

2. Ясинский, Ю. Развитие национальной экономики: от доиндустриального до постиндустриального общества / Ю. Ясинский // Банкаўскі веснік. – 2015. – № 12. – С. 3–9.

3. Кастельс, М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 606 с.

Поступила в редакцию 02.04.18

А. Н. Русак

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ НОВОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ОПЫТ КНР

Целью статьи является изучение тенденций развития интернет-экономики в Китайской Народной Республике и ее места в экономической системе государства. Проанализирован опыт Китая при интеграции интернет-технологий в традиционные бизнес-модели. Рассмотрена динамика показателей ICTD КНР. Рассмотрены факторы, определяющие переход на новый уровень использования ИКТ, способствующие развитию цифровой экономики в Китае.

Процессы цифровизации общества, в силу их сложности и масштабности, определяют необходимость многостороннего сотрудничества государства, бизнеса, гражданского общества. Происходит активный переход от реального взаимодействия к виртуальному, посредством применения интернет-технологий. Изменения затрагивают не только социальную сторону жизни общества, но и экономическую. Отличительными особенностями интернет-экономики можно назвать наличие многоуровневой структуры взаимоотношений между экономическими субъектами посредством Интернета; глобальный характер ведения бизнеса; ускорение бизнес-процессов; изменение структуры затрат; изменение системы платежей; широкие возможности для креативности в предпринимательской деятельности; высокий уровень конкуренции.

Зарубежный опыт показывает, что наиболее жизнеспособными становятся такие бизнес-модели, которые переходят к комбинации традиционных бизнес-схем и элементов предпринимательской деятельности в информационной среде Интернета. Интересным в данном аспекте представляется опыт Китая в рамках внедрения стратегии «Интернет Плюс», целями которой являются использование преимуществ интернет-технологий, повышение производительности труда и увеличение общественного богатства.

Намеченный в стране курс на реализацию стратегии инновационного развития в рамках стратегии «Интернет Плюс» способствует интеграции интернет-технологий во все сферы хозяйственной и общественной жизни, позволяющих на основе использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и интернет-платформ осуществлять трансформацию традиционных отраслей [1].

Предпосылками активного внедрения интернет-технологий во все сферы хозяйственной и общественной жизни в Китае послужило а) относительное замедление темпов роста экономики, что требует инновационного подхода к способам экономического развития; б) необходимость ускорения трансформации экономической структуры; в) возможность расширения экономического развития в новом пространстве; г) поиск новых способов распределения ресурсов при ускорении их движения; д) необходимость в гармоничном развитии разных регионов страны, создавая возможности для участия в экономической деятельности отдельных регионов с низким уровнем экономического развития.

В рамках реализации стратегии «Интернет Плюс» в настоящее время у Китая существуют некоторые преимущества и благоприятные условия для развития цифровой экономики.

1. Создание высокоскоростной информационно-коммуникационной инфраструктуры. Согласно данным ежегодного отчета Международного союза электросвязи (МСЭ), представленного в ноябре 2017 г., в рейтинге развития информационно-коммуникационных технологий ICT Development Index (ICTDI) 2017 г. из 176 стран, Китай поднялся на 80 позицию, значение ICTDI – 5,60 (в 2016 г. – 83 место, значение ICTDI – 5,17). Среднее значение коэффициента ICTDI в мире в 2017 г. достигло 5,11 в сравнении с 4,94 в 2016 г. (в 2015 г. – 4,74) [2]. ICTDI рассчитывается как среднее арифметическое трех субиндексов, характеризующих доступ населения к ИКТ, использование ИКТ на территории страны, навыки использования ИКТ, которыми владеет население. С 2018 г. МСЭ при расчете индекса планирует учитывать количество трафика при широкополосном и мобильном подключении, а также количество граждан, использующих мобильные устройства [Там же].

Динамика показателей субиндексов приведена в табл. 1 [2].

Т а б л и ц а 1

Динамика показателей ICTDI

Показатели, позиция КНР в общем рейтинге	2016	2017
Доступ к ИКТ – 89 позиция	5,37	5,58
число телефонных аппаратов местной телефонной сети на 100 чел., ед.	16,5	14,67
число подключенных терминалов подвижной радиотелефонной связи на 100 чел., ед.	92,2	96,88
пропускная способность международных каналов Интернета на одного пользователя, бит/с/чел.	6,530	14,69
удельный вес домашних хозяйств, имеющих персональный компьютер, в общем числе домашних хозяйств, %	49,6	52,5
удельный вес домашних хозяйств, имеющих доступ к Интернету, в общем числе домашних хозяйств, %	54,2	55,52

Использование ИКТ – 69 позиция	4,63	5,27
удельный вес населения – пользователей Интернета в общей численности населения, %	50,3	53,2
число абонентов фиксированного широкополосного доступа в Интернет на 100 чел. населения, ед.	19,8	22,9
число абонентов мобильного широкополосного доступа в Интернет на 100 чел. населения, ед.	55,5	66,77
Практические навыки использования ИКТ – 81 позиция	5,89	6,28
уровень грамотности взрослого населения, %	7,5	7,6
удельный вес учащихся средних учебных заведений в общей численности населения, %	96,2	94,3
удельный вес учащихся высших учебных заведений в общей численности населения, %	30,2	43,39

Доля домашних хозяйств, имеющих компьютер, составляет 52,5 %, доля домохозяйств с доступом в Интернет – 55,52 %, что является следствием факторов, существенно затрудняющих и сдерживающих развитие ИКТ, среди которых можно выделить географические особенности страны, плотность населения и характер социального расслоения. Правительство, реализуя мероприятия стратегии «Интернет Плюс», уделяет внимание вопросам разницы между городами и сельской местностью по параметрам ИКТ-навыков и грамотности, увеличивая капиталовложения в отрасль. Количество пользователей Интернета в Китае достигло 53,2 % населения, что составляет 749,547 млн человек [2]. Что превышает число жителей Европейского союза, на 01.01.2017 г. население ЕС оценивалось в 511,8 млн человек [3]. Массовое распространение Интернета в Китае также обуславливает перераспределение функций контроля над интернет-ресурсами между операторами связи и органами власти, способствуя усилению контроля по предотвращению негативных последствий от распространяемой информации.

2. Развитие рынка мобильных технологий, включая устройства, программное обеспечение (ПО) и сервисы. Согласно оценкам экспертов исследовательской компании IDC, с географической точки зрения в 2018 г. лидировать по затратам на мобильные технологии будут США и Китай: затраты каждой страны на мобильные технологии составят около 20 % от общемирового показателя [4]. Мировые расходы на мобильные технологии, в 2018 г. вырастут на 3,2 % и составят более 1,6 трлн долл. США [Там же].

В Китае успешно развиваются крупнейшая телекоммуникационная компания «Tencent», интернет-компания «Alibaba Group» с платежной системой Alipay, поисковая система Baidu, сервис микроблогов Weibo, мессенджеры QQ и WeChat, интернет-компания «Netease», компания «Jingdong», занимающаяся Интернет-торговлей и электронной коммерцией. «Alibaba Group» и «Tencent» вошли в рейтинг высокотехнологичных компаний, чья рыночная капитализация превысила отметку 500 млрд долл. США [5; 6]. С точки зрения инвестиций в исследования и разработки в процентном отношении к доходу существует разрыв между китайскими и американскими интернет-компаниями (табл. 2) [6].

Доля инвестиций в НИОКР компаниями Китая и США в 2016 г.

Компании США	Доля инвестиций, %	Компании Китая	Доля инвестиций, %
Facebook	27	Baidu	15
Alphabet (Google)	16	Alibaba	14
Salesforce	15	Netease	9
Amazon	12	Tencent	9
eBay	11	Jingdong	2

3. Развитие экономики мобильных платежей. Китай называют первым «безналичным обществом» в мире [7]. Мобильные платежные приложения – WePay и Alipay, позволяют китайским пользователям осуществлять большое количество платежных транзакций. Китай лидирует по количеству мобильных платежей в мире, в связи с чем мобильные платежи все чаще оказывают непосредственное влияние на поведение потребителя. Китайские компании существенно выиграли от быстрого внедрения смартфонов на рынок Китая, когда китайским пользователям были предложены относительно недорогие телефоны, что позволило им достаточно быстро выйти онлайн. Из-за значимого влияния «Alibaba Group» и «Tencent» на китайском рынке и постепенного продвижения на зарубежные рынки, исследователи отмечают, что Китай уже занял ведущее место в мире в области технологий онлайн-платежей [8]. Согласно соответствующим докладам в Китае постепенно совершенствуются сетевые условия, а быстрое распространение доступа в Интернет по мобильному телефону формирует спрос на приложения мобильного интернета, связанные с торговыми сделками, финансовыми услугами, социальными услугами. Необходимо отметить тенденцию роста пользователей мобильного Интернета, как в Китае, так и в других странах, 80 % молодого населения в 104 странах мира, находятся в режиме онлайн [9].

Опыт Китая показывает, что сочетание реального и виртуального секторов экономики дает значительный экономический эффект. Основная доля покупок пользователями совершается онлайн через e-commerce-платформы – Alibaba, Tmall и собственные магазины на платформе WeChat (75 % платежей совершаются через платежный инструмент – WeChat Pay) [10]. Китайские компании продолжают исследовать эволюцию покупательских привычек клиентов, их образ жизни, чтобы предсказать их потребности, создать возможности для их удовлетворения, и сформировать спрос. Так, 11 ноября 2017 г. по случаю «китайского фестиваля шопинга» (11.11 Global Shopping Festival) объем оборота компании «Alibaba» достиг 25,3 млрд долл. США за сутки, превывсив рекорд прошлого года в размере 17,8 млрд долл. США. 90 % платежей поступало с мобильных устройств [Там же]. Что доказывает высокое доверие к онлайн-платежам в Китае. К 2020 г. ожидается, что число пользователей мобильных платежей достигнет 630 млн [7].

Для закрепления лояльности пользователей компании проводят различные акции, так с ростом популярности мобильных платежей компании используют Праздник Весны (китайский Новый год), чтобы повысить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов. В 2018 г. компании «Alibaba» и «Tencent» потратили более 5 млрд юаней на подарки и скидочные купоны (в цифровых «красных конвертах») для своих пользователей [11]. Ведущие компании ИКТ-комплекса Китая («Alibaba», «Tencent», «Baidu») активно развиваются на инновационной основе, диверсифицируя свой бизнес и расширяя его географию. Условия на внешних рынках также предполагают новые возможности развития, в результате чего китайские компании «Tencent» и «Alibaba» начинают конкурировать с американскими конкурентами. Компания «Alipay Group», входящая в «Alibaba Group», создав филиалы в Великобритании и Люксембурге, фокусируют внимание на обслуживании китайских туристов, сотрудничая с такими учреждениями, как BNP Paribas, Barclays Bank, Yuxi Bank, Wirecard, Concardis и Ingenico, для совместного продвижения мобильной коммерции в Европе [8].

4. Коммерциализация цифровых технологий. С одной стороны, цифровая экономика возглавляет трансформацию традиционных отраслей (внедряя новые комплексные технологии производства, которые начинают применяться в широких масштабах). С другой стороны, цифровая экономика постепенно входит в жизнь городских и сельских жителей Китая. По словам директора исследовательского института Alibaba, «во всем мире уровень цифровизации китайских потребителей опережает другие страны. Сеть является не только каналом продаж, но и все больше влияет на процесс принятия решений потребителями. Непрерывная интеграция онлайн- и автономных процессов потребления является важным фактором роста для потребителей» [Там же].

Согласно докладу международной консалтинговой компании «McKinsey», факторами, определяющими развитие цифровой экономики в Китае являются: появление значительного количества молодых интернет-пользователей; создание китайскими интернет-компаниями («Baidu», «Alibaba», «Tencent») инфраструктуры, благоприятной для цифровизации; предоставление правительством поддержки инвесторам, разработчикам и потребителям для выхода на рынок и расширения цифровизации производства [11].

5. Развитие экономики совместного потребления. Совместное потребление постепенно становятся неотъемлемой частью бытовой жизни китайских граждан. Наиболее успешными инициативами стали:

- велошеринг и автошеринг. Сервисы успешно действуют во многих городах страны, популярны в крупных городах: Пекине, Шанхае, Гуанчжоу и Шэньчжэне. Чтобы воспользоваться услугой, необходимо использовать смартфон с установленным мобильным приложением, оплатив услуги с помощью электронных способов оплаты, таких как Alipay, Wechat [12]. Китайский бизнес выходит и на зарубежные рынки. В 2017 г. велошеринговая компания «Mobike» работала в США, Италии, Японии, Южной Корее,

Сингапуре и Малайзии. К концу 2017 г. велошеринговая компания «Ofo», была представлена в 250 городах в 20 странах мира [13]. В 2017 г. количество пользователей приложений по прокату велосипедов достигло 106 млн, эксперты прогнозируют, что к 2021 г. это количество увеличится до 198 млн [7];

- шеринг-платформы по обмену знаниями. Большой популярностью в Китае пользуется сервис Zhihu, где члены интернет-сообщества в прямом эфире по установленному графику задают вопросы и отвечают на них. С 2016 г. появилась новая услуга – платные вебинары Zhihu Live, в ходе которых эксперты в течение определенного времени отвечают на вопросы, а слушатели платят за возможность послушать или задать вопрос [13].

6. Развитие народного предпринимательства и инноваций. С 2015 г. расширилось пространство для интернет-предпринимательских проектов, что значительно изменило структуру потребления [1]. На этом фоне в разных отраслях проводится модернизация и реконструкция бизнес-процессов, используются новые технологии. Стратегия «Интернет Плюс» позволяет развивать новую экономику, охватывая широкий спектр областей, включая а) государственные услуги, предоставляя отдельным лицам и предприятиям доступ к услугам государственных структур; б) производство, ускоряя строительство промышленного Интернета; в) сельское хозяйство, посредством развития электронной торговли; г) здравоохранение, внедряя телемедицину, систему онлайн-приемов, обмен медицинской информацией среди учреждений здравоохранения; д) образование, реализуя онлайн-учебные и образовательные платформы. Для дальнейшего стимулирования деловой активности в Пекине планируется сократить срок, необходимый для открытия нового бизнеса до пяти рабочих дней (в 2017 г. – 22 рабочих дня), для чего совершенствуется система регистрации и оплаты налогов в режиме онлайн. В Пекине зарегистрировано 2,1 млн предприятий, что на 47,5 % больше, чем в 2013 г. [14].

7. План развития молодежи, как часть системы построения новой экономики Китая. В Китае растет рынок онлайн-образования. Количество людей, которые пользуются образовательными онлайн-услугами, достигает 144 млн человек. [7] Для повышения инновационного потенциала в различных отраслях промышленности и разработке инициатив для нового экономического и социального развития, в апреле 2017 в Китае был опубликован план развития молодежи на 2016–2025 годы. План предусматривает: обеспечение средней продолжительности обучения молодежи (14–35 лет) – 13,5 лет; разработку проекта развития детской киберцивилизации, закладывающего основы инновационного мышления; организацию программ повышения квалификации молодежи (создание групп стажировок и практических занятий на предприятиях, в сообществах и научно-исследовательских институтах) [15].

Таким образом, создание необходимых и достаточных условий инфраструктурного характера для развития новой экономики обусловлено глобализацией и непрерывным развитием интернет-технологий в Китае. Использование интернет-технологий предпринимательскими структурами в рамках

реализации стратегии «Интернет Плюс» для развития бизнес-процессов в управлении производством, маркетингом, финансами и персоналом позволит выстраивать цепочки взаимодействия между всеми участниками рынка, потребителями и органами власти. Появление новых форм бизнеса, внедряющих современные интернет-технологии, может стать стимулом экономического и социального развития общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегия «Интернет+» [Электронный ресурс] // Китайская ассоциация по науке и технике. – Режим доступа : <http://www.cast.org.cn/>. – Дата доступа : 05.03.2018.
2. Measuring the Information Society Report 2017 [Электронный ресурс] / Международный союз электросвязи. – Режим доступа : <https://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2017/>. – Дата доступа : 17.02.2018.
3. Population and population change statistics [Электронный ресурс] / Eurostat Statistics Explained. – Режим доступа : http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Population_and_population_change_statistics. – Дата доступа : 19.02.2018.
4. Расходы на мобильные технологии превысят 1,6 млрд долл. [Электронный ресурс] // Вести. Экономика. ВГТРК. – Режим доступа : <http://www.vestifinance.ru/articles/98822>. – Дата доступа : 14.03.2018.
5. Капитализация Alibaba Group [Электронный ресурс] // ТАСС Информационное агентство России. – Режим доступа : <http://tass.ru/ekonomika/4904625>. – Дата доступа : 05.03.2018.
6. Отчет о развитии Интернета (2017–2018) [Электронный ресурс] // Пекинский научно-исследовательский институт информации и коммуникаций. – Режим доступа : <http://www.caict.ac.cn/>. – Дата доступа : 05.03.2018.
7. Эдит Енг. China Internet Trends 2017 [Электронный ресурс] // 500 Startups. – Режим доступа : <https://rb.ru/analytics/13-chinese-internet-trends/>. – Дата доступа : 15.03.2018.
8. Financial Watch [Электронный ресурс] // Государственный совет КНР. – Режим доступа : http://www.gov.cn/xinwen/2017-12/15/content_5247369.htm. – Дата доступа : 10.03.2018.
9. Китайские интернет-гиганты подарят пользователям \$800 млн на Новый год [Электронный ресурс] // South China Morning Post. – Режим доступа : <http://www.scmp.com/frontpage/international>. – Дата доступа : 27.02.2018.
10. Alibaba's Singles' Day By The Numbers [Электронный ресурс] // Forbes Media. – Режим доступа : <https://www.forbes.com/sites/helenwang/2017/11/12/alibabas-singles-day-by-the-numbers-a-record-25-billion-haul/#5e29965c1db1>. – Дата доступа : 27.02.2018.
11. Digital China: powering the economy to global competitiveness [Электронный ресурс] // McKinsey Global Institute (MGI). – Режим доступа : www.iberchina.org/files/2017/MGI-Digital-China.pdf. – Дата доступа : 14.03.2018.

12. *Вэнь, Синь*. Бизнес на троих. В Китае быстро растет экономика совместного потребления [Электронный ресурс] / Вэнь Синь // Xinhua News Agency. – Режим доступа : http://russian.news.cn/china/2017-03/21/c_136145196.htm. – Дата доступа : 15.03.2018.
13. Китай-мировой лидер шеринг экономики [Электронный ресурс] // Рос. ин-т стратегических исследований. – Режим доступа : <https://riss.ru/analytics/48206/>. – Дата доступа : 14.03.2018.
14. Срок запуска бизнеса в Пекине сократится до пяти дней [Электронный ресурс] // Агентство Синьхуа. Russian.News.Cn. – Режим доступа : http://russian.news.cn/2018-03/19/c_137048443.htm. – Дата доступа : 19.03.2018.
15. Среднесрочный и долгосрочный план развития молодежи (2016–2025 гг.) («*中长期青年发展规划 (2016–2025年)*») [Электронный ресурс] // Государственный совет КНР. – Режим доступа : http://www.gov.cn/zhengce/2017-04/13/content_5185555.htm#1. – Дата доступа : 15.03.2018.

Поступила в редакцию 21.05.18

В. Н. Усоский

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕХАНИЗМОВ ЭМИССИИ ФИДУЦИАРНЫХ ДЕНЕГ ДВУХУРОВНЕВОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМОЙ С ПРОИЗВОДСТВОМ И ОБОРОТОМ КРИПТОВАЛЮТ

В статье исследуются два типа причинно-следственных зависимостей, возникающих, с одной стороны, в условиях эмиссии фидуциарных денег двухуровневой банковской системой, а с другой – в производстве и обороте криптовалют. Проанализирована сущность фидуциарных денег, которые представляют собой актив-обязательство, вырастающий из долговых отношений, связывающих банки с клиентами. Двусторонний характер безусловных встречных обязательств банковской системы с клиентами формирует денежно-кредитную систему монетарного траста, в котором ведущую роль играют правительство, Центральный банк и коммерческие банки. Деньги как встречное обязательство-требование диаметрально противоположно криптовалютам, которые производятся как натуральные единицы, не выполняющие функций денег (меры ценности, средства отсроченного платежа, мировых денег). Высокая волатильность криптовалют не позволяет им адекватно выполнять функции средства обращения и накопления.

Криптовалюты – это виртуальные цифровые знаки, создатели которых предлагают положить их в основу цифровой экономики, в которой платежи за товары (услуги) происходят быстро и без банковских комиссий. Утверждается, что криптовалюты – это честные деньги, которые заменят нечестные монопольные эмиссионные фидуциарные деньги Центрального банка. Люди будут напрямую вести платежи вне банковских счетов и окажутся защищенными от финансовых махинаций. Бизнесмены будут освобождены от бремени государственной зависимости, их отношения с налоговыми органами будут облегчены, а отчетность сведена к минимуму. Предлагается заменить государство демократическим сообществом продвинутых пользователей компьютеров, ядром которого станут специалисты IT-технологий