

Ван Цзин, студент магистратуры

2 курс, кафедра экономической теории и менеджмента

Московский Педагогический Государственный университет

Россия, г. Москва

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТА НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ И КОНТРМЕРЫ КИТАЯ

Аннотация: В современном обществе интернет-технологии проникли во все сферы жизни и проникли во все аспекты производства, жизни, экономического и социального развития, а формирование инновационной формы для общества знаний, движимого информационными технологиями, привлекает все большее внимание. Со времени вступления Китая в ВТО экономическое и социальное развитие стремительно продвигалось вперед, и экономический агрегат также был на переднем крае мира. В дополнение к все более частому международному сотрудничеству эти события играют более важную роль в модернизации и эффективности методов связи и торговых обменов. Развитие электронной коммерции сыграло огромную роль в продвижении, не только сокращении торговой дистанции, обогащении глобальных ресурсов, но и увеличении общих выгод. Тем не менее, по-прежнему существуют проблемы нехватки человеческих ресурсов, рисков информатизации, отсталого управления и отсутствия законов.

Ключевые слова: Интернет, международная торговля, электронная коммерция

Wang Jing, Master 's Student

2 course, Department of Economic Theory and Management

Moscow Pedagogical State University

Russia, Moscow

THE IMPACT OF INTERNET DEVELOPMENT ON CHINA'S INTERNATIONAL TRADE AND COUNTERMEASURES

Annotation: In modern society, Internet technologies have penetrated into all spheres of life and penetrated into all aspects of production, life, economic and social development, and the formation of an innovative form for a knowledge society driven by information technologies is attracting increasing attention. Since China entered the WTO, economic and social development has been rapidly advancing, and the economic aggregate has also been at the forefront of the world. In addition to increasingly frequent international cooperation, these events play a more important role in the modernization and effectiveness of communication methods and trade exchanges. The development of e-commerce has played a huge role in promoting, not only reducing the trading distance, enriching global

resources, but also increasing the overall benefits. Nevertheless, there are still problems of lack of human resources, risks of informatization, backward management and lack of laws.

Keywords: *Internet, international trade, e-commerce*

1. Состояние и влияние Интернета на международную торговлю

В своем выступлении на интернет-конференции, проходившей в Вужене, провинция Цзянсу, Ма Юнь сказал: «Интернет превратил человечество в сообщество». Интернет глубоко повлиял на мир. Наступила эра Интернета. Электронная коммерция, опирающаяся на Интернет, обязательно станет будущей тенденцией развития. Торговый метод, основанный на электронной коммерции, не ограничен временем и пространством. Все участники торговли используют сеть для передачи и связи, что может принести огромные прибыли для предприятий. С быстрым развитием электронной коммерции, особенно в некоторых развитых странах, из-за популярности сети с широкимасштабным применением электронной коммерции электронная коммерция как инструмент маркетинга полностью проникла в бизнес и продажи предприятий и принесла огромные прибыли для предприятий.¹

(1). Электронная коммерция производит нулевое время и пространство

Интернет сделал общение между людьми более удобным и эффективным. Соответственно изменились и торговые методы международной торговли. Географические и пространственно-временные ограничения были преодолены, что привело к скачку в пространстве и времени. Таким образом, в процессе высокоскоростного потока информации и воспроизведения, независимо от торговых барьеров, различные факторы производства, такие как капитал, рабочая сила и технологии, не имеют препятствий на международном рынке, и достигается оптимальное распределение ресурсов. В то же время уровень и уровень регионального и международного экономического и торгового сотрудничества были значительно улучшены, а выгоды от сокращения издержек международной торговли значительно улучшились.²

Для производителей преимущества перевешивают недостатки, например, экономия инвестиционных затрат на инфраструктуру, такую как склады, выставочные площади и офисные здания. Продукты и станции

¹ Гэн Сяо. Влияние электронной коммерции на международную экономику и торговлю Китая и ее стратегии [J]. Электронная коммерция. 2015, 3: 4345

² Сюй Фанъи. Дискуссия об инновациях и развитии международной торговли в Китае с точки зрения электронной коммерции [J.]. Современная торговая индустрия. 2019 (09)

технического обслуживания могут быть показаны покупателям через Интернет с помощью превосходной технологии обработки изображений, и также могут быть достигнуты довольно хорошие результаты.³ Поскольку стороны сделки не нуждаются в личном контакте, торговых споров, вызванных культурными, этническими и религиозными убеждениями, можно эффективно избежать, что способствует предотвращению рисков некоммерческих факторов, которые можно охарактеризовать как «беспроблемный».

(2). Обогащение глобальных ресурсов связи

Быстрое развитие экономической глобализации заставило людей жить в «глобальной деревне», а использование электронной коммерции сделало эту общую мечту человечества большим шагом вперед. Информация о продукте, предоставляемая производителем (или производителем), распространяется по всему миру через Интернет, позволяя потребителям выбирать свои любимые продукты из все более богатых вариантов. В это время экономическая деятельность не была ни рынком продавца, ни рынком покупателя: монополия неизбежно находилась под угрозой конкуренции, и покупатели с высоким запасом могли найти запасы. Предприятия публикуют информацию о продуктах и услугах в глобальном масштабе с помощью онлайн-маркетинга и ищут торговых партнеров, чтобы в полной мере использовать глобальные торговые ресурсы.⁴

Глобализация либерализации торговли сыграла хороший антимонопольный эффект, а электронная коммерция фактически разрушила монополию крупных компаний на международном рынке. С улучшением информационной прозрачности была усовершенствована конкурентная деятельность диверсифицированных участников по выбору продуктов и услуг, что дало очень благоприятные возможности развития для малых и средних предприятий. Им не нужен сильный капитал и высокотехнологичные технологии для резервного копирования. Предприятия могут полагаться на свои собственные. При условии соблюдения соответствующих правил торговли специализированные продукты напрямую продаются покупателям, а не косвенно участвуют в качестве вторичного производителя. Высокий пороговый предел был преодолен, торговля расширилась от макроскопических областей, связанных с национальной экономикой и средствами к существованию людей, до микроскопических

³ Хе Йонг, Чэнь Сингуан. Теоретические и эмпирические исследования влияния Интернета на международную торговлю [J]. *Economic Survey*, 2015, 4: 5460

⁴ Хуан Бо. Исследуйте применение и развитие электронной торговли в международной торговле и контрамеры [J]. *Финансовая экономика*. 2018 (22)

областей, таких как повседневная жизнь, поведение международной монополии, эффективно сдерживалось, и капитал перемещался более свободно по всему миру.

(3) Эффективное взаимодействие удваивает экономические выгоды

Электронная коммерция позволяет обеим торговым сторонам осуществлять удобные и эффективные трансграничные обмены через Интернет и более точно понимать потребности обеих сторон.⁵ Продавец разрабатывает целенаправленный маркетинговый план с учетом информации о клиентах. В соответствии со своими требованиями к продуктам и услугам, покупатель может выбрать широкий ассортимент товаров или заключить соглашение о долгосрочном торговом сотрудничестве. Обе стороны используют электронную почту для создания дискуссионной группы и проведения доски. Такие переговоры, как встречи и переговоры, являются полностью интерактивными, что побуждает клиентов эффективно играть главную роль и активно участвовать в процессе транзакции. Поставщики продукции могут черпать вдохновение из них и продвигать инновации в продукции, что способствует повышению качества торговли и усилению международного влияния.

Кроме того, электронная оплата международных торговых платежей, с одной стороны, предприятия, занимающиеся импортом и экспортом, могут напрямую решать связанные с этим вопросы через Интернет и банки, таможенные, налоговые и другие департаменты, а урегулирование претензий в режиме онлайн и другие работы также гарантируются системами электронной торговли и специальными соглашениями об обмене данными. В торговле реализованы безбумажные сетевые транзакции, процесс был упрощен, транзакционные издержки были сокращены, методы управления были реформированы, и он адаптировался к потребностям времени. Гибко настраивайте свои собственные методы управления и улучшайте соответствующие правовые системы.

2. Стратегия Китая по борьбе с рисками международной торговли в эпоху Интернета

С точки зрения внутреннего развития, новые бизнес-модели, основанные на Интернете, такие как интернет-финансы, также начали прорастать. После постепенного продвижения всесторонних углубляющихся реформ в Китае, можно ожидать, что влияние Интернета на международную торговлю быстро проявится. Однако развитие китайских интернет-

⁵ Дуань Пинфан, Хоу Шуцзюань. Обзор глобальных трансграничных правил электронной коммерции [J]. Business Economics Research. 2019 (06)

технологий происходит позже, чем на Западе, и из-за особых национальных условий обширных регионов, разных регионов и разных национальностей, когда они интегрированы в международную торговлю, опираясь на Интернет, неизбежно, что есть нехватка талантов, недостаточное информационное строительство и юридические недостатки. Для преодоления трудностей требуются совместные усилия правительства и предприятий.

(1) Содействовать созданию и обслуживанию интернет-оборудования и веб-сайтов;

(2) Энергично тренировать таланты электронной коммерции;

(3) Создание и совершенствование соответствующих правовых систем.

Кроме того, мы должны обратить внимание на корректировку и совершенствование методов и уровней управления предприятиями. Хотя китайские предприятия активно участвовали в международной торговле на ранней стадии реформирования и открытия, большинство предприятий являются только перерабатывающими предприятиями многонациональных групп и не имеют права голоса или цен. Власть, предприятия находятся в нижней части всей цепочки промышленности, и им не хватает понимания электронной коммерции с точки зрения философии бизнеса.⁶ Предприятия должны научиться осваивать новейшие бизнес-концепции, полностью осознавать влияние информационного общества на предприятия и использовать электронную коммерцию. Для ежедневного управления производством на предприятии это приносит жизненную силу развитию предприятия.

Список литературы :

1. Дуань Пинфан, Хоу Шуцзюань. Обзор глобальных трансграничных правил электронной коммерции [J]. Business Economics Research. 2019 (06)
2. Сюй Фанъи. Дискуссия об инновациях и развитии международной торговли в Китае с точки зрения электронной коммерции [J]. Современная торговая индустрия. 2019 (09)
3. Хуан Бо. Исследуйте применение и развитие электронной торговли в международной торговле и контрмеры [J]. Финансовая экономика. 2018 (22)
4. Хе Йонг, Чэнь Сингуан. Теоретические и эмпирические исследования влияния Интернета на международную торговлю [J]. Economic Survey, 2015, 4: 5460
5. Пэн Занвен. Новая тенденция развития международной торговли в эпоху электронной коммерции [J]. Коммерческие исследования. 2013, 2: 131132

⁶ Пэн Занвен. Новая тенденция развития международной торговли в эпоху электронной коммерции [J]. Коммерческие исследования. 2013, 2: 131132

6. Гэн Сяо. Влияние электронной коммерции на международную экономику и торговлю Китая и ее стратегии [J]. Электронная коммерция. 2015, 3: 4345