

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.069

Электронная торговля как фактор развития трансграничного взаимодействия экономических агентов России и Китая

Эков Кирилл Евгеньевич

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690091, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: ekov@mail.ru

Яковенко Дарья Андреевна

Студент,
Дальневосточный федеральный университет,
690091, Российская Федерация, Владивосток, ул. Суханова, 8;
e-mail: ekov@mail.ru

Аннотация

Главной проблемой современной международной экономической системы является усиление тенденции к индивидуализации продаж, а именно: появление необходимости поставки конкретного товара или услуги потребителю на определенном уровне расходов. Электронная торговля является важным инструментом достижения данной цели, ведь позволяет организовать контакты с поставщиками и потребителями в гибкой форме с использованием наиболее эффективных и быстрых методов связи. Основой развития электронной торговли является активизация использования населением информационно-коммуникационных технологий и сети Интернет в глобальном масштабе. Распространение сети Интернет, увеличение количества ее пользователей стимулировало развитие региональной и мировой электронной торговли. Однако различные уровни социально-экономического развития, качество инфраструктурных объектов имели значительное влияние на внедрение механизмов электронной торговли в системе экономических отношений стран мира, в том числе и во взаимодействиях между Россией и Китаем. Исследование особенностей и определение общих тенденций развития международной электронной торговли позволит спрогнозировать ее дальнейшую трансформацию и установить базовые детерминанты, влияющие на ее становление.

Для цитирования в научных исследованиях

Эков К.Е., Яковенко Д.А. Электронная торговля как фактор развития трансграничного взаимодействия экономических агентов России и Китая // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. Том 9. № 10А. С. 610-620. DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.069

Ключевые слова

Электронная торговля, Китай, Россия, экономические агенты, трансграничное взаимодействие.

Введение

Главной проблемой современной международной экономической системы является усиление тенденции к индивидуализации продаж, а именно: появление необходимости поставки конкретного товара или услуги потребителю на определенном уровне расходов. Электронная торговля является важным инструментом достижения данной цели, ведь позволяет организовать контакты с поставщиками и потребителями в гибкой форме с использованием наиболее эффективных и быстрых методов связи. Основой развития электронной торговли является активизация использования населением информационно-коммуникационных технологий и сети Интернет в глобальном масштабе. По данным Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), по состоянию на начало 2018 года количество пользователей Интернет превышает 2 млрд человек, при этом более 20% от общего количества населения Китая, 10,1% – населения России.¹

В течение последних трех лет количество пользователей глобальной сети в России увеличилось на 19,1%, а в Китае – почти в 4 раза [Ситникова, Карицкая, 2018], что свидетельствует о повышении интереса населения развивающихся стран до инновационных инструментов распространения информации и к активному привлечению информационно-коммуникационных технологий в различные сферы собственной жизни. Необходимо отметить, что именно развивающиеся страны демонстрируют динамичные темпы роста показателей распространения Интернета среди населения. Так, в Дальневосточной области России за период 2010-2017 гг. количество пользователей сети увеличилось в 7 раз, в Центральной части России – в 4 раза, в приграничных районах с Китаем – в 3 раза [Лысиков, www]. Несмотря на то, что количество пользователей значительной части стран с развивающейся и транзитной экономикой не превышает 30% от общего количества населения, этот показатель постепенно увеличивается, что дает возможность сделать вывод о охват глобальной сетью населения всего мира в течение следующих 10-15 лет. Таким образом, масштабы охвата экономической системы новыми формами ведения бизнеса будут продолжать увеличиваться, что положительно отразится на объемах электронной торговли и ее структуре.

Основная часть

Анализ развития электронной торговли на международном уровне связан с определенными сложностями, главной из которых является лингвистические особенности. Электронная торговля, как электронная коммерция и электронный бизнес сформировались в США, что послужило причиной использования в международных актах и соглашениях, таких, например, как «UNCITRAL Model Law on Electronic Commerce», английского термина «e-commerce».

Таким образом, на международном уровне не существует определения понятия электронной торговли как самостоятельной формы ведения бизнеса, а, следовательно, и анализ ее осуществляется фрагментарно в рамках установления особенностей развития электронной коммерции. Электронная торговля входит в такой сектор электронной коммерции, как «Business-to-Consumer» (B2C), оцениваемый UNCTAD каждый год.

UNCTAD B2C E-commerce Index, для России и Китая включает оценку таких показателей,

¹ Malovychko, S. / Economic Annals-XXI (2018), 7-8(1) 17-19

как: доля населения, использующего услуги доставки почты до дома; доля населения, пользующаяся кредитными картами (15+); доля пользователей сети Интернет и количество безопасных серверов на миллион населения. В 2018 году первое место в рейтинге занял Люксембург, характеризуется наиболее высокими показателями безопасности использования глобальной сети. В первой десятке стран по уровню развития B2C E-commerce также оказались Норвегия, Финляндия, Канада, Германия, Республика Корея и Израиль. США занимают 15-е место в рейтинге, Россия – 50, Китай – 65 [Чудодеев, www]. Однако необходимо отметить, что данный индекс охватывает преимущественно инфраструктурный аспект развития электронной торговли и не позволяет определить дальнейшие тенденции ее развития, как экономического явления.

Возникает необходимость введения научно-методического подхода к исследованию траектории и особенностей развития электронной торговли на международном уровне. Такой подход будет включать анализ показателей по трем блокам:

Блок 1 – инфраструктурный (показатели обеспеченности населения и хозяйственных единиц коммуникационными технологиями и доступом к глобальной сети);

Блок 2 – экономический (оценка объемов электронной торговли, количество покупателей через Интернет, ассортимент);

Блок 3 – правовой (уровень нормативно-правового обеспечения функционирования субъектов рынка электронной торговли, наличие правил, регламентирующих права и обязанности сторон соглашения, заключенного в режиме online).

Особенностью электронной торговли является ее масштабность: на международном электронном рынке осуществляется значительное количество торговых сделок и различных торговых процедур в условиях отсутствия физических ограничений. Такие условия требуют от предпринимателей повышенного уровня контроля собственной деятельности, что может быть реализовано только за счет внедрения инновационных компьютерных технологий и автоматизированных инструментов аудита. На начало 2018 года, по данным ЮНКТАД, наибольшие расходы на компьютерное оборудование и соответствующее программное обеспечение предприятий характерны для таких стран, как Китай (51,3% от общего объема расходов на информационно-коммуникационное обеспечение; 3,2% от ВВП страны), Россия (45,4% от общего объема расходов на информационно-коммуникационное обеспечение; 3,2% от ВВП страны) и США (45,1% от общего объема расходов на информационно-коммуникационное обеспечение; 3,3% от ВВП страны) [там же].

Основными отраслями применения компьютерных технологий и использования сети Интернет предприятиями России и Китая, является получение разнообразной информации от общественных организаций (до 90% предприятий), интернет-банкинг (до 100% предприятий), взаимодействие с различными государственными органами власти (до 90% предприятий), продвижение потребительских товаров и услуг (до 50% предприятий), а также обучение персонала (до 40% предприятий) [Лысиков, www].

При этом для продажи товаров через информационно-коммуникационные технологии по данным ЮНКТАД используют в основном развивающиеся страны, в то время как развитые страны предпочитают банкинг и взаимодействия друг с другом и с другими субъектами экономической и политической деятельности. Так, в Китае для продажи товаров Интернет используют до 50% предприятий, в России – до 45%.

На сегодня именно развивающиеся страны являются ведущими производителями товаров, которым потребители предпочитают в условиях приобретения их в режиме online. Объемы

электронной торговли стабильно увеличиваются, так же как увеличивается и количество пользователей сети Интернет и предприятий, активизируется использование передовых информационно-коммуникационных технологий в своей деятельности.

Таблица 1 - Торговый оборот (импорт) России и Китая 2015-2018 годов²

Товары и товарные группы	Репортер (отчитывающийся)	Торговый партнер	Торговый поток	Показатель	2015	2016	2017	2018
TOTAL. Все товары	Россия	Китай	Импорт	Стоимость (млн. долл. США)	35 199,26	38 086,99	48 373, 35	52 217, 63
		Макао, Китай	Импорт	Стоимость (млн. долл. США)	2,73	4, 18	0,62	0,43

Так, в соответствии с данными [Потапенко, 2018] если в 2014 году объем электронной торговли составлял лишь 2,2% от объемов продаж в рамках традиционной торговли, то в 2018 году этот показатель увеличился более чем в 2 раза до 1,4 трлн. дол., что составляет 3,7% от объемов традиционной торговли. Необходимо отметить, что темпы роста электронной торговли являются более динамичными по сравнению с ростом объемов традиционной торговли. В связи с замедлением темпов роста мировой экономики в целом в посткризисном периоде, темпы роста объемов традиционной торговли хотя и являются положительными, но очень низкими – в 2017 году менее 1% по сравнению с 2016 годом. В то время, как объемы электронной торговли стабильно увеличиваются ежегодно более чем на 10%.

Прогнозируется, что в 2019 году этот показатель достигнет значения 1,92 трлн. дол. Также растет удельный вес электронной торговли в общем объеме торговли – в течение четырех лет показатель увеличился с 2,2% до 3,7%, что свидетельствует о быстром распространении новейших форм ведения бизнеса и активизацию их внедрения в хозяйственную деятельность. Экспертами определяется, что в ближайшее время электронная торговля будет играть значительную роль в формировании ВВП страны. Так, если в 2014 году объемы электронной торговли составляют 0,92% от общемирового ВВП, то в 2018 году этот показатель составит 1,61% [там же].

По состоянию на начало 2018 года в мире, по данным ЮНКТАД, насчитывалось 1079,6 млн покупателей, которые осуществляли покупки в пределах B2C E-commerce, при этом 56% покупателей – граждане десяти таких стран, как Китай, США, Япония, Германия, Великобритания, Россия, Корея, Франция, Бразилия и Канада [Лысиков, www].

Прослеживается тенденция, что в странах с наибольшим количеством потребителей продукции в рамках электронной торговли средняя стоимость покупок меньше, в то время как в странах, таких как Великобритания и Япония стоимость покупок значительно выше, хотя количество показателей в несколько раз меньше, чем в Китае и России. Основой такой особенности электронной торговли является то, что в развитых странах уровень доверия к такой

² По официальным данным агентства TrendEconomy

форме продаж значительно выше из-за наличия соответствующих регулирующих актов, а также в связи с тем, что темпы развития электронного бизнеса в таких странах значительно выше. Таким образом, в то время, как в развитых странах электронная торговля только набирает обороты, привлекая к рынку большое количество пока неуверенного в надежности приобретения ценного товара online населения, в развитых странах все большее внимание потребителей уделяется дорогостоящим товарам.

Таблица 2 - Торговый оборот (экспорт) между Россией и Китаем за 2015-2018 годы³

Товары и товарные группы	Репортер (отчитывающийся)	Торговый партнер	Торговый поток	Показатель	2015	2016	2017	2018
TOTAL. Все товары	Россия	Китай	Экспорт	Стоимость (млн. долл. США)	28 334,95	28 021,25	37 524,51	56 019,90
		Макао, Китай	Экспорт	Стоимость (млн. долл. США)	1,13	0,61	0,04	

Среди наиболее популярных товаров электронной торговли, выделяется группа «программное обеспечение, книги, музыка», которая охватывает 26% рынка, а ежегодные продажи составляют по оценкам экспертов 37,05 млрд долл.⁴.

Значительную долю рынка занимают также электроника и разнообразную одежду – 16% и 13% соответственно при ежегодных продажах более 20 млрд долл.; 8% рынка охватывают товары для здоровья, красоты и пищевые продукты и напитки (11,4 млрд долл. на год), 7% – игрушки, видео игры и спортивные товары (9,97 млрд долл. на год); и 3% – мебель и различные инструменты (4,27 млрд долл. год) [Лысиков, www]. Такая структура покупок обусловлена прежде всего наличием на электронном рынке таких выдающихся игроков, как «Amazon» и «eBay», которые на сегодня являются одними из наиболее крупных и успешных предприятий отрасли электронного бизнеса; ассортимент охватывает в основном первые три категории наиболее популярных товаров.

³ По официальным данным агентства TrendEconomy

⁴ Согласно официальной статистике UNCTAD

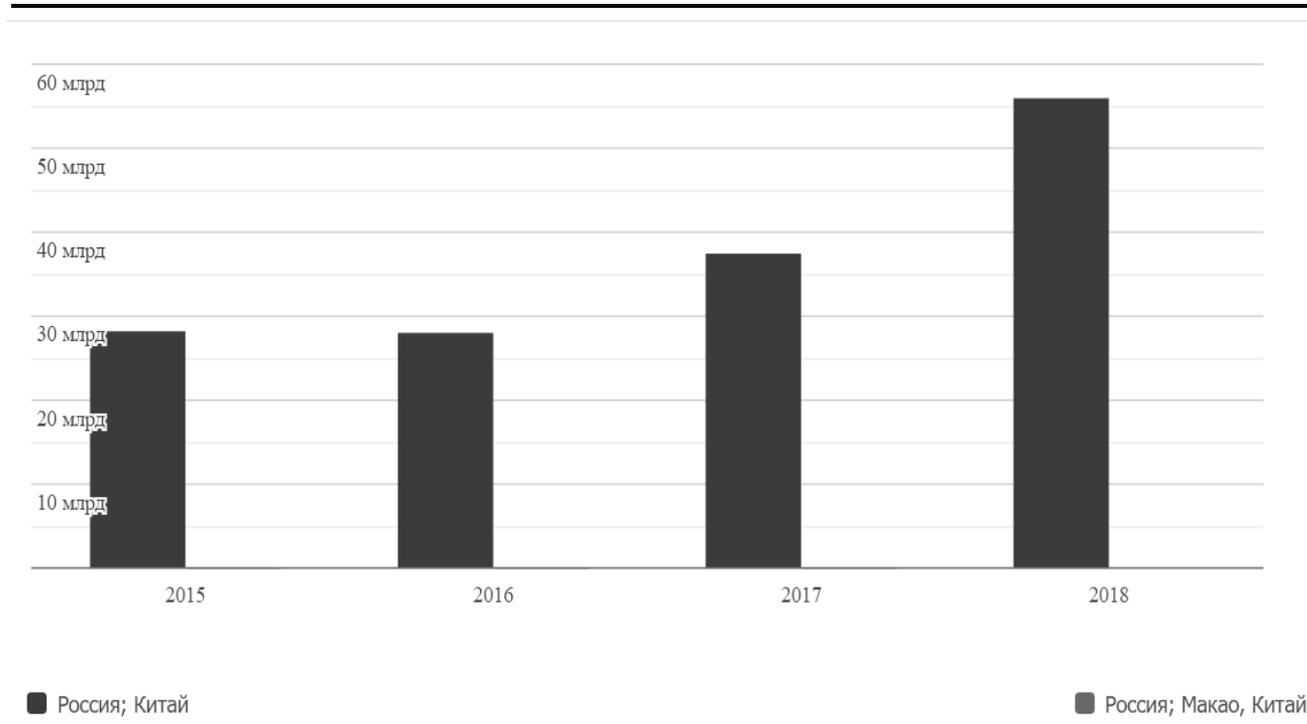


Рисунок 1 - Годовой поток экспорта из России в Китай, в млрд. долларов за период 2015-2018 годы⁵

Так, ежегодная прибыль «Amazon» составляет 61 млрд долл., «eBay» – 14 млрд долл. Среди других выдающихся игроков рынка можно отметить компанию «Staples» (США) с ежегодной прибылью 11 млрд долл., «Rakuten» (Япония) с прибылью 4,7 млрд долл. и «Wal-Mart» (США) с прибылью 10 млрд долл. [Потапенко, 2018].

Важным аспектом развития электронной торговли остается нормативно-правовое обеспечение ее функционирования. Создание правового обеспечения отношений в пределах электронного бизнеса на уровне международных организаций и большинства стран мира началось в 90-х годах XX века [там же]. Сегодня в мире 74,7% стран имеют законодательную базу, регулирующую осуществление электронных транзакций, 55,2% стран имеют законодательство, которое обеспечивает охрану конфиденциальности и защите личных данных пользователей, и только 47,4% страны пользуются правовыми актами, в которых закреплены права и особенности юридической защиты потребителей при нарушениях соглашения электронной торговли. В развитых странах законодательная база функционирования электронной торговли является наиболее развитой: в 97,6% стран существуют необходимые нормативно-правовые акты, регулирующие осуществление электронных операций, и обеспечивают защиту персональных данных, а 85,7% стран имеют необходимое правовое основание для защиты прав потребителей на электронном рынке. Наименьшие показатели относительно правового обеспечения функционирования электронной торговли имеют страны Африки (лишь 40% стран имеют необходимую законодательную базу) и страны Азии (в частности, Китай), где 72,9% стран имеют нормативно-правовые акты, регламентирующие осуществление электронных операций, однако лишь 37,5% государств могут гарантировать

⁵ По официальным данным агентства TrendEconomy

защиту прав потребителей и 29,2% – защита персональных данных [там же].

Инновационное развитие экономики зависит от направленности общества к информационному. В программных документах развития России говорится об обеспечении благоприятных условий для создания информационного общества и укрепления торговых отношений с Китаем. Основное направление инноваций в секторе торговли – перемещение коммерческой деятельности в интернет-пространство. С учетом прогрессивного развития веб- и интернет-технологий электронная коммерция стремительно наращивает объемы в мировом масштабе и формируется как отдельная отрасль экономики.

Современное информационное общество характеризуется рядом признаков, таких как глобализация, обострение конкуренции, быстрая смена технологий, что вносит коррективы в традиционное понимание принципов ведения хозяйства. В ближайшем будущем большинство предприятий используют в своей деятельности информационные технологии.

Сейчас глобальная сеть Интернет стремительно интегрируется во все области хозяйственной деятельности, обеспечивая реализацию бизнес-процессов предприятия в глобальной электронной среде. Именно интернет становится бизнес-средой, в котором постоянно совершаются электронные транзакции с помощью средств ИКТ. Это способствует ускорению оборота капитала предприятия и повышению рентабельности бизнеса, распространению веб-представительства компаний.

Организационно-экономические модели электронной коммерции можно отразить через объекты и субъекты взаимодействия. На рынке электронной коммерции выделяют следующие объекты: государственное учреждение, предприятие, потребитель [Чудодеев, www].

На основании вида взаимодействия объектов системы электронной коммерции условно различают такие типы:

1) B2B (бизнес – бизнесу) – взаимодействие бизнес-структур в сфере электронной коммерции (предоставление маркетинговых, информационных услуг через интернет, интернет-тендеры, продажа оборудования для бизнеса);

2) B2G (бизнес – государству) – взаимодействие государства и бизнес-структур (разнообразные электронные решения, которые предлагают предприниматели государственной власти, например: Мосбиржа является электронным рынком для федерального правительства РФ, PowerTrust.com – электронный оператор на энергетическом рынке США, StateGovCenter.com – электронный рынок, на котором местные органы власти закупают необходимую продукцию);

3) B2C (бизнес – клиенту) – система электронной торговли, ориентированная на конечного потребителя (интернет-магазины розничной торговли);

4) C2C (клиент – клиенту) – система электронной коммерции, которая формируется на основе взаимодействия покупателей между собой (пример – интернет-аукцион ebay, авито);

5) G2B (государство – бизнесу) – набор программных и аппаратных средств для взаимодействия онлайн исполнительной власти и коммерческих структур с целью поддержки, и развития бизнеса. К системам G2B можно отнести информационные веб-сайты органов власти.

Наиболее развитой в мире является электронная коммерция B2B (около 80% всех объемов), однако в развивающихся странах преобладает оборот в секторе B2C.

Проанализируем тенденции развития e-коммерции B2B на примере России и Китая. Рынок электронной коммерции в этом сегменте вдвое превышает по объему сегмент B2C в обоих странах. Крупнейшими игроками на рынке являются Сбербанк, Авиато, Alibaba, Aliexpress. В

2018 г. рынок технологических решений для электронной коммерции B2B в Китае составлял 559 млрд долл. на рынке B2C – 252 млрд долл. [там же]. В целом рынок e-коммерции B2B содержит гораздо больший потенциал роста и является перспективным для инвестирования.

В России и в глобальном масштабе наблюдается стремительный рост рынка электронной коммерции B2C. За 2017 г. его мировой оборот превысил 1 трлн долл. США, а в 2018 г. – около 16 трлн долл. (согласно данным ООН, 5% мирового объема продаж товаров и услуг).

Сектор B2C электронной коммерции имеет такие региональные характеристики:

1. Северная Америка, Азиатско-Тихоокеанский регион и Западная Европа охватывают 90,1% мирового объема.

2. В 2017 г. мировым лидером по объему продаж останется регион Северной Америки.

3. США остаются страной с развитым рынком электронной коммерции, где объем интернет-продаж B2C в 2018 г. равнялся 395,28 млрд долл. [9].

4. Рост продаж в Китае и Индии позволит Азиатско-Тихоокеанскому региону в 2018 г. получить лидерство в секторе B2C на мировом рынке.

По данным emarketer.com, объем интернет-продаж B2C до конца 2018 г. увеличился до 1221 млрд долл. США, а количество покупателей достигло 1 млрд человек, то есть рост составил 17,1%. До 2021 г. прогнозируется увеличение сектора до 2 трлн долл. США, а темп роста равен 11%. Такие тенденции обусловлены увеличением количества покупателей, развитием новых способов доставки и оплаты, открытием крупными компаниями цифровых витрин, выходом на новые рынки.

Самые высокие темпы развития наблюдаются в Китае, где показатель оборота электронной коммерции в 2017 г. равнялся 1,25 трлн долл. США (2,4% ВВП страны)

В Китае развиваются крупные компании электронной коммерции. В частности, “Alibaba Group” является оператором крупнейших платформ электронной коммерции. Ее оборот за 2018 г. составил более 360 млрд долл. США и превысил оборот “eBay” и “Amazon”. По результатам исследования компании Yahoo, с апреля по июнь 2018 г. выручка “Alibaba Group” достигла 1,737 млрд долл. США, что на 61% больше, чем за аналогичный период 2017 г. Чистая прибыль компании за II квартал 2018 г. составил 717 млн долл. США, или на 145% больше, чем в 2017 г. [Чудодеев, www].

По прогнозам strangeloopnetworks.com китайский рынок покупок через интернет будет расти на 30% ежегодно и достигнет 385 млрд долл. США к концу 2019 г. Увеличению продаж через интернет в 2018 г. способствовало внедрение сервиса “online-to-offline” (O2O). Крупнейшие шопинг-центры развивают сотрудничество с онлайн-платформами, что дает возможность потребителям выбирать вещи оффлайн, а потом покупать их по сниженным ценам в Сети. Также рынок онлайн-продаж стремительно растет благодаря внедрению телекоммуникационных технологий четвертого поколения, что позволит достичь большей скорости и доступности [Потапенко, 2018].

Президент России Владимир Путин во время своего визита в Пекин в апреле 2019 года триумфально объявил, что объем двусторонней торговли между РФ и Китаем по итогам 2018 года превысил 100 миллиардов долларов США. «Китай является нашим стратегическим партнером», – заявил тогда российский президент. В среду, 5 июня, он снова встречается с лидером КНР Си Цзиньпином – на этот раз во время международного экономического форума, проходящего в Санкт-Петербурге. Это будет их уже 28-я встреча за последние шесть лет, поэтому оба лидера хорошо знают друг друга.

Во время нынешнего саммита Китай и Россия планируют подписать 30 соглашений о

сотрудничестве. Посол Китая в РФ Ли Хуэй в своих выступлениях во время публичных мероприятий постоянно подчеркивает, что две страны тесно сотрудничают на дипломатическом уровне по многим вопросам. И действительно, Китай и Россия, которые являются постоянными членами Совета Безопасности ООН, часто объединяют свои усилия, обычно для того, чтобы противостоять инициативам стран Запада. В частности, они противостоят инициативам США и Евросоюза о прекращении войны в Сирии и содействии демократии в Венесуэле. «Мы отвергаем односторонние действия», – говорит Ли Хуэй. Это можно трактовать следующим образом: Китай и Россия борются против всего того, что они воспринимают как проявление «гегемонии США».

Заключение

В 2019 году торговля между Россией и Китаем оживилась, на чем охотно подчеркивают правительства обоих государств. Но при этом в Москве неохотно признаются, что это партнерство отнюдь не является равноценным. Россия экспортирует в КНР прежде всего сырье – нефть, газ, уголь и древесину. А импортирует из Китая автомобили, технику и потребительские товары. При этом доля российского рынка в структуре внешней торговли Китая составляет лишь 1,9 процента. Большинство своих товаров Китай продает в США и страны ЕС.

Чистая доля Китая во внешнеторговом балансе России составляет 15 процентов. В 2010 году Китай по объему торговли с РФ даже обошел Германию и стал лидером. А с 2014 года Россия экономически и политически переориентировалась на Китай и другие страны Азии. И это, безусловно, есть, среди прочего, следствием западных экономических санкций в отношении России. И, учитывая то, что минский процесс по урегулированию конфликта на востоке Украины и дальше находится в тупике, предпосылок для снятия санкций с России в ближайшем будущем не прослеживается.

Китай и РФ также сотрудничают в военной сфере. В сентябре 2018 года они совместно проводили военные учения «Восток 2018», в которых приняли участие 300 тысяч русских и три тысячи китайских военных.

Кроме того, Россия продолжает экспортировать оружие в Китай несмотря на то, что Пекин сам вырабатывает все больше вооружений. Прежде всего Китай очень быстрыми темпами развивает свой военно-морской флот.

Во время встречи в Санкт-Петербурге Путин и Си, в частности, намерены обсудить развитие инфраструктуры вдоль 4000-километровой границы между двумя государствами. И Китай, в отличие от своего северного соседа, имеет средства для таких проектов. Для примера, недавно Китай оперативно завершил строительство своей части моста через реку Амур, по которой на Дальнем Востоке пролегает граница между двумя странами. Но завершение строительства этого моста с российской стороны границы постоянно откладывается – прежде всего, из-за нехватки средств на это.

Библиография

1. Внешнеэкономическая стратегия Российской Федерации до 2020 года.
2. Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве между Российской Федерацией и Китайской Народной республикой от 16 июля 2001 г. № 9-ФЗ.
3. Концепция приграничного сотрудничества в Российской Федерации (утв. распоряжением Правительства РФ от 9 февраля 2001 г. № 196-р).

4. Лысиков А.А. Особенности межгосударственного сотрудничества России и Китая. URL: <http://www.justicemaker.ru/view-article.php?art=2810&id=11>
5. Международные отношения России и Китая: итоги саммитов 2018-2019. URL: <https://gia.ru/20190628/1555965655.html>
6. Потапенко М.В. Экономические интересы России в системе внешнеторговых отношений с Китаем: дис. ... канд. экон. наук. М., 2018. 198 с.
7. Расширение географического сотрудничества между Россией и Китаем 2018-2020 годы. URL: <https://tg.ru/2018/09/11/rossiia-i-kitaj-dogovorilis-rasshirit-geografiiu-sotrudnichestva.html>
8. Ситникова Я.В., Карицкая И.М. Росийско-китайское-сотрудничество: пять факторов сдерживания // Международный научно-исследовательский журнал. 2018. № 10-1 (52). С. 38-40.
9. Стратегия социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона на период до 2025 года.
10. Чудодеев Ю.В. Проблемы и перспективы экономического сотрудничества России и Китая. URL: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4447>

E-commerce as a factor in the development of cross-border interaction between economic agents of Russia and China

Kirill E. Ekov

Graduate Student,
Far Eastern Federal University,
690950, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: ekov@mail.ru

Dar'ya A. Yakovenko

Graduate Student,
Far Eastern Federal University,
690950, 8, Sukhanova st., Vladivostok, Russian Federation;
e-mail: ekov@mail.ru

Abstract

The main problem of the modern international economic system is the strengthening of the trend towards individualization of sales, namely: the emergence of the need to supply a particular product or service to the consumer at a certain cost level. E-commerce is an important tool to achieve this goal, because it allows you to organize contacts with suppliers and consumers in a flexible manner using the most effective and fast communication methods. The basis for the development of electronic commerce is the increased use by the population of information and communication technologies and the Internet on a global scale. The spread of the Internet, the increase in the number of its users stimulated the development of regional and global electronic commerce. However, various levels of socio-economic development, the quality of infrastructure facilities had a significant impact on the introduction of electronic commerce mechanisms in the system of economic relations of the countries of the world, including in the interactions between Russia and China. The study of the features and determination of general trends in the development of international electronic commerce will make it possible to predict its further transformation and establish basic determinants that influence its formation.

For citation

Ekov K.E., Yakovenko D.A. (2019) Elektronnaya trgovlya kak faktor razvitiya transgranichnogo vzaimodeistviya ekonomicheskikh agentov Rossii i Kitaya [E-commerce as a factor in the development of cross-border interaction between economic agents of Russia and China]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 9 (10A), pp. 610-620. DOI: 10.34670/AR.2020.91.10.069

Keywords

E-commerce, China, Russia, economic agents, cross-border interaction.

References

1. Chudodeev Yu.V. *Problemy i perspektivy ekonomicheskogo sotrudnichestva Rossii i Kitaya* [Problems and prospects of economic cooperation between Russia and China]. Available at: <http://www.rikmosgu.ru/publications/3559/4447> [Accessed 10/10/2019]
2. *Dogovor o dobrososedstve, druzhbe i sotrudnichestve mezhdru Rossiiskoi Federatsiei i Kitaiskoi Narodnoi respublikoi ot 16 iyulya 2001 g. № 9-FZ* [The agreement on good neighborliness, friendship and cooperation between the Russian Federation and the People's Republic of China of July 16, 2001 No. 9-FZ].
3. *Kontsepsiya prigranichnogo sotrudnichestva v Rossiiskoi Federatsii (utv. rasporyazheniem Pravitel'stva RF ot 9 fevralya 2001 g. № 196-r)* [The concept of cross-border cooperation in the Russian Federation (approved by the order of the Government of the Russian Federation of February 9, 2001 No. 196-r)].
4. Lysikov A.A. *Osobennosti mezhdunarstvennogo sotrudnichestva Rossii i Kitaya* [Features of interstate cooperation between Russia and China]. Available at: <http://www.justicemaker.ru/view-article.php?art=2810&id=11> [Accessed 10/10/2019]
5. *Mezhdunarodnye otnosheniya Rossii i Kitaya: itogi sammitov 2018-2019* [International relations between Russia and China: the results of the summits 2018-2019]. Available at: <https://ria.ru/20190628/1555965655.html> [Accessed 10/10/2019]
6. Potapenko M.V. (2018) *Ekonomicheskie interesy Rossii v sisteme vneshnetorgovykh otnoshenii s Kitaem. Doct. Dis.* [Economic interests of Russia in the system of foreign trade relations with China. Doct. Dis.]. Moscow.
7. *Rasshirenie geograficheskogo sotrudnichestva mezhdru Rossiei i Kitaem 2018-2020 gody* [Expansion of geographical cooperation between Russia and China 2018-2020]. Available at: <https://rg.ru/2018/09/11/rossiia-i-kitaj-dogovorilis-rasshiriati-geografiu-sotrudnichestva.html> [Accessed 10/10/2019]
8. Sitnikova Ya.V., Karitskaya I.M. (2018) Rossiisko-kitaiskoe-sotrudnichestvo: pyat' faktorov sderzhivaniya [Russian-Chinese cooperation: five deterrence factors]. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal* [International Research Journal], 10-1 (52), pp. 38-40.
9. *Strategiya sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Dal'nego Vostoka i Baikal'skogo regiona na period do 2025 goda* [The strategy of socio-economic development of the Far East and the Baikal region for the period until 2025].
10. *Vneshneekonomicheskaya strategiya Rossiiskoi Federatsii do 2020 goda* [The foreign economic strategy of the Russian Federation until 2020].