуждаются в освоении технологий и ресурсов извне и постоянно совершенствуют свои независимые инновационные возможности, потребительский рынок расширяется;

Третья категория - богатая природными ресурсами страна, представленная Россией и Бразилией, предоставляющая богатые ресурсы миру и поддерживающая внутреннее потребление.

Согласно исследованию Международного валютного фонда (МВФ), в 2012 году на долю развивающихся стран приходилась половина мировой экономики. Валовой внутренний продукт Китая (ВВП) составляет более 13% от общего объема в мире и является второй по величине экономикой в мире. Если хотим описать особенности глобальной экономической трансформации, то это

увеличение общей доли стран с развивающейся экономикой и быстрый рост экономики Китая[[16]](#footnote-15).

**1.3 Влияние социальных особенностей глобализации на развитие электронного бизнеса.**

С развитием экономической глобализации жизнь людей претерпела огромные изменения. Экономическая глобализация относится к тому факту, что с непрерывным развитием производства, ускорением развития науки и техники и растущей социализацией и интернационализацией производства, экономическая деятельность стран и регионов мира все больше выходит за рамки одной страны и региона. Электронный бизнес - это небольшой аспект, новый метод торговли, использующий электронную безбумажную метод. С развитием интернет-технологий космическое расстояние больше не может ограничивать деловые операции. Трансграничный электронныйбизнес - это трансграничная платформа, основанная на интернет-технологиях и электронный бизнес, позволяющая субъектам транзакций в разных странах преодолевать космическое расстояние, завершать отбор товаров, заключать договоры, заключать сделки, совершать платежи на платформе и реализовывать товары с помощью трансграничной логистики. Таким образом полностью изменив традиционный процесс международных торговых транзакций

Глобализация обеспечивает широкую платформу для электронного бизнеса, чтобы достигать «продавать» и «покупать» миру.

Процесс экономической глобализации представляет собой процесс повышения степени социализации производства, и социальное разделение труда может осуществляться в более широком масштабе, что может принести огромные выгоды от разделения труда. Экономическая глобализация имеет эффект распространения технологий, что способствует развитию науки и техники в Китае, создавая тем самым движущую силу для экономического роста. Электронный бизнес в электронном виде оцифровывает традиционные бизнес-процессы, так что торговая деятельность можно проводить в любое время, в любом месте, значительно повышая эффективность. Электронный бизнес позволяет предприятиям «продавать» миру, и позволяет клиентам и потребителям «покупать» по всему миру, не выходя из дома. Электронный бизнес может предоставлять услуги 24 часа, и расширять бизнес в любом месте, где есть интернет.

Глобальная торговля позволяет электронномубизнесу достичь мира.

Эта тенденция интернационализации сделала рынок более открытым и расширили торговые возможности. Экономическая глобализация предоставила возможности для МСП, чтобы обеспечить широкое пространство для их. Электронный бизнес обеспечивает удобство общения, электронный бизнес может обеспечить клиентов онлайн-обслуживание для онлайн-продаж, онлайн-покупок и онлайн-платежей. Позволяет предприятиям своевременно узнать отзывы клиентов. С помощью электронного бизнеса можно продвигать различные обмены информацией и своевременно получать различную информацию. Электронный бизнес можно обеспечить научность и своевременность информации. Через Интернет торговцы могут напрямую общаться, вести переговоры и подписывать контракты. Потребители также могут отражать свои отзывы на веб-сайте компании, а продавцы должны своевременно вносить коррективы в продукты, основываясь на отзывах покупателей, для достижения позитивного взаимодействия.

Глобализация позволяет лучше распределять ресурсы.

Ни один веб-сайт не может удовлетворить всесторонние личные потребности пользователей сети. Будут встречаться недостаточные ресурсыи нехватка контента, поэтому он обязательно почувствует важность интеграции. Потому что только совместное использование ресурсов может обеспечить дополнительные преимущества.

Сегодня Интернет стал самым эффективным глобальным медиа, а электронный бизнес в Интернете носит глобальный характер. В интернете нет национальной границы, и для любого пользователя во всем мире она полностью открыта и ровна. Предприятия могут заниматься бизнесом, торговлей и инвестициями в глобальном масштабе через сеть. Капитал, технологии, товары и услуги распространяются по всему миру.

С одной стороны, электронный бизнес способствовал экономической глобализации и создал хорошую платформу для экономической глобализации.

С другой стороны, экономическая глобализация является внешним ускорителем электронной коммерции.электронный бизнес работает в Интернете, и Интернет как глобальная сеть, создание ее инфраструктуры и разработка некоторых ее правил неизбежно потребуют сотрудничества во всем мире. Создание глобальной системы электронной торговли также требует участия всех стран. Развитие экономической глобализации усилило международную конкуренцию, и предприятия сталкиваются с более сложными и нестабильными рынками. Чтобы выжить и развиваться, правительства и предприятия увеличили свои инвестиции в сетевые объекты, придали большое значение исследованиям и применению электронный бизнес, а также активно участвовали в создании глобальных рамок электронной коммерции, чтобы стремиться к выгодному положению в конкурентной борьбе.

**Глава 2** **Теоретические основы изучения развития электронного бизнеса.**

**2.1 Значение электронного бизнеса и их особенности**

История электронного бизнеса уходит корнями в начало революции в сфере информационных технологий 1960-70-х годов. Сначала использовать безбумажные технологии электронного обмена данными, чтобы уменьшить нагрузку и стоимость документации и повысить скорость обмена.Быстрое развитие ИКТ[[17]](#footnote-16) -- позволяет упростить и поддерживать обмен данными между предприятиями.

Когда речь идет о что такое электронный бизнес, с разных точки зрения определения различаются. В настоящее время по-прежнему нетединого определения электронного бизнеса в мире. Рабочая группа ООН по упрощению процедур международной торговли определяет электронную торговлю как бизнес, который осуществляется в электронном виде и включает в себя принятие любого электронного инструмента среди поставщиков, клиентов,

правительств и других участников[[18]](#footnote-17).

Электронный бизнес может быть определен на широкое и узкое.

В широком смыслеэлектронный бизнес представляет собой деловую активность, осуществляемую в электронном виде. В узком смысле, электронный бизнес относится к коммерческой деятельности, осуществляемой во всем мире с использованием электронных инструментов[[19]](#footnote-18), таких как Интернет. электронный бизнес, который обычно понимается людьми, относится к электронной торговле в узком смысле.

К электронному бизнесу относят: - электронная коммерция; - электронные деньги;-электронный маркетинг; - электронный обмен информацией (EDI), - электронный банкинг,- электронные аукционыи так далее[[20]](#footnote-19).

**классификация моделей электронного бизнеса**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Государство(G) | Бизнес(B) | Гражданин(C) |
| Государство(G) | G2G Координация | G2B Информирование и распродажа неликвидов | G2C |
| Бизнес(B) | B2G Снабжение | B2B Электронная коммерция | B2C Электронная коммерция |
| Гражданин(C) | C2G Налоги | C2B Сравнение цен | C2C Аукционы |

Основные модели электронного бизнеса включаются: B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer). Эти три типа являются наиболее важными, кроме того, еще есть B2G（Business-to-Government），O2O（Online To Offline），C2B （ConsumertoBusiness）.

B2B(Business to Business, бизнес между предприятиями) - Обмен продуктами, услугами и информацией между предприятиями и предприятиями через Интернет. Проще говоря, это относится к процессу, в котором как стороны спроса, так и стороны используют Интернет для выполнения бизнес-операций. Эти процессы включают в себя:

- выдачу информации о спросе и предложении；

- заказ и подтверждение заказов;

- процессы оплаты, выдачу；

- доставку и получение；

- определение план доставки；

- мониторинг процесса доставки..

B2C (Business to Consumer, бизнес между бизнесом и потребителями）- это модель электронного бизнеса, которую обычно называют коммерческой розничной моделью, которая продает товары и услуги напрямую потребителям.

B2C состоит из трех основных частей:

1. Веб-сайт, который предоставляет клиентам интернет-магазины;

2. Система доставки, ответственная за распределение товаров, приобретенных покупателями;

3. Банк и система сертификации, ответственные за подтверждение личности клиента и расчет оплаты.

Основные функции хорошего сайта B2C включают в себя:

1. Отображение товара: сообщите пользователю, что продает основной сайт и сколько он стоит;

2. поиск товаров: пусть пользователи быстро найдут то, что им интересно;

3. добавьте и просмотрите корзину: расскажите пользователю, что вы выбрали;

4. способ распространения: рассказать пользователю, как получить товар;

5. расчет и оплата заказа: сообщите пользователю, сколько денег должно быть оплачено и средства платежа;

6. регистрация: получить пользователь действительную информацию;

7. помощь, правила, контактная информация и другие связанные страницы.

C2C (Consumer to Consumer, бизнес между частными лицами) - Как и B2B и B2C, C2C является одним из способов электронного бизнеса. Разница в том, что C2C - это модель от пользователя к пользователю. Платформа C2C предоставляет платформу онлайн-торговли для покупателей и продавцов, так что продавцы могут предоставлять товары онлайн для аукциона, а покупатели могут выбирать свои собственные товары для участия в торгах.

Из значения и истории развития электронного бизнеса видно, что электронный бизнес имеет следующие основные особенности:

1. Всеобщность. В качестве нового типа транзакции электронная коммерция привела компании, потребителей и правительства в новый мир сетевой экономики и цифрового выживания.

2. Удобство. В среде электронной коммерции люди больше не ограничены географией и временем. Например, с помощью онлайн-банкинга можно получать доступ к средствам на счетах и запрашивать информацию 24 часа, что значительно повышает качество обслуживания предприятий.

3. Целостность. электронный бизнес может стандартизировать рабочий процесс и объединить ручное управление и электронную информации в неразделимое целое, что не только улучшает использование трудовых и материальных ресурсов, но также повышает эффективность работы системы.

4. Безопасность. В электронной коммерции безопасность является критически важной проблемой, которая требует от сети предоставления комплексного решения безопасности, такого как шифрование, подпись, контроль доступа, брандмауэр, антивирусная защита и т. д. Это сильно отличается от традиционной деловой активности.

5. Координация. Деловая деятельность - это процесс координации, который требует координации между клиентами и компанией, производителями, оптовыми торговцами и розничными торговцами. В среде электронной коммерции также требуется сотрудничество банков, распределительных центров, отделов связи, технических служб и других отделов.

**2.2 Влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие.**

Влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие отражено в следующих аспектах:

Во-первых, электронныйбизнес ускорила темпы перестройки и реструктуризации мировой экономической структуры. С быстрым развитием экономической глобализации структурная перестройка стала важной темой в глобальных исследованиях. Для развитых стран они сосредоточены на развитии высокотехнологичных и информационных отраслей, а структура экономики развивается на более высоком уровне, и темпы экономического развития очень быстрые. Электронный бизнес возникл в связи с быстрым развитием информационной индустрии в этот период, а также способствовала развитию информационной индустрии и корректировке экономической структуры.

Во-вторых, электронный бизнес изменил способ работы рыночной экономики. Для традиционной деловой деятельности транспортные расходы и расходы на проживание очень высоки, и личный контакт является основной формой. Электронный бизнес использует компьютерную сеть в качестве платформы для осуществления различных деловых операций, что значительно сокращает ненужные расходы, такие как транспортные расходы и расходы на проживание, понесенные деловым персоналом в деловой деятельности.

В-третьих, электронный бизнес играет важную роль в содействии экономическому росту и высоко ценится государством. Анализ показывает, что влияние развития электронного бизнеса на экономическое развитие отражается во многих аспектах, таких как содействие реструктуризации экономики, стимулирование внутреннего спроса и содействие занятости и предпринимательству[[21]](#footnote-20).

Как мы все знаем, электронный бизнес включает в себя множество областей, и он применяется ко многим людям, таким как графический дизайн, редактирование информации, экспресс-доставка и т. д. Он является движущей силой для национальной экономической трансформации, особенно для интеграции обрабатывающей промышленности и сферы услуг. Поэтому для удовлетворения требований развития в среде электронной коммерции предприятиям необходимо разработать разумную стратегию развития и использовать платформу электронной торговли, чтобы найти путь развития для продвижения экономических выгод. В этом отношении электронная коммерция способствует корректировке экономической структуры.

Содействие внутреннему спросу является важным средством стимулирования экономической активности. Многие платформы, появляющиеся в электроном бизнесе, предоставляют потребителям полный ассортимент товаров, которые покупатели могут свободно покупать. B2B / B2C / C2C предоставляют потребителям и продавцам больше торговых методов, сохраняя при этом права и интересы обеих сторон. Автономность потребителей и продавцов, а также удобство совершения сделок усилили стремление людей к потреблению и торговле, а большое количество действий потребителя позволило полностью мобилизовать внутренний спрос.

В Китае есть очень большие проблемы, связанные с безработицей и электронный бизнес представляется одним из решений этой проблемы. В настоящее время сайты электронной коммерции создают сотни тысяч рабочих мест для нашей страны, в том числе более миллиона рабочих мест предлагали сайты предприятий. Если мы учитываем другие факторы, кроме веб-сайта, количество рабочих мест в сфере электронной коммерции будет ещё выше. Например, логистика третьей стороны и индустрия доставки принесли возможости работы более чем десяткам миллионов людей, и так появились такие новые должности как инженер элетронной коммерции, специалсит по интернет-маркетингу и т. д.

В-четвертых, влияние электронной коммерции на производственные предприятия. Электронный бизнес относится к бизнес-деятельности, осуществляемой при поддержке компьютерного Интернета. Это в основном включает в себя онлайн-рекламу, заказы, оплату, обслуживание клиентов и доставку товаров, таких как предпродажа, продажа, анализ послепродажного обслуживания и исследования рынка, финансовый учет и организация производства, а также многие другие виды коммерческой деятельности с использованием разработки в Интернете. С точки зрения предприятий электронная коммерция способствует улучшению обслуживания клиентов, сокращению времени обращения, сокращению затрат на обращение и получению большей прибыли от ограниченных ресурсов.

1. Развитие электронного бизнеса принесло возможности развитию производственных предприятий. Мы сейчас живем в веке интенсивной конкуренции, и если предприятия хотят сохранить свои преимущества, руководству необходимо использовать все возможности, чтобы сократить расходы, повысить коэффициент полезного действия, расширять рынки и улучшить качество предоставляемях услуг, стараться обеспечить свои преимущества. Электронныйбизнес обеспечивает предприятиям глобальную торговую среду, создает новый тип канала для бизнеса, значительно повышает уровень деловой активности и качество обслуживания, а также играет беспрецедентную роль в повышении конкурентоспособности предприятий.

2). Электронной бизнес может улучшить качество работы предприятий, расширять рынки, повышать коэффициент полезного действия коммерческой деятельности предприятий. Электронный бизнес способствует связи между клиентами и поставщиками, чтобы две стороны могут узнать новонейшую информацию друг о друге, которая сможет укреплять сотрудничество между ними. Это позволяет более просто и легко определять объемы производства в зависимости от объемов сбыта, предприятие демонстрирует собственную продукцию посредством компьютерной сети, а клиенты, исходя из своих потребностей, размещают заказы. Производственные отделы предприятия в соответствии с информацией о заказах проводят своевременную организацию или корректировку производственных объемов и ассортимента товаров. В результате этого реализуется идеальная модель, характеризующаяся небольшим объемом и разнообразием производства, а также управлением запасами «точно в срок», что соответствует тенденциям современного общественного потребления.

3). Электронной бизнес может сократить расходы. Это очень полезно для соблюдения интересов предприятий. Сократить операционные и потенциальные расходы, улучшить цепочки доставки предприятий, уменьшить расходы по доставке. Традиционная коммерческая деятельность – это цепь снабжения, сформированная из множества промежуточных звеньев, которые неизбежно приводят к расходу большого количества ресурсов. Электронныйбизнес позволяет сократить цепь снабжения посредством устранения промежуточных звеньев и уменьшения цикла работы, сэкономить материальные ресурсы и снизить себестоимости товаров. Снижение себестоимости товаров приносит значительную прибыль предприятию.

4). Электронной бизнес изменил традиционный маркетинговый метод предприятий. Электронной бизнес создал хорошую платфоруму между покупателями и продавцами через Интернет, это значит, что быстрая транзакция уже не зависит от расстояния. Наиболее заметной особенностью корпоративного маркетинга в области электронной коммерции является сетевой интерактивный маркетинг. Сетевой маркетинг не только интегрирует маркетинговую информацию и процессы, но и, что наиболее важно, интегрирует клиентов в процесс маркетинга, отражая ценность удовлетворения клиентов как цели маркетинга, так и клиентов. Общаться и понимать их потребности и поддерживать с ними долгосрочные маркетинговые отношения. Транснациональные предприятия в свою очередь посредством электронных торговых площадок могут оперативно реагировать на потребностиклиентов, беспрестанно предоставлять высококачественные продукты и услуги клиентам со всего мира, а также налаживать движение информационного потока между предприятиями и рынком. Новая рыночная информация непрерывно поступает компаниям – современные предприятия, лишь получив верные сведения о влиянии электронной коммерции на маркетинг и избрав необходимые ответные стратегии, могут занять устойчивую позицию всловиях рыночной конкуренции, сулящей значительные возможности, и достичь маркетинговые цели.

В-пятых, электронной бизнес изменил образ жизни и потребления людей. Систематическая удобная операционная товарная среда электронного бизнеса максимально сократила расстояние между производством и потреблением. Потребители активно находит информации в Интернете, это значит, что предприятия прямо нахотятся перед потребителями, общаются с ними, даже потребители сами могут принять участие в дизайне, производстве и оценке товаров и становятся важными и активными участниками в полном процессе производства и управления бизнесом.

В-шестых, онлайн-платежи являются ключевым звеном и базовым условием беспрепятственного развития электронногобизнеса. Вслед за успехом электронных транзакций интернет-банкинг, Интернет-платежи банковскими картами, банковская система электронных платежей, а также сервисы в сети, электронные чеки, электронные наличные и другие услуги привели к полному обновлению сферы традиционной финансовой индустрии. В настоящее время многие Интернет-пользователи проявляют все больший интерес к онлайн-платежам: вслед за расширением электронной коммерции методы оплаты в сети постепенно получают все большую популярность. Этот быстрый и наиболее безопасный способ онлайн-оплаты покупок, счетов за различные коммунальные услуги и даже метод управления личными финансами в сети рождает у пользователей ощущение универсальности. Кроме того, вслед за укреплением уверенности потребителей в технологиях информационной безопасности онлайн-платежи, как ожидается, станут более востребованными.

В-седьмых, влияние электронной коммерции на правительство. Правительство несет ответственность за социальных, экономических, политических и культурных управлений и обслуживаний. Он играет большую роль в регулировании рыночной экономики.Государственная поддержка будет напрямую влиять на развитие электронного бизнеса, а с другой стороны, развитие электронного бизнеса также оказывает определенное влияние на правительство. Развитие Электронного бизнеса выдвинуло новые требования к поведению государственного управления. Электронное правительство может не только своевременно и точно получать соответствующую информацию, но и внимательно следить за корпоративной деятельностью, а также могут использовать соответствующие технические средства для обеспечения соблюдения закона, усиления правоприменения и повышения престижа правительства[[22]](#footnote-21).

В целом, электронныйбизнес беспрецедентную революцию. Его влияние на социальную экономику намного превзойдет сам бизнес, а также окажет огромное влияние на методы ведения бизнеса, правовые системы и культурное образование.

**Глава 3 Экономико-социологический анализ электронного бизнеса в глобальной экономике**

**3.1 Текущая ситуация в развитии российского электронной бизнеса и ее влияние на экономическую глобализацию**

Россия является страной с наибольшим числом интернет-пользователей в Европе, с более чем 100 миллионами интернет-пользователей. В 2017 году коэффициент проникновения интернета достиг 75,8%. В 2017 году число онлайн-покупателей в России превысило 46,3 миллиона, а коэффициент использования онлайн-покупок достиг 42,3%[[23]](#footnote-22).

Таблица 1. Русские онлайн-покупатели и коэффициент использования интернет-магазинов в России.

Ассоциация компаний интернет-торговли ([АКИТ](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%90%D0%9A%D0%98%D0%A2)) представила доклад о российском рынке электронной торговли за 2017 г. Общий объем рынка оставил 1 трл. 40 млрд. рублей, что на 13% больше аналогичного периода прошлого года. Рост замедлился в два раза по сравнению с прошлым годом[[24]](#footnote-23).

При этом объем трансграничной торговли в России в 2017 г. составил 374,3 млрд рублей. Таким образом, весь оборот российских магазинов составляет 665.6 млрд. рублей[[25]](#footnote-24).

В процентном отношении кроссбордер составляет 36% от всей российской интернет-торговли, что на 3% больше, чем в прошлом году. Рост трансграничных продаж снизился до уровня около 24 % в год в денежном выражении к предыдущему году, хотя за аналогичный период в 2016 году рост составил 37%[[26]](#footnote-25).

Таблица 2. Российский рынок интернет-торговли (млрд. руб.)

В 2017 году объем розничных онлайн-продаж в России достиг 15,2 млрд. долл. США, увеличившись на 17,4% по сравнению с предыдущим годом, и темпы роста замедлились. В 2017 году общий объем розничных онлайн-продаж в России составил 3,4% от общего объема розничного рынка в России (443,44 млрд. долл. США), и в России по-прежнему существуют значительные возможности для

роста розничной торговли в Интернете[[27]](#footnote-26).

Таблица 3. 2010-2017 масштаб Российского онлайг розничного рынка

Рынок трансграничной розничной торговли в России быстро растет. В 2017 году физические продажи трансграничного импорта электронной торговли в России составили 5,91 млрд[[28]](#footnote-27). Долларов США, увеличившись на 37,4% по сравнению с 2016 годом и составив 39% от общего объема розничных онлайн-продаж. Российская легкая промышленность относительно слаба: через трансграничные платформы электронной коммерции российские потребители могут покупать дешевые и дешевые товары за рубежом. Трансграничная электронная коммерция стала одним из основных драйверов роста российского рынка электронной коммерции. Российская ассоциация компаний интернет-торговли (AKIT) ожидает, что российский международный рынок розничной торговли электронной коммерцией достигнет 7,19 млрд долларов в 2018 году[[29]](#footnote-28).

Таблица 4. Российская трансграничная электронная коммерция импортирует физические продажии годовой темп роста.

Согласно исследованию Ipsos, среди стран БРИКС российские потребители предпочитают трансграничную электронную торговлю. Среди потребителей онлайн-покупок в России около 47% потребителей покупают как внутреннюю электронную торговлю, так и трансграничную электронную торговлю, 15% потребителей онлайн-покупок покупают только через трансграничную электронную торговлю, только 38% потребителей интернет-покупок Те, кто выбирают покупать только во внутренней электронной коммерции[[30]](#footnote-29).

Что покупают? По данным АКИТ, потребители покупают следующие категории через трансграничную электронную торговлю: одежда и обувь, бытовая техника и электроника, парфюмерия и косметика, автозапчасти и аксессуары, товары для дома, спорттовары и т. д[[31]](#footnote-30).

90% покупок россиян в иностранных интернет-магазинов приходятся на китайские площадки, основная из которых - AliExpress. Платформа насчитывает 22,2 миллиона пользователей в России. За четыре года, прошедшие с момента въезда в Россию, AliExpress сотрудничал с Почтой России, чтобы сократить срок доставки товаров с 50 до 15 дней.

Согласно данным, рейтинг ТОП-10 крупнейших российских магазинов по объему онлайн-продаж по итогам 2018 года, это: wildberries.ru, citilink.ru, mvideo.ru, ozon.ru, dns-shop.ru, lamoda.ru, eldorado.ru, svyaznoy.ru, technopoint.ru, petrovich.ru[[32]](#footnote-31).

Развитие логистики и платежных систем в России все еще не идеально. Огромная территория делает стоимость и длительность доставки заказа выше. Более 80% предприятий электронной коммерции требуют наложенным платежом. Эти обстоятельства препятствовали дальнейшему расширению российского электронного бизнеса. С постепенным улучшением вспомогательной инфраструктуры, такой как платежная система и система логистики, российской рынок электронного бизнеса еще много возможностей для роста.

**3.****2 Текущая ситуация в развитии китайского электронной бизнеса и ее влияние на экономическую глобализацию**

Количество китайских интернет-пользователей занимает первое место в мире, достигнув 772 миллионов в 2017 году. Китай является крупнейшим в мире розничным онлайн-рынком с 533 миллионами пользователей онлайн-покупок, а использование интернет-покупок в интернете достигло 69,1%[[33]](#footnote-32).

Таблица 5. Китайские онлайн-покупатели и коэффициент использования интернет-магазинов в Китае.

29-ого мая на конференции по электронной торговле в Китае в 2018 году, министерствобизнеса, отдел электронной коммерции и информационных технологий опубликовал "доклад о электронном бизнесе в Китае". Доклад выявил, что в 2017-ом году рынок китайского электронного бизнеса достиг больших успехов:

Объем торговых сделок через интернет в Китае достиг 29 трлн. 160 млрд. юаней, продемонстрировав рост на 11,7%. При этом объем онлайн-торговли товарами составил 16.87 триллиона юаней, повысыла 21% по сравнению с аналогичным периодом, увеличилась 8.7%, чем в прошлом году; при этом объем онлайн-торговли услугами составил 4.96 триллиона юаней, увеличилась 35.1% по сравнению с аналогичным периодом[[34]](#footnote-33).

Таблица 6. Объем транзакции электронной торговли в Китае и темп роста.

На основании онлайн-торговли товарами и услугами можно заключить, что торговля товарами занимает главное место, в то же время происходит быстрый рост сервисных услуг в сети. В 2017 году общий объем онлайн-торговли товарами составил 16 трлн. 87 млрд., увеличившись на 21% по сравнению с предыдущим периодом и на 8,7 процентных пунктов по сравнению с предшествующим годом. Онлайн-оборот в сфере услуг достиг 4 трлн. 96 млрд., увеличившись на 35,1% по сравнению с предыдущим периодом и на 13,2 процентных пункта по сравнению с предшествующим годом, продолжив тенденцию стремительного роста прошлого года.

Слияние электронной коммерции и сервисных продуктов позволило преодолеть проблему нехватки передачи информации, а также повысить эффективность распределения ресурсов.

Так, сохраняется тенденция к стремительному росту торговых объемов как со стороны физических, так и юридических лиц. Объем интернет-торговли товарами и услугами в 2017 году при участии физических лиц составил 8 трлн. 680 млрд., продемонстрировав рост по сравнению с аналогичным периодом на 33,1% и на 4,5 процентных пункта по сравнению с предшествующим годом. Объем интернет-торговли товарами и услугами в 2017 году при участии юридических лиц составил 13 трлн. 15 млрд., увеличившись по сравнению с аналогичным периодом на 18,6% и на 12,2 процентных пункта по сравнению с предшествующим годом.

Быстрый рост вовлеченности физических лиц в интернет-торговли показывает повышение популярности покупок в сети в Китае, в то время как участие юридических лиц также демонстрирует непрерывное расширение использования Интернета при осуществлении коммерческой деятельности.

Розничные продажи через Интернет составили 7,18 трлн юаней, увеличившись на 32,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Среди них объем розничных продаж физических товаров через Интернет составил 5,48 трлн юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 28%, что составляет 15% от общего объема розничных продаж потребительских товаров[[35]](#footnote-34).

Таблица 7. Объем китайского трансграничного розничного импорта (Сто миллионов юаней) и темп роста

В 2017 году объем китайского трансграничного розничного импорта в сфере электронной торговли продолжал расти высокими темпами: общий объем инвестиций составил 50 млрд. юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 56,6%[[36]](#footnote-35).

Таблица 8. Масштабы трансграничного импорта электронной торговли в розницу и темп роста.

Рынок электронной коммерциипережил период скачкообразного роста в период с 2006 по 2017 гг. В 2016 году инвестиционная и финансовая деятельность в индустрии глобальной электронной коммерции продемонстрировала резкое падение, количество инвестиционных и финансовых вливаний было осуществлено лишь 796 раз, их общая сумма составила только 980 млн. долларов США, став самой низкой с 2013 года. 2017 год, по-видимому, явился годом наиболее устойчивого развития китайской и мировой электронной коммерции, хотя рынок капитала не столь лихорадочно вовлекался в интернет-бизнес, но китайская и зарубежная электронная коммерция по-прежнему бурно развивалась. По состоянию на 22 августа 2017 года количество инвестиционных вливаний достигло 603 раз, а их общая сумма составила около 12,8 млрд долларов.

Объем дохода от сферы услуг электронного бизнеса достиг 2.92 триллиона юаней, увеличилась 19.3% по сравнению с аналогичным периодом. В том числе объем дохода от сферы услуг планфорумы добился 502.7 миллиарда юаней, повысила 25.7% по сравнению с аналогичным периодом[[37]](#footnote-36).

Розничные продажи сельских сетей достигли 1,24 трлн юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 39,1%. Среди них розничные продажи сети физических товаров в сельской местности составили 782,66 млрд юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 35,1%[[38]](#footnote-37).

Общий объем трансграничного импорта и экспорта электронной торговли достиг 90,24 млрд. юаней, увеличившись по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 80,6%. Из этого объема экспорт составил 33,65 млрд юаней, увеличившись на 41,3% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, импорт составил 56,59 млрд юаней, увеличившись на 120% в годовом исчислении[[39]](#footnote-38).

Число занятых в электронной торговле достигло 42,5 млн., Увеличившись за год на 13%. Электронный бизнес открыл новые пути трудоустройства для излишков рабочей силы в сельской местности, ветеранов, а также инвалидов[[40]](#footnote-39).

Сумма онлайн-платежей небанковских платежных учреждений достигла суммы в 143 трлн. 260 млрд. китайских юаней, продемонстрировав ростпо сравнению с аналогичным периодом на 44,32%. Мобильные сетевые платежи изменили традиционные способы оплаты: они используются при покупке товаров, в путешествиях, при оплате счетов в ресторанах, медицинских страховок и т.д[[41]](#footnote-40).

Общий объем оказанных услуг экспресс-доставки составил 40 млрд. 60 млн. единиц, что превысило показатели предыдущего периода на 28%, при этом около 70% объема услуг

экспресс-доставки было заказано в рамках интернет-бизнеса[[42]](#footnote-41).

Благодаря многолетнему развитию в настоящее время наиболее крупные предприятия, работающие с платформами электронной коммерции, начинают постепенно выстраивать экосистему: платформы оказывают предпринимателям и потребителям полную поддержку и услуги, связанные с проведением операций, оплат, логистикой и т.д. Взаимосвязи между крупнейшими платформами и компаниями становятся более тесными, а такие системы, как «Алибаба» (Alibaba), «Тэнсюнь» (Tencent), «Байду» (Baidu), «Цзиндун» (JingdongMall) и др. демонстрируют все более высокие показатели и успехи.

Статистическая обработка данных показывает, что за 11 ноября[[43]](#footnote-42) 2017 года общий объем онлайн-продаж в реальном времени 20 платформ интернет-торговли составил 253 млрд. 970 млн. юаней. В том числе общая доля торговых сделок «Алибаба», «Цзиндун», «Сунин игоу» (Suning Commerce Group) и впервые участвовавшей в распродаже товаров торговой онлайн-площадки Вэйпиньхуэй (Vipshop) составила 95,3%, а оставшиеся участники электронной коммерции разделили 4,7%.

Трансграничная электронная коммерция малых и средних предприятий внешней торговли Китая, вопреки преобладающим тенденциям, в течение многих лет поддерживала среднегодовой рост, равный 30%. В результате сложились модели универсального продвижения, платформы оперативного управления производством, осуществления покупок в интернете и развития выставочной и конференц-деятельности, которые способствовали всестороннему развитию трансграничной электронной коммерции. Непрерывно повышается общественная осведомленность по вопросу применения электронной коммерции, эффективно повышаются компетенции в данной области. Соответствующие департаменты совместными усилиями стимулируют базовое строительство рабочих механизмов развития электронной коммерции, а также разрабатывают ряд стратегий, правил и стандартов, касающихся вопросов электроннойаутентификации ипокупки товаров в интернете, благодаря чему условия для развития электронной коммерциистановятся более благоприятными.

Электронная коммерция демонстрирует стремительный рост в Китае, завершается базовый этап формирования функциональной системы методов управления. Непрерывное расширение электронной коммерции оказывает непосредственное содействие развитию различных сфер: логистики, финансов и IТ-услуг и т.д., а также сторонних платежей, электронной аутентификации, сетевой информационной безопасности, сетевого страхования, а также развитию методов управления в экосфере электронной коммерции. Многочисленные поставщики услуг электронной коммерции стимулируют развитие отдельных звеньев цепи поставок логистики. Вспомогательные услуги электронной коммерции вызывают образование новых отраслей сферы обслуживания, развитие предпринимательской цепи поставок электронной коммерции и международной электронной коммерции способствует росту индустрии услуг электронной коммерции. В большинстве сельских районов Китая появляются магазины сети «Таобао» (Taobao), некоторые деревни благодаря собственным ресурсам и рыночным преимуществам начинают проявлять специфику электронной коммерции. Традиционные розничныеторговые предприятия вступают в ряды деятелей электронной коммерции. Быстрое развитие информатизации предприятий и отраслей промышленности обеспечивает прочную основу для ускорения процесса внедрения электронной коммерции.

Электронный бизнес как внутренние стимулы развития экономической глобализации.

Движущей силой экономической глобализации являются общественные производительные силы и требования научно-технического развития. Улучшение социально-экономических условий обеспечивает процессам экономической глобализации благоприятные внешние материальные условия. Развитие науки и техники само по себе выступает важным проявлением глобализации экономики, существующим благодаря своему внутреннему потенциалу. Внутренние причины определяют суть вещей. Внутренние или эндогенные стимулы – это силы, порождаемые собственно развитием вещей, а также стимулирующие их дальнейшее развитие. Научно-технический прогресс, в частности компьютерных и сетевых информационных технологий, обеспечивает мировое единство и целостность, взаимосвязи, взаимовлияния и взаимные процессы развития, создающие прототипы «глобализации». Электронная коммерция интегрирует торговую деятельность с сетевыми технологиями, способствуя разнообразию и целостному развитию международной торговли. В результате происходит более крупномасштабная промышленная перестройка и модернизация, которая становится внутренней или эндогенной движущей силой, способствующей развитию экономической глобализации.

Сокращение процессов глобализацииэкономики предприятий

Для предприятий экономическая глобализация означает, что производство, распределение, обмен и потребление товаров собственно предприятия выходит за пределы государственных и региональных ограничений, а коммерческая деятельность осуществляется на базе международного рынка. Несмотря на то, что экономическая глобализация существует в виде значимой глобальной тенденции экономического развития, приносит довольно большие выгоды и открывает немало возможностей для развития, однако до возникновения электронной коммерции предприятиям было весьма трудно выйти на путь глобализации. Появление электронной коммерции позволило выстроить эффективные платформы, осуществляющие посредничество между управляющими предприятиями и широким международным рынком. Предприятиям нужно лишь включить оплату интернет-оборудования, как начнется многосоставный сложный процесс от приема заказа, реализации товара, сбора материалов до логистики и оплаты платежей. Благодаря этой комплексной системе услуг, предоставляемой электронной коммерцией, предприятия не только сокращают затраты на операционные издержки на базовом этапе, но в то же время повышают эффективность организации производства, а также в значительной степени устраняют торговые трения между потребителями и хозяйствующими субъектами, выступая залогом здорового развития предприятий.

Изменение традиционной среды международной торговли.

Традиционная коммерческая деятельность уделяла особое внимание времени, месту, пространству и другим значимым условиям совершения торговых сделок, следовала простым торговым моделям, подразумевавшим личные встречи и равноправные связи. Электронная коммерция изменила традиционную среду международной торговли, перевела реальный процесс осуществления сделок в полностью виртуальный формат. Появление и развитие сетевых технологий привело к формированию интернет-сообщества, участвующего в электронных торговых операциях, а также предоставило обеим сторонам торговых сделок различные удобные платформы в виртуальном пространстве, например, платформы аутентификации и надзора, электронные платежные системы, логистические и информационно-сервисные платформы и т.д. Таким образом, стороны сделки больше не должны уделять особое внимание транзакционным издержкам, а могут концентрировать основное внимание на удовлетворении обоюдных потребностей, сокращая множество промежуточных звеньев и экономя на операционных издержек. В то же время с расширением международной торговли и развитием электронной коммерции виртуальная среда, связанная с бизнес-транзакциями, постепенно совершенствуется, обеспечивая механизмы новой коммерческой среды.

В последние годы правительство КНР и представители разных слоев общества уделяют значительное внимание развитию трансграничной электронной коммерции, рассматривая ее в качестве двигателя экономического развития Китая в новую эпоху, новых путей открытости внешнему миру и новых моделей промышленной трансформации. В течение нескольких лет Китай осуществлял непрерывное усовершенствование политической системы и обновление бизнес-моделей, в результате чего сформировались основы «систематизированных и всеобъемлющих» моделейрегулирования импорта розничных товаров в рамках трансграничной интернет-торговли, которые обеспечили благоприятные условия развития международной электронной коммерции Китая.

**Заключение**

Проведенное исследование позволило следать следующие выводы:

Строго говоря, экономическая глобализация - не совсем новое явление. Фактически, с тех пор, как в мире появился капитализм, начался процесс экономической глобализации. Глобализация экономики сопровождается экспансией капитализма в мире. Процесс экономической глобализации с конца 19 века до начала 20 века был прерван двумя мировыми войнами. С 1950-х по 1970-е годы страны постепенно снижали тарифы и торговые барьеры,и постепенно становились капиталистической глобальной экономикой с более высокой степенью экономической интеграции. После войны экономическая глобализация началась в 1980-х годах и постепенно ускорилась в 1990-х годах. Экономическая глобализация стала мировой тенденцией.

Экономическая глобализация характеризуется следующими особенностями: торговая глобализация; глобализация производства; Финансовая глобализация; экономическая глобализация характеризуется высоким уровнем проникновения и высокой взаимодополняемостью; экономическая глобализация очень рискованна.

С развитием экономической глобализации жизнь людей претерпела огромные изменения. Экономическая глобализация относится к тому факту, что с непрерывным развитием производства, ускорением развития науки и техники и растущей социализацией и интернационализацией производства, экономическая деятельность стран и регионов мира все больше выходит за рамки одной страны и региона. Электронный бизнес - это небольшой аспект, новый метод торговли, использующий электронную безбумажную метод. С развитием интернет-технологий космическое расстояние больше не может ограничивать деловые операции. Трансграничный электронный бизнес - это трансграничная платформа, основанная на интернет-технологиях и электронный бизнес, позволяющая субъектам транзакций в разных странах преодолевать космическое расстояние, завершать отбор товаров, заключать договоры, заключать сделки, совершать платежи на платформе и реализовывать товары с помощью трансграничной логистики. Таким образом полностью изменив традиционный процесс международных торговых транзакций.

Глобализация обеспечивает широкую платформу для электронного бизнеса, чтобы достигать «продавать» и «покупать» миру; глобальная торговля позволяет электронному бизнесу достичь мира; глобализация позволяет лучше распределять ресурсы.

Электронный бизнес может быть определен на широкое и узкое. К электронному бизнесу относят: - электронная коммерция; - электронные деньги; - электронный маркетинг; - электронный обмен информацией (EDI), - электронный банкинг,- электронные аукционыи так далее.

Основные модели электронного бизнеса включаются: B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer). Эти три типа являются наиболее важными, кроме того, еще есть B2G（Business to Government），O2O（Online To Offline），C2B （Consumer to Business）.

Из значения и истории развития электронного бизнеса видно, что электронный бизнес имеет следующие основные особенности: всеобщность, удобство, Целостность, безопасность, координация.

Влияние электронного бизнеса на социально-экономическое развитие отражено в следующих аспектах:

Во-первых, электронныйбизнес ускорила темпы перестройки и реструктуризации мировой экономической структуры. Во-вторых, электронный бизнес изменил способ работы рыночной экономики. В-третьих, электронный бизнес играет важную роль в содействии экономическому росту и высоко ценится государством. В-четвертых, влияние электронной коммерции на производственные предприятия. В-пятых, электронной бизнес изменил образ жизни и потребления людей. В-шестых, онлайн-платежи являются ключевым звеном и базовым условием беспрепятственного развития электронногобизнеса. В-седьмых, влияние электронной коммерции на правительство. Правительство несет ответственность за социальных, экономических, политических и культурных управлений и обслуживаний. В целом, электронныйбизнес беспрецедентную революцию. Его влияние на социальную экономику намного превзойдет сам бизнес, а также окажет огромное влияние на методы ведения бизнеса, правовые системы и культурное образование.

Можно сказать, что электронный бизнес является внутренним стержнем развития экономической глобализации, он обеспечивает более прочную и быструю связь предприятий о всему миру, он полностью изменил всю современную мировую торговлю.

**Список литературы:**

1. 阿兰·鲁格曼.全球化的终结[M].北京：中央编译出版社，2000. 1-9 Алан Ругерман. Конец глобализации [М.]. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000.с. 1-9
2. Ашванян С.К. Экономическая глобализация и задачи России / С.К.Ашванян, Н.В.Осокин // Вестн. НГУ. 2013. Вып.2. - С.128-133.
3. Бабенко Л. К. Новые технологии электронного бизнеса и безопасности / Л. К. Бабенко, В. А.Быков, О. Б. Макаревич, О. Б. Спиридонов. - М.: Радио и связь. - 2001. - 376 с .
4. Балабанов И.Т. Электронная коммерция.- СПб.:Питер, 2001.- 274 с.
5. Богомолов О.Т. Анатомия глобальной экономики: Учебное пособие. - К.: Академкнига - 2004 -с. 199-202
6. 王列，杨雪冬.全球化与中国[M].北京：中央编译出版社，1998. 72-75页 Ван Ли, Ян Сюэдун. Глобализация и Китай. Пекин: Центральная компиляция пресс, 1998. с.72-75
7. 贡德·弗兰克.白银资本：重视经济全球化中的东方[M].北京：中央编译出版社，2000. 22-26页 Гонд Фрэнк. Серебряная столица: акцент на востоке в экономической глобализации. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000. с.22-26
8. «社会学»安东尼·吉登斯. 北京大学出版社, 2005年. 39-54页，551-554页Гидденс Э. Социология. Пекин: Издательство Пекинского университета, 2015. C. 39-54；551-554.
9. «社会学» 戴维·波普诺著；李强等译. 北京: 中国人民大学出版社，2007. 148-151页，570-571页 Дэвид Поппер «Социология». Пекин: издательство China Renmin University Press, 2007. с.148-151, 570-571.
10. Дик В.В., Лужнецкий М.Г, Родионов А.Э. Электронная коммерция.- М.: Московская финансово-промышленная академия, 2005.51c., 73 с., 86 с., 141 с.
11. «网络社会的崛起»曼纽尔·卡斯特/王志宏译.北京:社会科学出版社,2001年.256, 569-570页 Кастельс М. Возникновение сетевого общества/ Перевод Ван Чжихуна. Пекин: Академическая пресса общественных наук, 2001. C. 256, 569-570
12. Калинина А. Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция: Учеб. пособие для студентов вузов / А. Э. Калинина - Волгоград: Изд-во Волгогр. гос. ун-та, 2004. - 146 с.
13. Климонова А. Н., Трибунская У. Г. Особенности и этапы развития электронного бизнеса в России // Социально-экономические явления и процессы. №12(058),2013. С. 61–64.
14. 里斯本小组.竞争的极限：经济全球化与人类未来[M].北京：中央编译出版社，2000. 50-51页 Лиссабонская группа. Пределы конкуренции: экономическая глобализация и будущее человечества [М.]. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000. с.50-51
15. Медведев В. Глобализация экономики // Мировая экономика и междунар. отношения. - 2011. - N 2. - С.3-10. 8
16. «经济社会学手册»（第二版）斯梅尔瑟,斯威德伯格/罗教讲,张永宏译.北京:华夏出版社.2009.830页. Нейл Смелзер, Ричард Сведберг. Справочник по экономической социологии (Второе издание) / Перевод Ло Цзяоцзян, Чжан Йонгхонь. Пекин: Издательский Дом Хуа Ся.2009. – 830с.
17. Петров А. В. Глобализация экономики: социальные и политические аспекты. - СПБ.:Изд-во С.- Петер. ун-та, 2009. -198 с. с13
18. Смирнов, С. Электронный бизнес./ С. Смирнов - М.: ДМК Пресс, 2003. - 240 с.- ISBN 5-94074-199-1.
19. 曲永栋，邢金山，朱村长主编. 网点运营理论与实操.[M]. 北京；中国农业科学技术出版社，2016.08.第2页 Цюй Юндун, Син Цзиньшань, Чжу Цуньчан, редактор. Теория и практика работы сети. [М]. Пекин; Китайская сельскохозяйственная наука и пресса, 2016.08. с. 2
20. 陈平，王成东编. 管理信息系统[M]. 北京：北京理工大学出版社, 2013.08. 第196页 Чэнь Пин, Ван Чэндун. Информационная система управления [М]. Пекин: Пекинский институт технологической печати, 2013.08. с. 196
21. Эймор Д. Электронный бизнес. Эволюция и/или Революция.- М.: Вильямс, 2001. - 320с.
22. UNCTAD.Informational Encounter on International Governance:Trade in a Globalization World Economy[M].Jakarta:Indonesia,1991. с.19-20

**Интернет- ресурсы:**

1. «2017年世界电子检测报告».中国国际电子商务研究中心研究院. Всемирный отчет по электронной коммерции за 2017 год. Научно-исследовательский институт Международного центра электронной торговли Китая. [Электронный ресурс] URL:http://www.ec.com.cn/article/zhlt/swblh/201804/27259\_1.html?from=singlemessage
2. Деньги и Интернет: эволюция поведения потребителей в России // DataInsight. [Электронный ресурс] URL: <http://www.datainsight.ru/sites/default/files/DI_PayPal_PaymentEvolution_2015_rus.pdf>
3. 翟芳玲：《论经济全球化趋势与中国的对策》，《中共济南市委党校学报》2000年第2期。 Ди Фанлин: «О тенденциях экономической глобализации и контрмерах Китая», журнал партийной школы КПК муниципального комитета Цзинаня, № 2, 2000 г. [Электронный ресурс] URL: http://www.wanfangdata.com.cn/details/detail.do?\_type=perio&id=zgjnswdxxb200002008
4. 刘伟江.浅谈电子商务对经济的影响[J].经济视角,2002(12). Лю Вэйцзян. Обсуждение влияния электронной торговли на экономику [J]. Экономические перспективы, 2002 (12). [Электронный ресурс] URL:http://www.cqvip.com/qk/82580X/200212/7413495.html
5. 李 宗：《进入21世纪的世界大趋势》，《理论视野》2000年第2期 Ли Цзун: «Мировые тренды в 21 веке», «Теоретическое видение», № 2, 2000. [Электронный ресурс] URL:http://www.hndx.gov.cn/index.php?c=article&id=685
6. 李宏瑾 试论经济全球化的实质、争论的根源及对中国的启示[J]；东北亚论坛；2001年04期 Ли Хунвэя Взгляд на сущность экономической глобализации, корни спора и его просвещение в Китае [J]; Форум по Северо-Восточной Азии; 2001-04 [Электронный ресурс] URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-DBYL200104020.htm
7. 李利军. 《浅议电子商务对当代社会的影响》《云南经济日报》2003.07.30 Ли Лицзюнь. «О влиянии электронной коммерции на современное общество», Yunnan Economic Daily, 2003.07.30 [Электронный ресурс] URL: http://ynjjrb.yunnan.cn/node\_14389.htm
8. 罗肇鸿 世界经济全球化一体化与制度创新[J]；世界经济；1995年10期 Ло Юйхун Интеграция мировой торговли и системная инновация [J]; Мировая экономика; 1995-10 [Электронный ресурс] URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-SJJJ510.001.htm
9. 刘昌黎 经济全球化新论[J]； 财经问题研究 2003年05期 Лю Чанли Новая теория экономической глобализации [J]; Исследование по финансовым и экономическим вопросам 2003-05 [Электронный ресурс] URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-CJWT200305005.htm
10. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司 1-5页 Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.1-5 [Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml
11. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute. С.13-17 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf
12. 蒲淳：《积极应对新世纪我国面临的三大挑战》，《求是》2000年第24期。 Пу жунь: «Ответ на три вызова, с которыми Китай столкнулся в новом веке», «В поисках истины», № 24, 2000 [Электронный ресурс] URL: http://www.qstheory.cn/qs/mulu.htm
13. Рынок интернет - торговли в России (Результаты 2017 года) с.12-15 [Электронный ресурс] URL:https://www.akit.ru/wp-content/uploads/2018/.../Итоги-2017-АКИТ-финал-1.pdf
14. Рейтинг ТОП - 100 крупнейших интернет - магазинов России [Электронный ресурс] URL: <https://www.top100.datainsight.ru>
15. 吴欣：《融入经济全球化潮流》，《人民日报》2000年2月1日。 У Синь: «Интеграция в тенденцию экономической глобализации», People's Daily, 1 февраля 2000 [Электронный ресурс] URL:http://www.people.com.cn/rmrb/200002/01/newfiles/wzb\_20000201001012\_1.html
16. 姜桂石，刘会清 经济全球化、区域化与发展中国家的对策 内蒙古民族大学学报（社会科学版）2004年4月 第30卷第2期 Цзян Гуйши, Лю Хуэйцин Экономическая глобализация, регионализация и меры противодействия развивающихся стран. Журнал Университета Национальных Монголий (издание по общественным наукам), апрель 2004 г. Том 30, выпуск 2 [Электронный ресурс] URL:http://202.121.129.208/zhengzhi/chapter/papers/18/15.pdf
17. 褚鸣：《趋势与现实——论经济全球化的负面影响》，《国外社会科学》1999年第6期。 Чу Мин: «Тенденции и реальность - о негативном влиянии экономической глобализации», Foreign Social Science, № 6, 1999 [Электронный ресурс] URL: <http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-GWSH199906011.htm>
18. 赵忠秀 《世界经济转型与中国》，《国际展望》2014年第5期 9月15日出版 Чжао Чжунсю, «Мировая экономическая трансформация и Китай», International Outlook, 2014, выпуск 5, 15 сентября [Электронный ресурс] URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-GJZW201405001.htm
19. 张贡生 经济全球化问题研究综述[J]；财经政法资讯；2002年01期 Чжан Гуншэна Исследование по экономической глобализации [J]; Финансовая и политическая наука и информация; 2002-01 [Электронный ресурс] URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTOTAL-CZZF200201009.htm
20. 张谊浩陈柳钦 当代西方经济全球化理论解读 中国发展2004年第4期 Чжан Ихао, Чен Люцинь Интерпретация современной западной экономической теории глобализации Развитие Китая 2004 № 4 [Электронный ресурс] URL:http://www.chinadevelop.com.cn/jjyjr/201501/P020150518524992981145.pdf
21. E-commerce and Development: Key Trends and Issues // World Trade Organization. [Электронный ресурс] URL: https://www.wto.org/english/tratop\_e/devel\_e/wkshop\_apr13\_e/fredriksson\_ecommerce\_e.pdf
22. 世界银行数据库 IMF：WEODatabase，Oct.2010
23. IMF. IMF Survey. Washington, DC. 1996, 1 July.
24. PayPal Cross - Border Consumer Research 2016 - Ipsos [Электронный ресурс] URL:https://www.ipsos.com/sites/default/files/migrations/en-uk/files/Assets/Docs/Polls/ipsos-paypal-cross-border-consumer-research-2016.pdf

1. «2017年世界电子检测报告».中国国际电子商务研究中心研究院.

   Всемирный отчет по электронной коммерции за 2017 год. Научно-исследовательский институт Международного центра электронной торговли Китая. [Электронный ресурс] URL:http://www.ec.com.cn/article/zhlt/swblh/201804/27259\_1.html?from=singlemessage [↑](#footnote-ref-0)
2. Петров А. В. Глобализация экономики: социальные и политические аспекты. - СПБ.:Изд-во С.- Петер. ун-та, 2009. -198 с. с13 [↑](#footnote-ref-1)
3. «网络社会的崛起»曼纽尔·卡斯特/王志宏译.北京:社会科学出版社,2001年.256, 569-570页

   Кастельс М. Возникновение сетевого общества/ Перевод Ван Чжихуна. Пекин: Академическая пресса общественных наук, 2001. C. 256, 569-570 [↑](#footnote-ref-2)
4. UNCTAD.Informational Encounter on International Governance:Trade in a Globalization World Economy[M].Jakarta:Indonesia,1991. с.19-20 [↑](#footnote-ref-3)
5. IMF. IMF Survey. Washington, DC. 1996, 1 July. [↑](#footnote-ref-4)
6. 里斯本小组.竞争的极限：经济全球化与人类未来[M].北京：中央编译出版社，2000. 50-51页

   Лиссабонская группа. Пределы конкуренции: экономическая глобализация и будущее человечества [М.]. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000.с.50-51 [↑](#footnote-ref-5)
7. 阿兰·鲁格曼.全球化的终结[M].北京：中央编译出版社，2000. 1-9页

   Алан Ругерман. Конец глобализации [М.]. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000.с. 1-9 [↑](#footnote-ref-6)
8. 蒲淳：《积极应对新世纪我国面临的三大挑战》，《求是》2000年第24期。

   Пу жунь: «Ответ на три вызова, с которыми Китай столкнулся в новом веке», «В поисках истины», № 24, 2000 [Электронный ресурс] URL: http://www.qstheory.cn/qs/mulu.htm [↑](#footnote-ref-7)
9. 吴欣：《融入经济全球化潮流》，《人民日报》2000年2月1日。

   У Синь: «Интеграция в тенденцию экономической глобализации», People's Daily, 1 февраля 2000 [Электронный ресурс]URL:http://www.people.com.cn/rmrb/200002/01/newfiles/wzb\_20000201001012\_1.html [↑](#footnote-ref-8)
10. 褚鸣：《趋势与现实——论经济全球化的负面影响》，《国外社会科学》1999年第6期。

    Чу Мин: «Тенденции и реальность - о негативном влиянии экономической глобализации», Foreign Social Science, № 6, 1999 [Электронный ресурс]URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-GWSH199906011.htm [↑](#footnote-ref-9)
11. 贡德·弗兰克.白银资本：重视经济全球化中的东方[M].北京：中央编译出版社，2000. 22-26页

    Гонд Фрэнк. Серебряная столица: акцент на востоке в экономической глобализации. Пекин: Центральная компиляция пресс, 2000. с.22-26 [↑](#footnote-ref-10)
12. 王列，杨雪冬.全球化与中国[M].北京：中央编译出版社，1998. 72-75页

    Ван Ли, Ян Сюэдун. Глобализация и Китай. Пекин: Центральная компиляция пресс, 1998. с.72-75 [↑](#footnote-ref-11)
13. 李 宗：《进入21世纪的世界大趋势》，《理论视野》2000年第2期。

    翟芳玲：《论经济全球化趋势与中国的对策》，《中共济南市委党校学报》2000年第2期。

    Ли Цзун: «Мировые тренды в 21 веке», «Теоретическое видение», № 2, 2000.  
    Ди Фанлин: «О тенденциях экономической глобализации и контрмерах Китая», журнал партийной школы КПК муниципального комитета Цзинаня, № 2, 2000 г.[Электронный ресурс]URL:http://www.wanfangdata.com.cn/details/detail.do?\_type=perio&id=zgjnswdxxb200002008 [↑](#footnote-ref-12)
14. 世界银行数据库；IMF：WEODatabase，Oct.2010 [↑](#footnote-ref-13)
15. Часы мирового долга показывают глобальный показатель для всех (или почти всех) государственных долгов в долларовом выражении. [↑](#footnote-ref-14)
16. 赵忠秀 《世界经济转型与中国》，《国际展望》2014年第5期 9月15日出版

    Чжао Чжунсю, «Мировая экономическая трансформация и Китай», International Outlook, 2014, выпуск 5, 15 сентября[Электронный ресурс]URL:http://www.cnki.com.cn/Article/CJFDTotal-GJZW201405001.htm [↑](#footnote-ref-15)
17. ИКТ -- собирательного названия отраслей микроэлектроники, компьютерной техники и телекоммуникаций. [↑](#footnote-ref-16)
18. 陈平，王成东编. 管理信息系统[M]. 北京：北京理工大学出版社, 2013.08. 第196页

    Чэнь Пин, Ван Чэндун. Информационная система управления [М]. Пекин: Пекинский институт технологической печати, 2013.08. с. 196 [↑](#footnote-ref-17)
19. к ним относятся телеграф, телефон, радио, телевидение, факс, компьютер, компьютерная сеть, мобильная связь и т. д. [↑](#footnote-ref-18)
20. 曲永栋，邢金山，朱村长主编. 网点运营理论与实操.[M]. 北京；中国农业科学技术出版社，2016.08.第2页

    Цюй Юндун, Син Цзиньшань, Чжу Цуньчан, редактор. Теория и практика работы сети. [М]. Пекин; Китайская сельскохозяйственная наука и пресса, 2016.08. с. 2 [↑](#footnote-ref-19)
21. 刘伟江.浅谈电子商务对经济的影响[J].经济视角,2002(12).

    Лю Вэйцзян. Обсуждение влияния электронной торговли на экономику [J]. Экономические перспективы, 2002 (12).[Электронный ресурс]URL:http://www.cqvip.com/qk/82580X/200212/7413495.html [↑](#footnote-ref-20)
22. 李利军. 《浅议电子商务对当代社会的影响》《云南经济日报》2003.07.30

    Ли Лицзюнь. «О влиянии электронной коммерции на современное общество», Yunnan Economic Daily, 2003.07.30 [Электронный ресурс] URL: http://ynjjrb.yunnan.cn/node\_14389.htm [↑](#footnote-ref-21)
23. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute. С.16 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf [↑](#footnote-ref-22)
24. Рынок интернет - торговли в России (Результаты 2017 года) с.12 [Электронный ресурс] URL:https://www.akit.ru/wp-content/uploads/2018/.../Итоги-2017-АКИТ-финал-1.pdf [↑](#footnote-ref-23)
25. Там же. [↑](#footnote-ref-24)
26. Там же. [↑](#footnote-ref-25)
27. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute. С.16 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf [↑](#footnote-ref-26)
28. Там же. С.17 [↑](#footnote-ref-27)
29. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute с.17 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf [↑](#footnote-ref-28)
30. PayPal Cross - Border Consumer Research 2016 - Ipsos [Электронный ресурс] URL:https://www.ipsos.com/sites/default/files/migrations/en-uk/files/Assets/Docs/Polls/ipsos-paypal-cross-border-consumer-research-2016.pdf [↑](#footnote-ref-29)
31. Рынок интернет - торговли в России (Результаты 2017 года) с.15 [Электронный ресурс] URL:https://www.akit.ru/wp-content/uploads/2018/.../Итоги-2017-АКИТ-финал-1.pdf [↑](#footnote-ref-30)
32. Рейтинг ТОП - 100 крупнейших интернет - магазинов России [Электронный ресурс] URL: https://www.top100.datainsight.ru [↑](#footnote-ref-31)
33. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute. с.13 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf [↑](#footnote-ref-32)
34. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司 1页

    Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.1 [Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml [↑](#footnote-ref-33)
35. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司2页

    Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.2[Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml [↑](#footnote-ref-34)
36. Отчет о развитии электронной коммерции БРИКС 2018. Alibaba Institute. с.15 [Электронный ресурс] URL:https://i.aliresearch.com/img/20180727/20180727225332.pdf [↑](#footnote-ref-35)
37. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司2-3页

    Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.2-3[Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml [↑](#footnote-ref-36)
38. Там же. с.3 [↑](#footnote-ref-37)
39. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司4页

    Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.4[Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml [↑](#footnote-ref-38)
40. Там же. С.4 [↑](#footnote-ref-39)
41. Там же. С.5 [↑](#footnote-ref-40)
42. «中国电子商务报告（2017）». 中国商务部电子商务和信息化司4页

    Отчет об электронной торговле в Китае (2016). Отдел электронной коммерции и информационных технологий, Министерство торговли КНР с.4[Электронный ресурс] URL:http://http://dzsws.mofcom.gov.cn/article/ztxx/ndbg/201805/20180502750562.shtml [↑](#footnote-ref-41)
43. 11 ноября – день холостяков в Китае, современный праздник, посвящённый людям, не состоящим в браке. В последние годы сложилась тенденция, что к этому празднику многие китайские торговые центры начали приурочивать свои распродажи. И сегодня 11 ноября в Китае стал сродни знаменитой американской «чёрной пятнице» [↑](#footnote-ref-42)