

аудитория Apple Pay увеличивается на 1 млн человек еженедельно. В то же время по данным Juniper Research, услугами бесконтактных платежных сервисов, таких как Apple Pay, в этом году воспользуются 148 млн пользователей по всему миру.

#### Источники

1. В Беларуси банки массово подключились к платежному сервису Apple Pay [Электронный ресурс] // TUT.by. — Режим доступа: <https://finance.tut.by/news663723.html>.

2. Как Apple Pay влияет на платежную индустрию [Электронный ресурс] // Хабр. — Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/payonline/blog/304332/>.

**Сунь Бинь**

*БГЭУ (Минск)*

*Научный руководитель — Н.С. Шелег, д-р экон. наук, профессор*

## АНАЛИЗ КИТАЙСКО-РОССИЙСКОЙ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА БАЗЕ ALIEXPRESS

В эпоху нового способа международной торговли трансграничная электронная торговля характеризуется низкими затратами, высокой эффективностью, оцифровкой и глобальностью. В частности, по сравнению с традиционной международной торговлей трансграничная электронная коммерция упрощает промежуточные звенья, сокращает цепочку создания стоимости, уменьшает передачу прибыли и в конечном счете достигает цели экономии транзакционных издержек и повышения эффективности торговли. В то же время трансграничная электронная торговля также является новым двигателем, способствующим росту китайско-российской двусторонней торговли, и постепенно становится новой моделью китайско-российского торгово-экономического сотрудничества. Сдерживают ее развитие недостаточная инфраструктура, низкая эффективность трансграничных логистических перевозок и отсутствие информационной безопасности. Поэтому, исходя из современного развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией, путем поиска благоприятных условий для трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией и использования успешного опыта AliExpress на российском рынке, можно сформулировать научно-практическую стратегию ее развития с целью продвижения трансграничного китайско-российского сотрудничества в сфере торговли. Быстрое развитие электронной коммерции и улучшение качества торговли между Китаем и Россией, несомненно, имеют важное теоретическое и практическое руководящее значение.

Основываясь на существующих результатах исследований, эта работа анализирует типичный случай трансграничной электронной торговли и общую среду развития Китая и России на макро- и микроуровнях, основанную на комбинации теории и случая, и проектирует трансграничную электронную торговлю между Китаем и Россией. Будущая стратегия развития компании будет помогать развитию трансграничной электронной торговли, что поспособствует росту двусторонних торговых отношений в целом между Китаем и Россией. Поэтому в сочетании с теорией технологических инноваций теория транзакционных издержек анализирует мягкие и жесткие условия, необходимые для развития трансграничной электронной торговли, анализирует текущую ситуацию и тенденции развития трансграничной электронной торговли в Китае и России на макроуровне. Используя AliExpress в качестве объекта исследования китайско-российского трансграничного успеха в электронной торговле, необходимо проанализировать режим работы всей цепочки поставок по трем аспектам: информационного потока, логистики и движения капитала и сравнить его с традиционной цепочкой поставок внешней торговли. Успешный опыт, возможно, станет ориентиром для разработки следующих стратегий. Предполагается провести SWOT-анализ преимуществ и недостатков развития трансграничной электронной торговли в Китае и России, а также разработать стратегии и платформы поддержки на основе результатов проведенного анализа. Для улучшения применения и развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией в двусторонней торговле приняты стратегия строительства, четыре стратегии развития и соответствующие защитные меры стратегии и стратегии развития талантов.

В последние годы китайско-российское торгово-экономическое сотрудничество активно развивается, расширяется двусторонняя торговля, реализуется стратегия «Один пояс — один путь», что является благоприятным условием для упрощения процедур торговли. В связи с развитием современных информационных технологий электронная коммерция с невысокой репутацией постепенно становится новой тенденцией китайско-российского торгово-экономического сотрудничества с широкими перспективами развития.

**И.Г. Сысой**  
БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель — И.М. Микулич, канд. экон. наук, доцент*

## **ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ОБЪЕКТОВ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года важное