

следующие виды деятельности – разработка тиражного программного обеспечения; предоставление услуг в сфере информационных технологий, в частности, заказная разработка программного обеспечения, проектирование, внедрение и тестирование информационных систем, консультирование по вопросам информатизации; разработка аппаратно-программных комплексов с высокой добавленной стоимостью программной части; удаленная обработка и предоставление информации, в том числе на сайтах в информационно-коммуникационной сети Интернет.

Коммуникативные технологии Интернета в Китае основываются на двух физических параметрах – месту нахождения участников коммуникации (физическое или виртуальное) и времени. В результате их различных сочетаний можно выделить четыре варианта реализации компьютерно-опосредованной коммуникации:

- одно время/одно местонахождение (виртуальное) – чаты;
- одно время/разное местонахождение – интернет-телефония, компьютерная аудио- и видеоконференцсвязь;
- разное время/одно местонахождение (виртуальное) – форумы, блоги, гостевые книги, социальные сети;
- разное время/разное местонахождение – электронная почта, списки рассылки, телеконференции.

В Китае технологии бизнес-коммуникационных процессов на основе использования Интернета включают: веб-сайт; электронная почта; баннерная реклама; баннерообменные сети; рич-медиа; текстовая реклама в Интернете; взаимодействие с тематически близкими ресурсами; обмен статьями; трансляция новостей и информеры; реклама в отправляемых с веб-интерфейса письмах; реклама в рассылках отраслевых ресурсов; размещение сообщений в форумах, гостевых книгах и на досках объявлений; эмуляция дискуссий в блогосфере; корпоративные блоги; нестандартные рекламные носители и другие.

Таким образом, для решения задач в области бизнес-коммуникаций Китайская Народная Республика разрабатывает основные мероприятия по развитию информационного общества, создает условия для их выполнения во взаимодействии с бизнесом и гражданским обществом.

Чэнь Сюцян

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КНР

Китай достиг больших успехов в экономическом плане, но развитие страны по-прежнему отличается несбалансированностью. Особенно ярко видны диспропорции между развитием восточных и западных регионов

Китая. Правительству КНР необходимо разработать соответствующую политику, чтобы содействовать развитию регионов. Рост количества малых и средних предприятий становится важным для экономического и социального развития, особенно с точки зрения создания рабочих мест и поддержания социальной стабильности. Целью работы является изучение особенностей организации деятельности торговых предприятий в КНР.

Под торговым предпринимательством мы понимаем первичное, основное звено сферы торговли, его самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для закупки, реализации, а также хранения товаров, предоставление различного рода сопутствующих услуг в целях удовлетворения потребностей рынка и получения прибыли. Представителями торгового предпринимательства являются различные торговые организации, реализующие предметы потребления и средства производства.

Торговые предприятия, будучи объектами налогообложения, вносят свой вклад в формирование доходной базы государственного бюджета, а также в экономику страны путем создания новых рабочих мест, участием во внешней торговле, экспортируя и импортируя товары. Данные четвертой национальной экономической переписи показали, что в конце 2018 г. в оптовой и розничной торговле по всей стране насчитывалось 6,499 млн юридических лиц. С точки зрения отрасли быстро развивались мелкие розничные форматы, не относящиеся к предприятиям, такие как торговые палатки без магазинов и другие формы розничной торговли.

Дальнейшему формированию торгового бизнеса в КНР будет способствовать: развитие электронной коммерции; создание высоко конкурентной и влиятельной платформы для торговли и торговых транзакций; усиление интеграции торгового бизнеса и финансовых отраслей, а также развитие новых потребительских секторов.

В то же время торговые предприятия в Китае сталкиваются с рядом проблем, которые мешают развитию электронной коммерции в провинциях, в их числе: правовая среда; инфраструктура и недостаток кадров. Именно электронная коммерция является наиболее успешной формой торгового предпринимательства регионального уровня в КНР. Решение указанных проблем будет способствовать развитию торгового предпринимательства в отдельных провинциях и как следствие создаст большое количество возможностей трудоустройства для общества и позволит решить проблемы социальной занятости.