

УДК 339.37:004

ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПЛАТФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КИТАЕ И РОССИИ

Лю Сяоцин,

Магистрант

Экономический факультет

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

xiaoqingliu045@gmail.com

Шувалова Наталия Анатольевна,

кэн, доцент

Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы

shuvalova-na@rudn.ru

Аннотация

В данной статье рассматриваются вопросы влияния цифровой трансформации на экономическую эффективность платформ электронной коммерции в Китае и России. Определены основные барьеры для осуществления цифровой трансформации в России и Китае. Изучено понятие «цифровая трансформация». Проанализированы ведущие страны мира в области розничной электронной торговли по объему продаж за исследуемый период времени. Изучена динамика объема продаж российской электронной коммерции. Представлен объем мировых продаж в сфере трансграничной электронной коммерции. Разработаны рекомендации, направленные на повышение экономической эффективности платформ электронной коммерции в Китае и России в условиях цифровой трансформации.

Ключевые слова: цифровая трансформация, экономическая эффективность, проблемы, платформы, электронная коммерция, Россия, Китай.

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON THE ECONOMIC EFFICIENCY OF E-COMMERCE PLATFORMS IN CHINA AND RUSSIA

Liu Xiaoqing,

Master's Student

Faculty of Economics

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba

xiaoqingliu045@gmail.com

Natalia A. Shuvalova,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba
shuvalova-na@rudn.ru

ABSTRACT

This article examines the impact of digital transformation on the economic efficiency of e-commerce platforms in China and Russia. It identifies the main barriers to digital transformation in Russia and China. The concept of "digital transformation" is explored. The leading countries in the field of retail e-commerce are analyzed based on their sales volume over the study period. The dynamics of Russian e-commerce sales volume have been studied. The volume of global sales in cross-border e-commerce has been presented. Recommendations have been developed to improve the economic efficiency of e-commerce platforms in China and Russia in the context of digital transformation.

Keywords: digital transformation, economic efficiency, problems, platforms, e-commerce, Russia, China.

Введение

В современных условиях цифровая трансформация охватила множество сфер деятельности общества и государства. Следует отметить, что цифровая трансформация оказывает влияние на экономическую эффективность платформ электронной коммерции. Рассмотрение данного вопроса является особенно значимым для России и Китая, поскольку обе страны проявляют лидерство в электронной коммерции. Однако, подходы и конечные результаты двух великих держав различаются в зависимости от поставленных целей и задач, проводимой государственной политики, а также финансовых и технологических возможностей. Это определяет актуальность темы исследования, ее теоретическую и практическую значимость.

Проблематика вопроса связана с наличием барьеров для осуществления цифровой трансформации в Китае и России, к числу которых можно отнести политику государства, региональные диспропорции, технологические сложности, проблемы управления данными и другие.

Научная новизна исследования заключается в разработке рекомендаций, направленных на повышение экономической эффективности платформ электронной коммерции в Китае и России в условиях цифровой трансформации.

Результаты исследования

Россия и Китай являются ведущими лидерами в области развития электронной коммерции в условиях цифровой трансформации (Рис. 1). В этих странах функционируют самые крупные компании, которые занимают лидирующие позиции в области цифровизации бизнес-процессов [1, с.19].

Под цифровой трансформацией следует понимать процесс создания и внедрения цифровых технологий в различные сферы и области жизнедеятельности человека с целью повышения экономической эффективности и производительности. В последнее набирает активные обороты электронная торговля, которая выступает катализатором трансформационных процессов в современной экономике. Китай занимает одно из первых мест в списке ведущих стран мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2024 году (2,5 трлн долл). Россия по данному показателю отстает от Китая, объем

продаж розничной электронной торговли составил в 2024 году 121 млрд долл. Однако, Россия с каждым годом стремится наращивать объемы продаж на основе развития международного сотрудничества, повышения эффективности деятельности, применения цифровых подходов и инновационных решений.

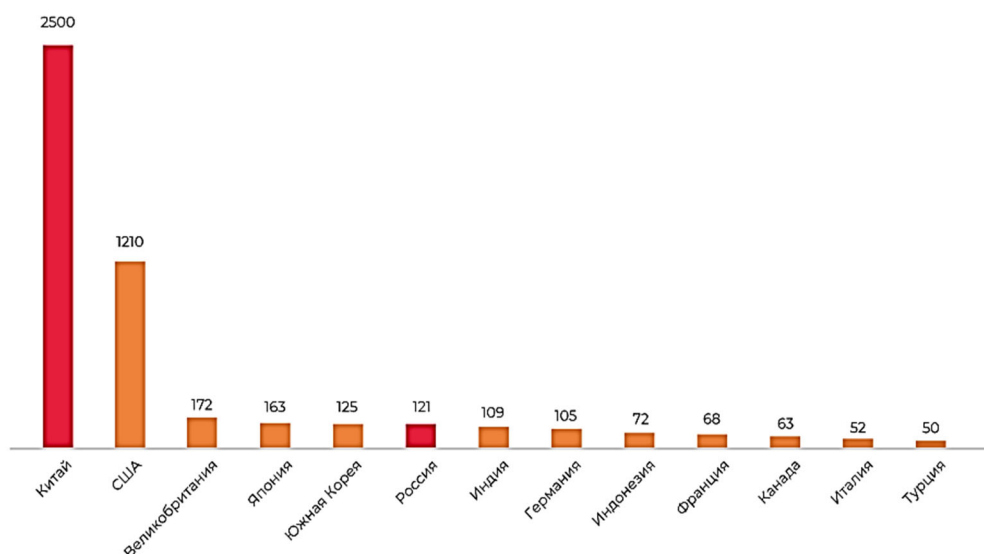


Рис.1. Ведущие страны мира в области розничной электронной торговли по объему продаж в 2024 году, млрд долл. [3]

Влияние цифровой трансформации на экономическую эффективность платформ электронной коммерции в Китае и России проявляется в следующем:

- 1) разработка эффективных государственных программ развития на перспективу;
- 2) повышение уровня жизни и благосостояния граждан страны;
- 3) разработка и внедрение инноваций, в том числе электронных платформ;
- 4) экономический рост и развитие страны;
- 5) повышение прибыли и снижение транзакционных издержек;
- 6) осуществление технологического прорыва и стратегического планирования и т.д.

Переход к цифровой трансформации в России включает в себя три основных этапа:

- 1) этап зарождения и становления (1994-2008 гг.);
- 2) этап активного развития (2009-2016 гг.);
- 3) этап трансформации (2017 по настоящее время).

Развитие электронной коммерции в России определяется объемом продаж, ростом компаний на рынке и его расширением. На Рис. 2 представлена динамика объема продаж российской e-commerce в 2021–2024 гг.

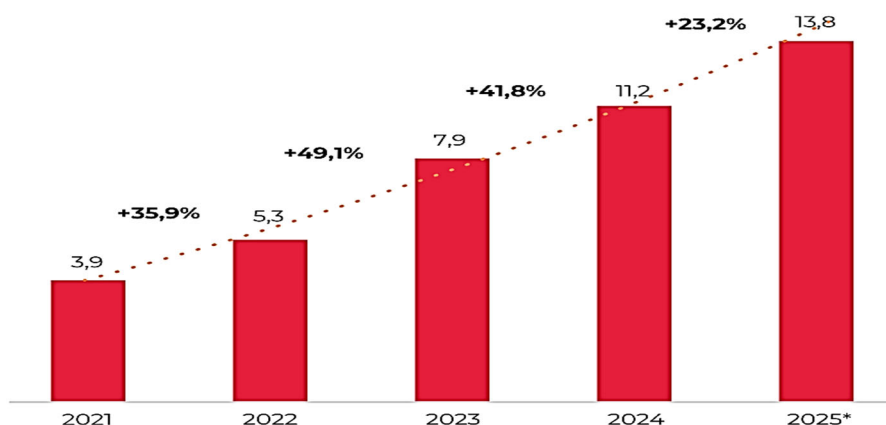


Рис.2. Динамика объёма продаж российской e-commerce в 2021–2024 гг., трлн руб. [3]

В 2024 году российский сегмент e-commerce впервые превысил 100 млрд долл. по объёму продаж, достигнув рекордных 121 млрд долл. (11,2 трлн руб.), что позволило России занять шестое место в рейтинге ведущих стран в области розничной электронной торговли. Доля онлайн-покупок в розничной торговле в России – 20,3%. По данному показателю Россия выше Турции (16,6%), США (16,3%) и Японии (14,7%), но ниже Китая (36,8%), Индонезии (29,7%), Южной Кореи (29,0%) и Великобритании (26,1%).

Примером российской электронной платформы, набирающей активные обороты в современных условиях может выступать «Яндекс Маркет». Данная платформа пользуется большим спросом со стороны потребителей продукции. Ее основным преимуществом является наличие умного поиска товаров, включая систему проверки качества, возможности быстрой доставки и другие услуги для клиентов рынка.

На трансграничную электронную коммерцию приходится около 31,2% всех мировых онлайн-продаж (Рис.3).

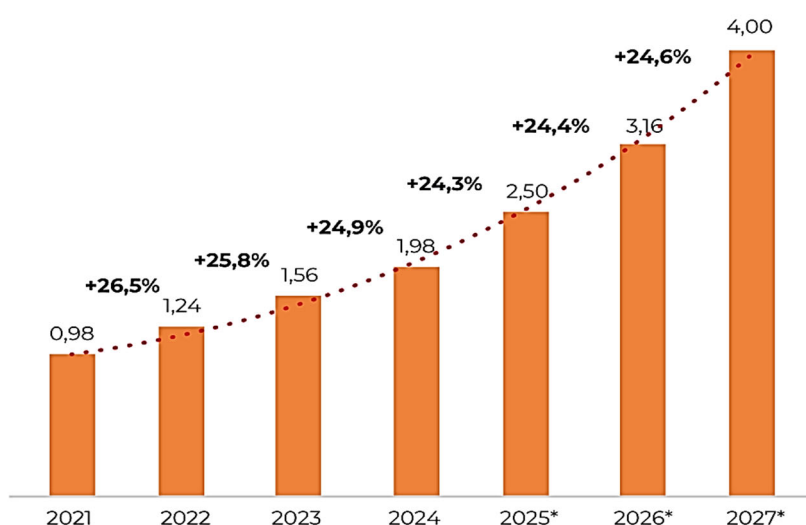


Рис. 3. Объем мировых продаж в сфере трансграничной электронной коммерции, трлн долл. [3]

В 2024 году объем мирового рынка трансграничной электронной коммерции оценивался в 1,98 трлн долл. Ожидается, что к 2027 году данный показатель достигнет 4 трлн долл. (рост в два раза).

Цифровая трансформация открыла новые пути повышения эффективности логистики и грузоперевозок в сфере трансграничной электронной коммерции, причем ключевое значение имеет решение таких центральных проблем, как инфраструктура, согласование мультимодальных перевозок, технологии и кадровое обеспечение [5, с.106].

Китайская электронная коммерция, цифровое оборудование, услуги связи, полупроводниковая промышленность и многие другие области имеют огромный масштаб доходов и существенные преимущества в международном сравнении [2, с.1052].

Примером китайской электронной платформы может выступать популярный маркетплейс «Taobao», которая представляет собой крупную торговую площадку для совершения сделок между продавцами и потребителями. При этом электронная платформа «Taobao» является посредником на рынке. На данной платформе можно найти большой ассортимент потребительских товаров, технику, одежду, продукты питания и многое другое.

В Китае применяются следующие способы повышения экономической эффективности платформ электронной коммерции:

- 1) использование прогнозирования и планирования показателей выполнения электронных заказов;
- 2) устранение проблемы «информационных островов» и осуществление информационного обмена между всеми участниками процесса;
- 3) бесшовная интеграция и выполнение операций в режиме онлайн на всем протяжении процесса [4, с.1].

К числу основных путей повышения эффективности деятельности предприятий электронной коммерции в Китае можно отнести:

- 1) повышение эффективности операционной деятельности на основе автоматизации сделок;
- 2) оптимизация логистики на основе применения новых цифровых платформ;
- 3) применение пользовательского опыта в области электронной коммерции с целью повышения эффективности деятельности компаний на рынке;
- 4) разработка новых цифровых моделей электронной коммерции;
- 5) повышение эффективности управления запасами на предприятиях электронной коммерции [6, с.163].

В данной статье разработаны рекомендации, направленные на повышение экономической эффективности платформ электронной коммерции в Китае и России в условиях цифровой трансформации, к числу которых можно отнести:

- 1) разработка государственных программ развития и поддержки электронной коммерции;
- 2) расширение международного сотрудничества, направленное на развитие электронной коммерции и повышение эффективности деятельности компаний на рынке;
- 3) развитие трансграничной торговли;
- 4) внедрение искусственного интеллекта и разработка новых электронных платформ;
- 5) совершенствование логистической инфраструктуры;
- 6) повышение уровня экономической безопасности и снижение рисков цифровизации;

7) персонализация и клиенториентированность деятельности и т.д.

Заключение

Можно сделать вывод о том, что цифровая трансформация оказывает большое влияние на экономическую эффективность платформ электронной коммерции в Китае и России, которое выражается в следующем: снижении затрат на транспортировку продукции, повышении производительности труда, формировании новых цепочек поставки продукции, повышении прибыли. Это в свою очередь создает благоприятные условия для роста и развития экономики двух государств, повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, а также завоевание лидирующих позиций на рынке.

Список литературы:

1. Булгатова Ю. С., Бальжинимаева Л. Т. Развитие цифровой экономики в России и Китае: сравнительный анализ // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2024. № 2 С. 19–24.
2. Чан Х. Исследование международной конкурентоспособности цифровой экономики России и Китая // Вопросы инновационной экономики. 2023. Т. 13, № 2. С. 1035-1052.
3. Электронная коммерция выступает катализатором трансформационных процессов в современной экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://1520international.com/content/2025/oktyabr-2025/elektronnaya-kommertsiya-v-rossii-i-kitae/?ysclid=mo7fhmdxs2617278578> (дата обращения 20.04.2026)
4. Liu Haojia. Study on the Impact of Digital Transformation of E-commerce Enterprises on Supply Chain Coordination Efficiency and Performance // Shanxi Science and Technology Newspaper. 2025. No. 3. pp. 1–2. URL: https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nzlp6VQO_JUkpBbw9Hsz2BBG16qqxFjQHllfaHXVrYMJTgk2Xy9H775Q1c3OdLK2EnGMs0bHoyYk_YEciI6uIHSvWMDMTL1fHfIIBaYfTarC25S70Qu9Q1ONAPPW5dIfcVP4gxVOJ5V5c1T5VN2-C2SAA3FPERmJFJ_GR2rU_kXYg==&uniplatform=OVERSEA&language=EN (accessed: 20.04.2026)
5. Yang Fangwen. Analysis of Ways to Improve the Efficiency of Cross-border E-commerce Logistics in the Context of Digital Transformation // 2026. No. 1. pp. 106–108. URL: <https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nwxPnzyinoFLz9gMApp8hDY6g7f1T7CkXhsEAjsRwTXLAWrIulv4t9IUjRvFYOf7uypB1o0JKLff6BihyZzW57Mdb5p9cyT0Q2LNb5-Z3nG-XnvlesziCBJPzK5VZFHZGe6Bc8MPn44A9wpwtqz4DnKIMjo1ailcbj50Ni-m43g==&uniplatform=OVERSEA&language=EN> (accessed: 20.04.2026)
6. Zhao Xu. Study on the Impact of Digital Transformation on the Management Model and Operational Efficiency of E-commerce Enterprises // 2025. No. 19. pp. 163–165. URL: https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nz1nN79-9x2cEiuqcvqCu53n93gW8b681kc1M3_M1TuCC2alzlvnYKPM59v3WcNOY7-tRby4lBH5xEaUEltFCdr5GEkP1shcbYYjG_ewbwsKmQ7Mj70SOtSlsZBd3BQ6iaHHCg335Vi2ICRim0o1uL-GtJDTyFlj_6x9oWArHTmdQ==&uniplatform=OVERSEA&language=EN (accessed: 20.04.2026).

References:

1. Bulgatova Yu. S., Balzhinimaeva L. T. Development of the Digital Economy in Russia and China: A Comparative Analysis // Bulletin of Buryat State University. Economics and Management. 2024. No. 2. pp. 19–24.
2. Chan H. A Study on the International Competitiveness of the Digital Economy in Russia and China // Russian Journal of Innovation Economics. 2023. Vol. 13, No. 2. pp. 1035-1052.
3. E-commerce as a Catalyst for Transformation Processes in the Modern Economy [Electronic resource]. URL: <https://1520international.com/content/2025/oktyabr-2025/elektronnaya-kommertsiya-v-rossii-i-kitae/?ysclid=mo7fhmdxs2617278578> (accessed: 20.04.2026)
4. Liu Haojia. Study on the Impact of Digital Transformation of E-commerce Enterprises on Supply Chain Coordination Efficiency and Performance // Shanxi Science and Technology Newspaper. 2025. No. 3. pp. 1–2. URL: https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nzlp6VQO_JUkpBbw9Hsz2BBG16qqxFjQHllfaHXVrYMJTgk2Xy9H775Q1c3OdLK2EnGMS0bHoyYk_YEciI6uIHSvWMDMTL1fHfllBaYfTarC25S70Qu9Q1ONAPPW5dIfcVP4gxVOJ5V5c1T5VN2-C2SAA3FPERmJFJ_GR2rU_kXYg==&uniplatform=OVERSEA&language=EN (accessed: 20.04.2026)
5. Yang Fangwen. Analysis of Ways to Improve the Efficiency of Cross-border E-commerce Logistics in the Context of Digital Transformation // 2026. No. 1. pp. 106–108. URL: <https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nwxpNzyinoFLz9gMApp8hDY6g7f1T7CkXhsEAjsRwTXLAWrlulv4t9IUjRvFYOf7uyyB1o0JKLff6BihyiZzW57Mdb5p9cyT0Q2LNb5-Z3nG-XnvlesziCBJPzK5VZFHZGe6Bc8MPn44A9wpwtqz4DnKIMjo1ailcbj50Ni-m43g==&uniplatform=OVERSEA&language=EN> (accessed: 20.04.2026)
6. Zhao Xu. Study on the Impact of Digital Transformation on the Management Model and Operational Efficiency of E-commerce Enterprises // 2025. No. 19. pp. 163–165. URL: https://oversea.cnki.net/kcms2/article/abstract?v=ZMT4ddBD2nz1nN79-9x2cEiuqcvcqCu53n93gW8b681kc1M3_M1TuCC2alzlvnYKPM59v3WcNOY7-tRby4lBH5xEaUEltFCdr5GEkP1shcbYYjG_ewbwsKmQ7Mj70SOtSlsZBd3BQ6iaHHCg335Vi2ICRim0o1uL-GtJDTyFIj_6x9oWArHTmdQ==&uniplatform=OVERSEA&language=EN (accessed: 20.04.2026).