

Люфу Цыинь, магистрант 2 года обучения

Санкт-Петербургский Государственный

Экономический Университет

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Аннотация: В данной статье будет произведен обзор перспектив развития международной электронной торговли и уделено внимание месту Китая в этом процессе. Данная работа будет раскрывать возможности и перспективы дистанционных принципов работы в современных экономических условиях.

Ключевые слова: международная электронная торговля, международный бизнес, принципы логистических операций, развитие инноваций Китая.

Abstract: This article will review the prospects for the development of international e-commerce and pay attention to China's place in this process. This work will reveal the possibilities and prospects of remote principles of work in modern economic conditions.

Key words: international electronic trade, international business, logistics principles, innovation development in China.

Развитие электронной торговли может ускорить региональную экономическую интеграцию, эффективно способствовать формированию крупного национального рынка, более удобно содействовать продажам промышленной продукции и сырьевых товаров на западе Ближнего Востока и сузить региональные различия.

В частности, развитие сельской электронной торговли привело к формированию межрегиональных сделок и в определенной степени снизило

региональную экономику. Кроме того, благодаря характеристикам Интернета, которые помогают разрушить национальные границы и различные торговые протекционистские барьеры, электронная коммерция также может предоставить платформу для малых и средних предприятий Китая для осуществления маркетинга и торговли на зарубежных рынках и расширения экспортных возможностей [5].

Электронная коммерция также привела к изменениям в работе и образе жизни людей, сделав цифровую жизнь реальностью. Люди могут совершать покупки онлайн, онлайн-развлечения, онлайн-бронирование путешествий и т. д., не выходя из дома, что значительно облегчает жизнь людей.

Необходимо укреплять образование и подготовку электронной коммерции и развивать таланты в области электронной коммерции; особенно мы должны укреплять теоретические исследования электронной коммерции и формулировать научные и разумные промышленные планы.

Колледжи и университеты, а также научно-исследовательские институты должны рассматривать практические проблемы в развитии индустрии электронной коммерции в качестве цели, проводить углубленные и систематические теоретические исследования, а также обеспечивать теоретическую основу и руководство для промышленной политики. Департаменты местного самоуправления на всех уровнях не должны просто принимать режим развития других отраслей. Они должны научно формулировать планы развития электронной коммерции для обеспечения здорового развития электронной торговли.

Электронная коммерция началась в конце прошлого десятилетия в Китае, чтобы она развивалась быстрее и лучше, нужно усилить развитие логистики электронной коммерции. В настоящем документе анализируется влияние электронной торговли на логистику с помощью четырех способов электронной торговли, а также анализируются существующие проблемы текущего развития логистики электронной коммерции в Китае [6].

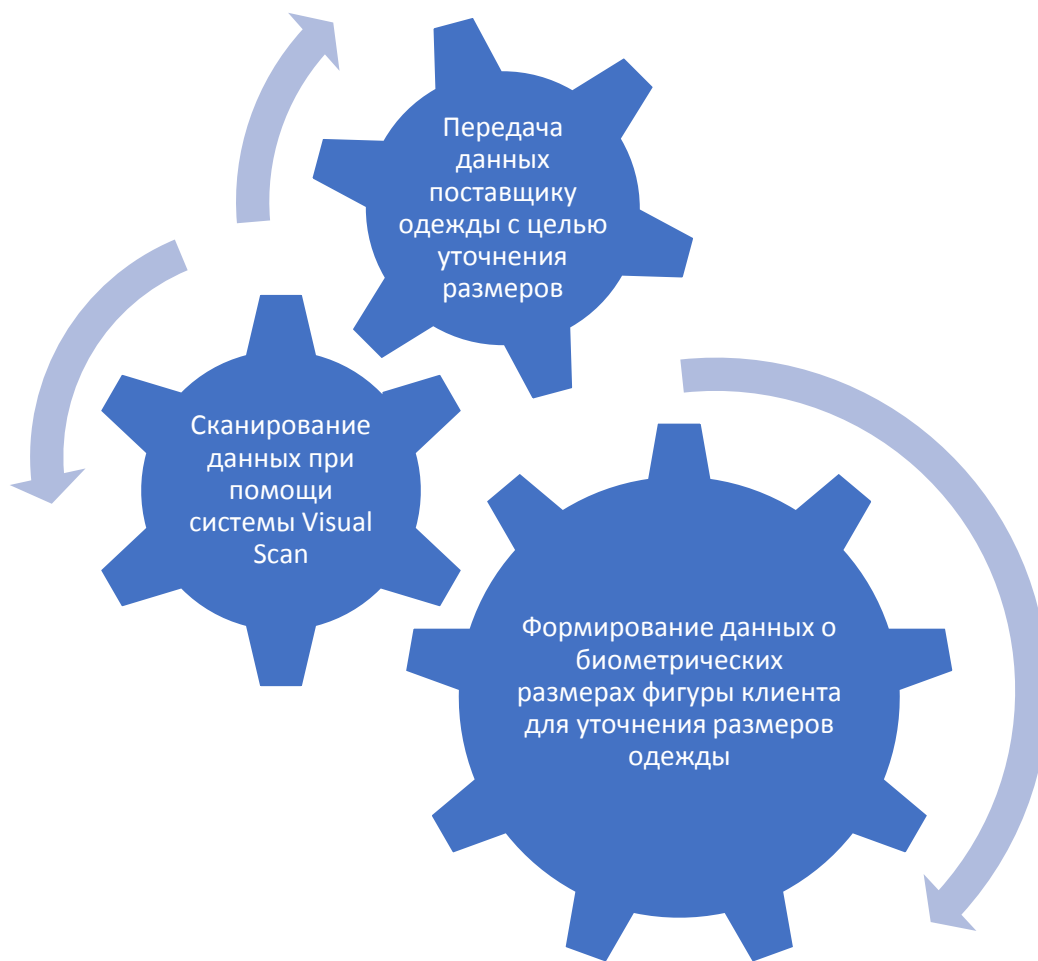


Рисунок 1 - Системы и принципы развития будущего электронной торговли Китая [4]

Прежде всего рассмотрим четыре логистических способа развития электронной коммерции:

1. Режим экспресс доставки и инновации режима по доставке товаров электронной коммерции.

Предприятия или продавцы, реализующие электронную коммерцию, получают такую информацию, как списки покупок потребителей и домашние адреса с веб-сайтов или виртуальных веб-сайтов, а затем используют экспресс-компании для отправки товаров. Потребители могут забрать товары после получения уведомления, или экспресс-компании отправляют специальный персонал для доставки товаров потребителям.

Принятие метода экспресс-доставки имеет характеристики удобства и скорости. Однако таким образом есть следующие проблемы. Во-первых,

некоторые экспресс-компании взимают высокие сборы за услуги, например, Speedpost (EMS) в почтовых отделениях.

Если эту часть сбора несут предприятия или торговцы, их операционная прибыль будет значительно снижена; если ее несут потребители, то потребителям, безусловно, трудно принимать небольшие товары по низким ценам. Во-вторых, в настоящее время многим экспресс-компаниям в Китае трудно обеспечить доставку товаров потребителями в ожидаемые сроки.

2. Режим самостоятельного распространения данных с интернет-порталов.

Предприятия или сайты повсеместно устанавливают собственные пункты дистрибуции в густонаселенных районах пользователей сети. После получения информации о потребительских покупках персонал пункта выдачи будет доставлять товары потребителям. Эта логистическая модель может удовлетворить психологические потребности потребителей в покупках. Но у него также есть следующие проблемы. Во-первых, трудно разумно определить расположение пунктов выдачи, численность персонала и инвентаризацию товаров. Во-вторых, поскольку необходимо удовлетворять насущные потребности пользователей, предъявляются строгие требования к своевременности распространения. Очевидно, что высокие распределительные расходы требуют более широкого масштаба распределения товаров [4].

3. Повышение узнаваемости компании за счет сайтов и сторонних ресурсов.

В настоящее время большая часть сторонней логистики Китая формируется малыми и средними предприятиями. Для них характерны относительно низкие цены, но проблема в том, что сервис не успевает за темпами крупных зарубежных компаний. Однако сторонняя логистика также входит в основной состав электронной коммерции, или даже вся логистическая деятельность может быть доверена внешним профессиональным логистическим компаниям для завершения. Логистические компании сами не владеют товарами, а заключают соглашения о сотрудничестве или союзы с предприятиями или торговцами. С помощью этого метода управления логистикой время доставки

потребителям быстрее, чем два вышеуказанных метода, а обслуживание является профессиональным, многофункциональным и универсальным. Данная модель управления требует от профессиональных логистических компаний усиления строительства инфраструктуры, качества персонала, информационных систем и т.д.

4. Объединение реального и виртуального бизнеса.

Традиционная торговля, особенно цепная торговля, имеет уникальные преимущества ресурсов, богатые и разумные товарные категории, услуги с высокой добавленной стоимостью, эффективные системы распределения и т. д., которых как раз и не хватает субъектам электронной коммерции. Сочетание электронной коммерции и традиционной цепной работы может дать полную роль преимуществам этих двух, реализовать совместное использование ресурсов и дополнительные преимущества [1].

В конце 1990-х годов электронная коммерция Китая претерпела потрясающую окружающую среду. Из-за тесной взаимосвязи между электронной торговлей и логистикой революция электронной коммерции неизбежно окажет большое влияние на логистику. Это влияние является всесторонним. От состояния логистической отрасли до режима организации логистики, логистических операций и функциональных связей, под влиянием электронной коммерции произойдут большие изменения.

Рассмотрим некоторые из них:

1. Электронная коммерция изменит традиционную логистическую концепцию людей.

Как новое предпринимательство, электронная коммерция создает виртуальное спортивное пространство для логистики. В состоянии электронной коммерции, когда люди осуществляют логистическую деятельность, различные функции и функции логистики могут быть выражены через виртуализацию. В этом процессе виртуализации люди могут стремиться к рационализации логистики с помощью различных комбинированных методов, чтобы товарные организации могли достичь наибольшей эффективности в реальном процессе

перемещения. Функции, которые являются высокими, наименее дорогими, кратчайшим расстоянием и наименьшим временем.

2. Электронная торговля улучшила состояние логистической отрасли.

Электронная коммерция виртуализует и информатизирует бизнес, рекламу, заказ, покупку, оплату, сертификацию и другую физическую и транзакционную обработку, превращая их в информацию, которая может обрабатываться в компьютерных сетях без сущностей, а также электроника обрабатывает информацию, усиливая обработку информации и ослабляя физическую обработку. Это неизбежно приведет к крупной промышленной реструктуризации. Некоторые из первоначальных отраслей и предприятий постепенно сжимаются или даже вымирают, а некоторые отрасли и предприятия будут расширены и добавлены [2].

Логистические предприятия будут становиться все более и более укрепленными, потому что они должны взять на себя более важную задачу в среде электронной коммерции: доставить товары виртуальных магазинов пользователям, а также своевременно закупать и складировать с производственного предприятия. Логистические компании – это не только склад производственных предприятий, но и физический поставщик пользователей. Логистические предприятия стали единственным наиболее концентрированным и обширным физическим поставщиком для пользователей от имени всех производственных предприятий и поставщиков. Логистическая отрасль стала лидером и координатором социальной производственной цепочки, предоставляя всестороннюю логистическую услугу для общества. Видно, что электронная торговля подняла логистическую отрасль на беспрецедентную высоту и предоставила ей беспрецедентные возможности развития.

3. Изменение длины цепочек поставок.

В традиционном канале цепочки поставок поток продукции от производственных предприятий к потребителям приходится проходить через несколько уровней дистрибьюторов, и процесс очень длительный, что вызывает много проблем. Теперь электронная коммерция сокращает расстояние цепочки

поставок между производителями и конечными пользователями, меняя структуру традиционных рынков. Предприятия могут обойти традиционных дистрибьюторов и напрямую общаться с клиентами через свои веб-сайты. Хотя многие коммерческие сайты непроизводственных предприятий продолжают выступать в качестве традиционных дистрибьюторов, поскольку они напрямую связаны с производственными предприятиями и потребителями, они являются просто виртуальным посредником информации и организации и не нуждаются в настройке многоуровневых физических распределительных сетей (включая персонал и складские помещения) или инвентаризации. Однако это снижает стоимость обращения [4].

4. Направление потока товаров в цепочке поставок изменилось с «тянуть» на «тянуть».

Из-за разрыва между поставками и маркетингом традиционные цепочки поставок затрудняют поставщикам своевременный и точный информационный процесс продаж. Поэтому они могут принять только метод планирования управления запасами, а поток запасов «двигаем». У него есть несколько очевидных недостатков: во-первых, отсутствие гибкости, хорошие продажи товаров, их запасы часто плохо доступны, а плохие продажи отставание; во-вторых, длительный операционный цикл и т. д.

В среде электронной коммерции интегрирована цепочка поставок. Поставщики связаны с розничными торговцами и потребителями через Интернет. С помощью POS, EOS и других поставщиков информация о продажах продукции и информация о клиентах может быть своевременно и точно получена. В это время управление запасами принимает метод реакции, организует производство и поставку продукции розничным продавцам по полученной информации, а поток запасов становится «вытягивающим», что может полностью устранить два вышеуказанных недостатка и достичь «нулевого запаса» в продажах.

5. Электронная торговля будет способствовать улучшению логистической инфраструктуры и совершенствованию логистических технологий и управления

логистикой.

В первую очередь электронная торговля будет способствовать улучшению логистической инфраструктуры. Эффективные и глобальные характеристики электронной торговли также требуют логистики для достижения этой цели. И если логистика хочет достичь этой цели, то хорошая транспортная сеть, сеть связи и другая инфраструктура являются самыми основными гарантиями.

Во-вторых, электронная торговля будет способствовать прогрессу логистических технологий. Логистические технологии в основном включают в себя логистические жесткие технологии и мягкие технологии. Логистическая жесткая технология относится ко всем видам материалов, машин и объектов, необходимых в процессе организации логистики; логистические мягкие технологии относятся к техническим и управленческим методам, необходимым для организации эффективной логистики. Уровень логистических технологий является важным фактором достижения уровня эффективности логистики. Важно создать эффективную логистическую систему, которая адаптируется к работе электронной коммерции, и ускорение повышения уровня логистических технологий играет важную роль.

В-третьих, электронная торговля будет способствовать улучшению управления логистикой. Уровень управления логистикой напрямую определяет и влияет на уровень эффективности логистики, а также на реализацию преимущества электронной коммерции в высокой эффективности. Только путем повышения уровня управления логистикой, создания научной и разумной системы управления и применения научных средств и методов управления к управлению логистикой возможно обеспечить плавный прогресс логистики, реализовать рационализацию и эффективность логистики, а также способствовать развитию электронной коммерции.

В связи с развитием цифровой экономики электронную коммерцию можно назвать «торговым посредником» международной торговли в новую эпоху. При продвижении электронной коммерции решаются существующие проблемы традиционной международной модели, такие как низкая эффективность и

высокая стоимость передачи информации между различными субъектами транзакций. В качестве «торгового посредника» электронная коммерция может более эффективно сочетать потребности потребителей с информацией, необходимой им для получения более комплексного плана, позволяющего потребителям делать лучший выбор продуктов.

Однако в международной электронной торговле также есть некоторые проблемы. Возьмем, к примеру, Китай, такие как юридические вопросы электронной коммерции и вопросы технологического развития. Чтобы решить эту проблему, следующие решения могут облегчить и решить эти проблемы.

1. Улучшение правовой системы электронной коммерции. На международном уровне, руководствуясь принципами международного законодательства в области электронной коммерции, мы изо всех сил стараемся добиться права говорить на международном уровне; кроме того, мы дадим потребителям возможность лучше понять законы и правила международной торговли, защищать свои торговые интересы и уменьшать возникновение торговых трений.

2. Что касается технических проблем, увеличьте логистическую инфраструктуру международных логистических технологий, улучшите профессиональный уровень логистики среди предприятий, таких как логистика и распределение, и обеспечьте устойчивое развитие электронной коммерции Китая.

Международный бизнес является одним из необходимых для развития связи между миром и развития мировой экономики. Электронная коммерция, являясь одним из «средств массовой информации» международного бизнеса, значительно устранила недостатки традиционных бизнес-моделей. Как участник поддержания хороших и безопасных условий для импортной и экспортной торговли, таможня КНР играет незаменимую контролируемую роль.

В этой работе анализируется взаимосвязь между таможней и международной торговлей, такой как надзор и надзор, и на примере развития электронной торговли Китая анализируется устойчивое развитие

международной электронной торговли Китая и предлагаются решения некоторых проблем в международной электронной торговле Китая. - коммерческая программа:

Во-первых, нужно улучшить соответствующую правовую систему и постарайтесь максимально избегать торговых конфликтов между странами, сохраняя при этом принципы международных деловых законов и правил. Обе стороны торговли могут составить лучшие торговые планы с учетом своих интересов, чтобы сделать электронную коммерцию устойчивым развитием.

Во-вторых, нужно укрепить строительство логистической инфраструктуры для международной логистики и повысить профессиональный уровень логистики между предприятиями.

Можно сказать, что для устойчивого развития международной торговли таможенный надзор является очень необходимым, что способствует созданию хорошей и безопасной торговой среды и поддержанию здорового развития мировой экономики.

Библиографический список:

1. Пэн Бо состояние развития трансграничной электронной торговли в Китае и России и SWOT-анализ // Вестник ТГУПБП. 2020. №3 (84). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sostoyanie-razvitiya-transgranichnoy-elektronnoy-torgovli-v-kitae-i-rossii-i-swot-analiz> (дата обращения 01.12.2021).
2. Электронная коммерция будущего рынка [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/57513-trendy-e-commerce-elektronnoy-kommercii-v-2019-godu> (дата обращения 01.12.2021).
3. Электронная коммерция КНР [Электронный ресурс] Режим доступа: http://chinanew.tech/e_commerce_china_1 (дата обращения 01.12.2021).
4. Статистические данные по внешнеэкономическим позициям Китая [Электронный ресурс] URL: <https://data.imf.org/regular.aspx?key=62805744> (дата обращения 01.12.2021).
5. Статистические данные по торговым операциям Китая

[Электронный ресурс] URL: https://trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=1%7c156%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c (дата обращения 01.12.2021).

6. Статистические данные по экономике Китая [Электронный ресурс] URL: <https://data.worldbank.org/country/china?view=chart> (дата обращения 01.12.2021).