

УДК 33.339

Кудряшова А.М.
Kudryashova A.M.

Мировое значение интернет торговли. Интернет ритейл как новый вид мягкой силы

The international value of Internet commerce.
Online retailing as a new kind of soft power

В статье рассматривается трансформация современной интернет торговли, проанализированы перспективы развития данной области в контексте международного сотрудничества, проведен краткий анализ отношений России и Китая в сфере взаимодействия по развитию интернет-ритейла.

Ключевые слова: *Интернет, Китай, конкурентоспособность, мягкая сила, мировая политика, мировая экономика, Россия, ТНК, электронная торговля*



The article discusses the current status of online trading, analyzed the prospects of development of this area in the context of international cooperation, also held a brief analysis of the relations between Russia and China in the field of cooperation for the development of e-commerce.

Key words: *China, competitiveness, economy, global affairs, global economy, Internet, online retailing, Russia, soft power, TNC*

Появление Интернета в 1969 году в США и его развитие в последующем времени дало большие перспективы развития торговли в сети Интернет. Данный вид коммерции значительно удобней привычной торговли в реальном пространстве, так как имеет множество преимуществ, таких как отсутствие обременительной арендной платы за занимаемые крупные торговые площади, магазин не ограничивается товарами, присутствующими в данный момент на складе, возможность наращивания клиентской базы не только в рамках своего города, но и в других городах, а в последствии и по всему миру. Такой исход был неизбежен в условиях глобализации и электронизации современного мира. Данная отрасль коммерции набирает силу, с каждым годом становясь удобнее, выгоднее, перспективнее.

Развитие Интернет торговли происходит стремительно, данная отрасль привлекает всё больше людей, денежный и товароборот увеличивается, появляются новые компании, проекты, конкурентоспособность растёт, благодаря успеху некоторых гигантов этого сегмента количество человек, желающих участвовать в данной отрасли, становится бесчисленное количество. Рынок интернет коммерции становится много миллиардным, и уже не поддаётся контролю. Развитие отрасли электронного взаимодействия является важной частью деятельности государства на современном этапе мировой глобализации и интеграции.

Основными игроками данного сегмента являются западные и ки-

тайские интернет магазины. Однако успех китайских производителей превосходит конкурентов, и, несмотря на то, что Запад стал первооткрывателем в данной области, сегодня Китай уже является лидером отрасли электронной торговли. Несмотря на успех электронной коммерции, ведение бизнеса через Интернет является не самым бизнесом, а вспомогательным средством его ведения. Однако в конце 20 века данный факт ввёл в заблуждение многих экономистов и бизнесменов, которые полностью переориентировали свой бизнес, направив его в электронное русло, таким образом, образовался, так называемый, «пузырь доткомов»¹, или «интернет пузырь». Пузырь образовался благодаря резкому росту акций интернет компаний и, не менее резкому, падению. Успех идеи ведения бизнеса с помощью Глобальной сети Интернет начался в 1994 году, акции интернет компаний неумолимо росли, пузырь разрастался, достигнув своего пика в 2000 году. Рост акций интернет компаний поддерживали экономисты, аргументируя всё происходящее приходом «новой экономики». Однако ведение бизнеса исключительно при помощи сети Интернет оказалось неэффективным, и пузырь лопнул, произведя резкий обвал акций и банкротство интернет компаний. Одной из главных проблем падения доткомов оказалась потеря доверия к интернет компаниям. Инновации в области экономики не привели к желаемому результату.

На сегодняшний день большим успехом в мире пользуется интернет ритейлер Alibaba Group, который превзошёл по суммарным прибыльным показателям General Electric, компанию, являющуюся гигантом американского машиностроения. Аналитики опасаются возврата в эпоху девяностых и появления нового интернет пузыря, крах которого окажется глобальнее предыдущего.

Развитие компаний интернет ритейла, по своей мощи и денежным оборотам сопоставимы с Транснациональными корпорациями, которые в свою очередь, являются акторами международных отношений, инструментом «мягкой силы» государств, для продвижения своих интересов как в стране пребывания, так и во всём мире, а так же имеют прямое влияние на политику и экономику государств. Так, количество работников в некоторых корпорациях превышает или равно количеству военнослужащих некоторых государств, что определяет подобные корпорации как серьёзных акторов международных отношений. В сущности, транснациональные корпорации имеют достаточно большое влияние на мировую политику, являясь, так же её регуляторами. Сложившаяся ситуация объясняется тем, что ТНК обладают значительными финансовыми ресурсами для того, чтобы управлять экономикой страны пребывания. Объём капитала некоторых транснациональных корпораций достигает размеров ВВП некоторых государств. Однако внушительные капиталы виртуальных компаний позволяют им быть вполне реальными конкурентами крупнейших транснациональных корпораций мира в области экономического влияния. На сегодняшний день интернет коммерция является одной из важнейших сфер мирового влияния. Крупнейшие мировые Интернет-ритейлеры претендуют на роль регуляторов политики, экономики, что в свою очередь приводит к необходимости развития, координации и регулирования данной сферы деятельности.

Несмотря на повсеместный успех и прибыльность Интернет ритейла в мире, российский онлайн маркет гораздо менее развит и глобален, что связывают с рядом причин: кризис новых Интернет идей (большинство нововведений заимствуется у лидеров интернет торговли – азиатские, западные торговые площадки), низкий уровень освоения Глобальной сети Интернет среди российского населения. Процесс глобализации

¹ Дотком (от англ.) – dot com (буквально «точка ком») – прим. автора.

приводит к ускорению технологического развития, благодаря которому появляются новые международные акторы, заявляющие о себе уже сегодня. Исходя из этого, очень важно взаимодействовать и сотрудничать со странами, успешно развивающимися в данном направлении. Для России главным партнёром в этой сфере может стать КНР. Развитие отношений в сфере глобальной интернет торговли принесёт выгоды, а также укрепит сотрудничество двух государств. Китай и Россия имеют похожие взгляды на круг международных проблем и вопросов, таких как способы урегулирования ряда ситуаций в проблемных регионах, многополярность и полицентричность мира. Двумя странами созданы совместные механизмы решения международных проблем. Отношения этих стран характеризуются следующими словами: «Стремление к единству при сохранении разногласий». Данная модель отношений подтверждается подчёркнуто уважительным отношением стран к несовпадающим национальным интересам, таким как вопрос Тайваня и Тибета, с одной стороны, и позиция по Абхазии и Северной Осетии, с другой стороны. Для укрепления отношений двух стран в 2001 году был подписан Договор о добрососедстве, дружбе и сотрудничестве. Однако Китай, являясь лидером электронной торговли в Азиатско-Тихоокеанском регионе, а также занимая одну из лидирующих позиций в мире по показателям на 2015 год, не стремится углублять отношения с Россией в области электронной коммерции. Такая позиция Китая связана со слабой активностью России в этой области.

По итогам проделанной работы можно заключить, что на современном этапе развития международных отношений важную роль играет электронный фактор в отношениях между акторами на политической арене. Значительное влияние развитие электронного взаимодействия имеет в сфере политико-экономических отношений. В странах с более развитой электронной торговлей всё больше возрастает спрос на развитие и трансформацию данной отрасли. По мере возрастания влияния внутри страны область электронной коммерции распространяется на все регионы мира, вовлекая всё новых участников данной сети. Крупнейшие электронные торговые площадки мира становятся полноценными претендентами на звание Транснациональных корпораций, тем самым составляя конкуренцию национальным предприятиям, превосходя их по объёму капитала и влияния на экономику государств, что, следовательно, приводит к новой ступени в международных отношениях, с новыми акторами и новыми видами транснациональных корпораций. Успешно разрастающаяся область электронной коммерции является новым этапом развития международных отношений, имея как положительные, так и отрицательные качества. Эта необъятная область с преобладающей экономико-политической составляющей имеет масштабное влияние на развитие отношений между государствами, так как крупнейшие игроки данной области имеют масштабный потенциал, выражающийся в количестве наёмных работников и объёмах капитала, соизмеримых с военно-экономическим потенциалом некоторых государств. Крупнейшие «электронные экономики» являются новым видом воздействия на политику государств, являясь сравнительно новым методом, на который стоит обратить внимание. На сегодняшний день вся электронно-коммерческая область поделена между тремя крупнейшими её участниками: КНР, США и Великобританией.

На базе вышеперечисленного, можно говорить о том, что мир переосмыслил процедуру торговли, и теперь, электронная коммерция пользуется огромным спросом среди населения планеты. Имея глобальное влияние и потенциал, данная область необходима к разработке, усовершенствованию и вниманию со стороны государств, так как, являясь

масштабным организмом, способным влиять на экономику государств, данный вид торговли должен подвергаться контролю во избежание глобальных проблем, среди которых экономические кризисы занимают одно из первых мест. Также к возможным проблемам бесконтрольного развития электронной торговли можно отнести угрозу кибербезопасности. В целом электронная коммерция представляет собой новый, неизученный и недоработанный до конца объект международных отношений, обладающий перспективами и достаточным политико-экономическим потенциалом.

Исходя из этого можно говорить о том, что мир, находящийся на очередной новой ступени развития и глобализации, требует повышенного внимания к некоторым деталям, способным привести к развитию новой отрасли торговых отношений между государствами, где главными акторами взаимодействия выступают корпорации с объёмом капитала, сопоставимым с ВВП некоторых государств. Так, говоря о современном этапе развития мира, можно отметить слова Николаса Неграпонте о том, что «переход от атомов вещества к битам информации не остановим», поэтому необходимо тщательно следить за развитием области электронной коммерции в мире, а также сотрудничать с лидерами в данной области, для улучшения уровня отрасли электронной торговли внутри страны. На примере России и Китая можно вывести достаточно простую модель взаимоотношений в области электронной коммерции, где КНР выступает лидером в данном вопросе, а Россия перенимает опыт развития электронной торговли у страны, имеющей большой успех в данном вопросе. Россия и КНР являются долгосрочными партнёрами в области политики, экономики, безопасности и сотрудничества в различных областях, поэтому сотрудничество в области электронной коммерции только укрепит тесные связи обеих стран.



Литература

1. Гаврилов Л.П. Основы электронной коммерции и бизнеса /Л.П. Гаврилов. М.: СОЛОН-ПРЕСС. 2009. 592 с.
2. Ефимова С.А. Теория организации. Электронная коммерция / С.А. Ефимова. М.: Литрес. 2009. 44 с.
3. Еманова Н.С. Роль международных организаций в развитии электронной торговли //Вестник Южно-Уральского государственного университета. 2014. № 3. С.13–16.
4. Жарова А.К. Интернет, глобализация и международное право /А.К. Жарова. М.: Литрес. 2008. 120 с.
5. Калужский М.Л. Электронная коммерция: маркетинговые сети и инфраструктура рынка / М.Л. Калужский. М.: Экономика. 2014. 328 с.
6. Мильнер Б.З. Теория организации /Б.З. Мильнер. М.: ИНФРА-М. 2012. 807 с.
7. Носова Н. Международные экономические отношения /Н. Носова. М.: Эксмо. 2008. 155 с.
8. Стародубцев Вадим Али-баба и сорок инвесторов. Газета «Деловая столица». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dsnews.ua/world/novyy-finansovyy-puzyr-lopnet-v-internete-29112014150300> (дата обращения: 22.10.2015 г.).

9. Торосян Р.А. Некоторые проблемы и перспективы развития электронной коммерции в России //Современные наукоемкие технологии. 2013. № 6. С. 32–26.
10. Тимофеев О.А. Российско-китайские отношения и перспективы их развития / О.А. Тимофеев. М.: Форум. 2009. 243 с.

Транслитерация по ГОСТ 7.79-2000 Система Б

1. Gavrilo L.P. Osnovy ehlektronnoj kommertsii i biznesa /L.P. Gavrilo. M.: SOLON-PRESS. 2009. 592 s.
2. Efimova S.A. Teoriya organizatsii. EHlektronnaya kommertsiya / S.A. Efimova. M.: Litres. 2009. 44 s.
3. Emanova N.S. Rol' mezhdunarodnykh organizatsij v razvitii ehlektronnoj trgovli //Vestnik YUzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. 2014. № 3. S.13–16.
4. ZHarova A.K. Internet, globalizatsiya i mezhdunarodnoe pravo /A.K. ZHarova. M. : Litres. 2008. 120 s.
5. Kaluzhskij M.L. EHlektronnaya kommertsiya: marketingovye seti i infrastruktura rynka / M.L. Kaluzhskij. M. : EHkonomika. 2014. 328 s.
6. Mil'ner B.Z. Teoriya organizatsii /B.Z. Mil'ner. M.: INFRA-M. 2012. 807 s.
7. Nosova N. Mezhdunarodnye ehkonomicheskie otnosheniya /N. Nosova. M.: EHksmo. 2008. 155 s.
8. Starodubtsev Vadim Ali-baba i sorok investorov. Gazeta «Delovaya stolitsa». [EHlektronnyj resurs]. URL: <http://www.dsnews.ua/world/novyy-finansovyy-puzyr-lopnet-v-internete-29112014150300> (data obrashheniya : 22.10.20015 g.).
9. Torosyan R.A. Nekotorye problemy i perspektivy razvitiya ehlektronnoj kommertsii v Rossii //Sovremennye naukoemkie tekhnologii. 2013. № 6. S. 32–26.
10. Timofeev O.A. Rossijsko-kitajskie otnosheniya i perspektivy ikh razvitiya / O.A. Timofeev. M.: Forum. 2009. 243 s.