



Анна АКСЕНЕВИЧ

*Институт экономики НАН Беларуси,
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: anyaaksenevich@gmail.com*

УДК 339.138

<https://doi.org/10.29235/1818-9806-2025-8-74-85>

Развитие электронной коммерции в сельской местности: опыт Китая

Проанализирован опыт Китайской Народной Республики в электронной коммерции в сельской местности. Выделены преимущества развития региональной онлайн-торговли в разрезе таких моделей е-бизнеса, как традиционные маркетплейсы, социальные сети, лайвстриминг, цифровая бизнес-модель на основе сельскохозяйственной кооперации. Идентифицированы ключевые вызовы и риски, с которыми сталкивается онлайн-бизнес на периферии. Исследованы инструменты и механизмы поддержки предпринимателей в сельской местности, содействия их вовлечению в электронную коммерцию. Определены направления развития е-бизнеса вне городов.

Ключевые слова: электронная коммерция в сельской местности, опыт Китая в е-бизнесе, вовлечение сельхозтоваропроизводителей в онлайн-торговлю.

Anna AKSENEVICH

*Institute of Economics
of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: anyaaksenevich@gmail.com*

E-commerce development in rural areas: China's experience

The Chinese experience in e-commerce development in rural areas is analyzed. The advantages of developing regional e-trade are highlighted in terms of the main e-commerce models: traditional e-commerce marketplaces, social networks, a live streaming model, and digital business models based on agricultural cooperation. The key challenges and risks faced by online-businesses in rural areas have been identified. The tools and mechanisms of supporting and promoting the involvement of rural entrepreneurs in e-commerce are investigated. The directions of e-businesses development in countryside have been identified.

Keywords: e-commerce in rural areas, China's experience in e-business, involvement of agricultural producers in online trade.

© Аксенович А., 2025

Введение

В современных условиях хозяйствования для выживаемости бизнеса, в том числе в сельской местности, сохранения его конкурентоспособности важно обеспечить комплексную цифровизацию деятельности.

Отечественные регуляторы осознают необходимость цифровой трансформации сельского бизнеса. Так, в проекте Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2040 года [1] в качестве одного из важнейших направлений развития агробизнеса обозначено создание платформ электронной торговли продуктами питания, мобильных приложений для розничных покупателей, оптовых распределительных центров с современными цифровыми технологиями товародвижения и возможностью формирования электронных торгов и заказов. В Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы [2] также определяется необходимость создания благоприятных условий для развития предпринимательства в сельском хозяйстве, его цифровизации.

В то же время текущий уровень диджитализации бизнеса в сельской местности Беларуси находится на начальном этапе. Так, первый заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь И. В. Вежновец отметил, что сельская местность в настоящее время слабо охвачена электронной коммерцией: «Необходимы новые подходы, инновационные решения, которые бы снизили затраты и обеспечивали высокое качество обслуживания» [3]. Предстоит значительная работа как со стороны органов государственного регулирования, занятых вопросами цифровизации агробизнеса, так и субъектов хозяйствования.

В данном контексте практический интерес вызывает опыт Китая: показательный пример того, как бизнес в сельской местности при помощи новых технологий приобретает цифровые конкурентные преимущества.

Цель исследования – проанализировать опыт Китая по развитию электронной коммерции в сельской местности и определить наиболее эффективные инструменты и механизмы поддержки, которые могут быть в последующем применены в Беларуси.

Основная часть

Характеристика китайского рынка электронной коммерции в сельской местности

Электронная коммерция стала своего рода двигателем развития китайских сельских районов: при реализации своей продукции на таких платформах, как Taobao, Douyin и Kuaishou, предприниматели получили возможность диверсифицировать каналы сбыта и тем самым увеличить объемы продаж, а также повысить качество сельхозпродукции, снизить цены, обеспечить широкий выбор для покупателей.

По состоянию на декабрь 2024 г. число интернет-пользователей за пределами городов Китая составило около 313 млн человек (это почти 28,2 % их общего количества) [4]. Сумма электронных транзакций розничной торговли в сельских районах растет: по итогам 2024 г. – 2,69 трлн юаней (в 2023 г. – 2,49 трлн юаней) [5]. В 2021 г. через платформы электронной коммерции китайскими предпринимателями было реализовано сельскохозяйственной продукции на сумму около 422 млрд юаней. Ожидается, что к концу 2025 г. объем ее онлайн-продаж достигнет 804 млрд юаней [6].

Опыт китайских сельских предпринимателей действительно впечатляет: дистрибуция сельскохозяйственной продукции (товаров, работ, услуг) (далее – сельскохозяйственная продукция) через цифровые каналы позволяет приобрести ряд экономических выгод.

Так, предприниматели из уезда Гутянь (г. Ниндэ провинции Фуцзянь на юго-востоке Китая) благодаря платформам электронной коммерции и онлайн-трансляциям смогли значительно расширить рынки сбыта. Это дало возможность торговать грибами по всей стране. В первом полугодии 2023 г. компания «Хуан» получила 600 тыс. заказов на снежные грибы (тремелла), что значительно превысило предыдущие результаты хозяйственной деятельности при использовании традиционных каналов сбыта (реализация супермаркетам, фермерским рынкам и перерабатывающим предприятиям) [7].

Благодаря прямым трансляциям и коротким видеороликам субъекты бизнеса из сельской местности имеют возможность познакомить потенциальных покупателей с ключевыми характеристиками продукции, продемонстрировать условия ее производства и т. п., что повышает доверие и лояльность потребителей, помогает привлечь новую аудиторию без дополнительных затрат. Показателен опыт предпринимательницы из уезда Даочэн Гарцзе-Тибетского автономного округа провинции Сычуань [8]. На платформе Kuaishou владелица бизнеса сделала рекламу своей продукции – гриба кордицепса (нашел применение в китайской народной медицине) – и в итоге расширила целевую аудиторию (видео было просмотрено 500 тыс. раз, плюс 3000 новых подписчиков). Сейчас количество ее подписчиков на Kuaishou составляет 2,2 млн человек, реализация продукции осуществляется в том числе за счет прямых трансляций с потенциальными покупателями. В целях обеспечения своего онлайн-канала постоянным контентом о местной сельхозпродукции был создан кооператив, объединяющий местных фермеров: его годовой доход может достигать 5 млн юаней.

Цифровизация бизнес-процессов позволяет значительно сократить транзакционные издержки и риски, связанные с продвижением продукции до конечного потребителя. Часто сельские предприниматели применяют комбинированный подход в рамках сбытовой политики – используют сразу несколько моделей электронной коммерции.

Среди наиболее распространенных в китайской практике следует выделить традиционные торговые онлайн-площадки, социальные платформы электронной коммерции и такие актуальные инновационные модели, как лайвстриминг и цифровая бизнес-модель на основе сельскохозяйственной кооперации [9] (табл. 1).

Т а б л и ц а 1. Конкурентные преимущества, формируемые предпринимателями из сельской местности благодаря участию в электронной коммерции

Тип	Преимущества для предпринимателей
Традиционные платформы электронной коммерции (<i>Alibaba, jd.com, Suning</i>) – реализация продукции через крупные платформы электронной коммерции. Инициатором покупки выступает потребитель	Доступ к широкой клиентской базе; сокращение числа посредников, задействованных на каждом этапе цепочки создания добавленной стоимости; снижение транспортных расходов и сроков доставки, что особенно важно для мелких предпринимателей, за счет предоставления платформами складских услуг (ряд цифровых компаний электронной коммерции имеют собственные физические логистические центры); высокое качество удовлетворения потребительского спроса на сельскохозяйственную продукцию (свежая и безопасная, удобство доставки, индивидуализация потребительского спроса и пр.); доступ к цифровым финансовым технологиям
Социальные платформы электронной коммерции (<i>WeChat, TikTok, Pinduoduo</i>) – продвижение товаров в социальных сетях, групповых чатах. С помощью алгоритмов, в основе которых лежат технологии искусственного интеллекта, для бизнеса предоставляется возможность более точного понимания и прогнозирования потребительского спроса	Снижение транзакционных издержек, связанных с поиском и привлечением клиентов; расширение целевой аудитории за счет того, что потребители могут делиться ссылками (информацией) на товары с другими пользователями социальных платформ
Лайвстриминг, или технологии прямой трансляции (<i>Taobao Live, Kuaishou</i>), – продвижение продукции с помощью онлайн-платформ прямой трансляции. Инициатором сделки выступает предприниматель	Снижение информационной асимметрии вследствие демонстрации продукции в режиме онлайн; ведущие прямых трансляций играют важную роль во взаимодействии и коммуникации с потребителями, формируя их мнение о товаре, помогая укрепить их доверие; популяризация сельской культуры и содействие продвижению сельскохозяйственной продукции за счет предоставления субъектам агробизнеса возможностей быть увиденными и услышанными большей аудиторией благодаря онлайн-трансляциям, которые не требуют дополнительных затрат в виде создания и развития физической инфраструктуры (торговых площадей, демонстрационных складов и т. п.); получение предпринимателями информации и отзывов непосредственно от потребителей, что содействует более точному прогнозированию спроса

Тип	Преимущества для предпринимателей
<i>Цифровая бизнес-модель на основе сельскохозяйственной кооперации (ферма Duoduo) – объединение фермерских домохозяйств, в том числе малообеспеченных, в кооперативы (добровольные объединения сельских домохозяйств, производящих аналогичную сельхозпродукцию), в основе которых лежат контрактные взаимоотношения и принцип взаимопомощи. Продукция реализуется через совместные цифровые каналы сбыта</i>	Снижение транзакционных издержек и рисков при продвижении продукции за счет кооперации хозяйствующих субъектов; те же преимущества, что и для представленных выше моделей электронной коммерции

Примечание. Составлено по [9].

Среди ключевых вызовов, влияющих на развитие электронной коммерции в сельской местности, китайские онлайн-предприниматели выделяют следующие (в порядке приоритетности) [10, с. 118]:

- 1) большие затраты на рекламу и продвижение;
- 2) жесткая конкуренция;
- 3) плохой менеджмент;
- 4) неопределенные правила пользования интернет-платформами;
- 5) дефицит квалифицированных кадров, дорогостоящая рабочая сила;
- 6) недостаточная поддержка со стороны государства;
- 7) значительная налоговая нагрузка;
- 8) затрудненный доступ к финансированию (банки воспринимают сельское хозяйство как высокорисковый сектор, что влечет за собой высокие процентные ставки для агробизнеса, отказ в кредитовании и др.);
- 9) коррупция.

Интересен факт, что предприятия электронной коммерции не выделяют финансовую поддержку со стороны государства в качестве ключевой необходимости для развития своего бизнеса. Прямая финансовая поддержка не является распространенной практикой даже в деревнях Таобао. Среди всех опрошенных онлайн-предпринимателей [10, с. 120] 46 % не занимали финансовых средств с момента открытия своего бизнеса, 46 % привлекали ресурсы через неформальные каналы (члены семьи, друзья и родственники), 18 % брали займы в Ant Financial.

Стоит отметить, что последняя используется в качестве дополнительного источника финансирования (как было отмечено выше, владельцы интернет-магазинов в сельской местности обращаются к родственникам и друзьям). Сумма выдаваемого кредита в Ant Financial меньше, чем в банках, но больше, чем занимаемая у родственников, – в среднем она составляет 56 970 юаней. В свою очередь, в банках объемы почти в 2 раза выше – 101 238 юаней; у родственников – 51 082 юаней, друзей – 37 135 юаней, членов семьи – 26 815 юаней [9, с. 7].

Среди основных причин, почему китайские предприниматели из сельской местности предпочитают финансовую помощь со стороны родственников услугам банков, следует отметить прежде всего культурные традиции страны: семейные связи играют важную роль, обеспечивают более легкие и гибкие условия получения денег по сравнению с банковскими процедурами.

С развитием социальной коммерции и мобильных платежных систем распространенной формой привлечения средств является краудфандинг [11]. Также подчеркнем: не все регионы имеют необходимую цифровую инфраструктуру, что затрудняет доступ сельских предпринимателей к электронным банковским услугам.

В свою очередь, среди ключевых мер со стороны правительства предприниматели отмечают информационную поддержку (56 % опрошенных онлайн-предпринимателей), обеспечение условий для честной конкуренции (52 %), а также подготовку кадров (41 %) [10, с. 119].

Китайская практика поддержки развития электронной коммерции в сельской местности

Государственные органы оказывают содействие в формировании устойчивой физической и цифровой инфраструктуры, обеспечивающей эффективную реализацию сельскохозяйственной продукции конечным потребителям; контролируют ее продвижение по электронным каналам сбыта (проведение экспертиз, применение штрафов в случае нарушения безопасности пищевых продуктов) [12–14].

С 2005 г. китайскими властями совместно с крупнейшими цифровыми лидерами формируется комплексная система поддержки развития электронной коммерции, в том числе в сельской местности [15] (табл. 2).

Т а б л и ц а 2. Направления поддержки развития электронной коммерции в сельской местности Китая

Тип поддержки	Мероприятия
Организационная	<i>Функционирование на базе крупнейших компаний электронной коммерции структурных подразделений по цифровому развитию сельского хозяйства.</i> Группой компаний Alibaba, одной из крупнейших торговых платформ в мире, в целях координации дистрибуции сельскохозяйственной продукции создано и функционирует подразделение цифрового сельского хозяйства. Также в рамках содействия диджитализации аграрной сферы Alibaba в 2020 г. объявила об открытии первого в Китае цифрового центра сельского хозяйства площадью 53 га (Nema City в г. Цзыбо, провинция Шаньдун). Он представляет собой производственно-товарные склады сельскохозяйственной продукции в северном Китае, которые способствуют сбыту свежих продуктов. Создание и работу данного центра контролирует Министерство сельского хозяйства КНР

Тип поддержки	Мероприятия
	<i>Программа «100 продуктов из 100 провинций».</i> Цель – оказание помощи по продвижению местных сельхозпродуктов, улучшению брендов и развитию цифровых талантов в сельской местности: предоставление бизнесу дополнительных ресурсов на поддержку бренда, в том числе содействие в организации мероприятий в отдельно взятых районах, насчитывающих миллион участников; подготовка и обучение лидеров в сельской индустрии; создание серии рекламных фильмов и пр.
	<i>Организация сельскохозяйственных прямых трансляций на базе цифровых платформ.</i> С момента запуска в 2019 г. платформы Taobao Rural Livestreaming участниками прямых трансляций стали более 110 000 китайских предпринимателей из сельской местности, осуществивших 3,3 млн онлайн-сессий. По всей стране было создано более 20 сельских баз прямых трансляций. Трансляции Nema Village и Taobao Live стали новыми форматами цифрового сельского хозяйства. В 2023 г. на платформе Kuaishou была запущена программа по проведению прямых трансляций в сельской местности. Предполагаемый объем инвестиций в данный проект составляет 50 млн юаней (около 7,1 млн долл. США). Основная цель – поддержка большего числа сельских онлайн-предпринимателей
	<i>Организация и обеспечение функционирования цифровых сельскохозяйственных экосистем.</i> В 2019 г. в ходе подписания соглашений о стратегическом сотрудничестве с местными органами власти (была выделена денежная субсидия 2,9 млрд юаней, или 413 млн долл. США) компания Pinduoduo запустила проект «Ферма Duoduo» в г. Нуцзян, Баошань, Вэньшань и Линьцан провинции Юньнань, инвестировав 15,9 млрд юаней, или 2,2 млрд долл. США, в маркетинг. Главная цель – предоставить субъектам агробизнеса возможность сохранения большей экономической ценности в цепочке поставок, улучшить условия ведения бизнеса, обеспечить поддержку в запуске интернет-магазинов предпринимателями из сельской местности и пр. Фермы Duoduo представляют собой экосистемы, объединяющие домохозяйства в своего рода кооперативы (выступают производителями, переработчиками и продавцами продукции), получающие дивиденды от прибыли такого объединения. Участники прикладывают совместные усилия по развитию производственных мощностей (закупка необходимых ресурсов, современного сельскохозяйственного оборудования и пр.), укреплению самоорганизации и взаимопомощи в рамках кооператива, продвижению продукции, что положительно сказывается на их долгосрочных доходах (в дальнейшем происходит перераспределение прибыли между всеми членами). В основе функционирования ферм Duoduo лежит модель 3-стороннего сотрудничества: платформа Pinduoduo – органы местной власти – сельскохозяйственные научно-исследовательские организации

Продолжение табл. 2

Тип поддержки	Мероприятия
Финансовая и технологическая	<i>Программы инклюзивного финансирования в сельских районах от MYbank</i> (первый в Китае онлайн-банк, находящийся под управлением Ant Financial, одной из крупнейших финансовых компаний в мире (входит в Alibaba Group)). Охвачено около 9 млн клиентов, проживающих в сельской местности. Сумма выданных кредитных средств превысила 800 млрд юаней (122 млрд долл. США)
	<i>Инициатива «Технологическая и финансовая поддержка лидеров в области возрождения сельских районов» от MYbank.</i> Предоставление беспроцентных кредитов сроком на год и долгосрочных льготных процентных ставок наиболее успешным и перспективным субъектам агробизнеса (необходимо одобрение кандидатур на всех административных уровнях)
	<i>Финтех-поддержка предпринимателей в сельской местности.</i> Среди основных бизнес-моделей FinTech стоит выделить цифровое инклюзивное финансирование в сельской местности, а также промышленное и платформенное. В качестве примера приведем инициативу онлайн-банка MYbank (совместно с Центром больших данных и Министерством сельского хозяйства КНР) по использованию технологии дистанционного зондирования земли со спутника Tomtit (позволяет прогнозировать климатические риски, стихийные бедствия, точно определять площади сельскохозяйственных земель и категории сельскохозяйственных культур, а также стоимость урожая), что предоставляет банку новые возможности для мониторинга рисков, обеспечения субъектов агробизнеса индивидуальными услугами по оценке кредитоспособности и финансированию (кредитные финансовые услуги без залогового обеспечения и т. п.)
	<i>Безвозмездная поддержка предпринимателей в сельской местности (краудфандинг).</i> Интерактивный проект Ant Farm разработан группой компаний Ant для предоставления государственных услуг, использует Alipay в качестве общественной платформы для сотрудничества с авторитетными благотворительными организациями. Цель – стимулирование общественности к широкому участию в благотворительной деятельности (краудфандинг), направленной в том числе на возрождение сельских районов
Подготовка кадров высокой квалификации	<i>Программа «100 продуктов из 100 провинций».</i> Включает меры поддержки малых предприятий, связанных с сельским хозяйством, которые занимаются (или планируют) электронной коммерцией. Благодаря программе «Цифровой фермер» группа компаний Ant готовит специалистов в области брендинга и ведения агробизнеса. В 2023 г. профессиональное обучение прошли в общей сложности 1056 продавцов сельскохозяйственной продукции
	<i>Образовательные программы в сфере электронной коммерции и цифрового маркетинга.</i> Важной частью системы поддержки развития электронной коммерции в рамках ферм Duoduo являются программы для предпринимателей из сельской местности: на базе Университета Duoduo (образовательного подразделения Pinduoduo) проходит обучение навыкам ведения электронной коммерции, основам маркетинга. Помимо онлайн-курсов проводятся также очные занятия в китайских провинциях

Тип поддержки	Мероприятия
Развитие информационно-коммуникационной и логистической инфраструктуры	<i>Модернизация сельской инфраструктуры Китая.</i> Одна из крупнейших в мире платформ в сфере логистики и информационных технологий Cainiao Village, также входящая в состав Alibaba Group, создает каналы дистрибуции на уровне округов, поселков и деревень, а также скоростные автомагистрали для доставки сельскохозяйственной продукции. На уровне китайского правительства в качестве приоритетных направлений обозначены: - развитие систем финансового гарантирования, соответствующих особенностям развития транспортной системы; - разработка инвестиционных механизмов, обеспечивающих устойчивое и эффективное развитие транспортно-логистической системы, механизмов по урегулированию долговых рисков; - совершенствование инструментов долгосрочного финансирования проектов по развитию транспортно-логистической системы и пр.

Примечание. Составлена по [16–24].

Как следует из табл. 2, система поддержки развития китайских предпринимателей в сельской местности носит комплексный характер:

- предоставляется организационная, финансовая, финтех-поддержка;
- реализуются программы подготовки квалифицированных кадров, обладающих высоким уровнем цифровых навыков;
- осуществляется инвестирование в развитие информационно-коммуникационной инфраструктуры, являющейся неотъемлемым элементом цифровизации бизнеса в сельской местности и пр.

Заключение

Особую значимость в современных реалиях приобретает цифровая трансформация аграрной сферы, без которой невозможно устойчивое развитие сельских территорий.

Участие субъектов агробизнеса в электронной коммерции позволяет им получать ряд выгод:

- снижение транзакционных издержек, связанных с поиском и привлечением клиентов, осуществлением платежно-расчетных операций;
- сокращение транспортных расходов и сроков доставки сельскохозяйственной продукции;
- уменьшение информационной асимметрии при продвижении продукции до конечного потребителя;
- отсутствие необходимости в дополнительных затратах, связанных с созданием и развитием физической торговой инфраструктуры и пр.

Рассмотренный опыт Китайской Народной Республики позволил выявить эффективные модели электронной коммерции, которые могут быть приняты

к использованию белорусскими предпринимателями из сельской местности: реализация сельскохозяйственной продукции через социальные сети, прямые трансляции (в том числе путем объединения усилий бизнес-субъектов в части создания единого цифрового канала для реализации сельскохозяйственной продукции).

Определены основные направления развития электронной коммерции в сельской местности, которые целесообразно учесть в рамках цифрового преобразования белорусских регионов, формирования «деревень будущего» (населенных пунктов с модернизированной социальной инфраструктурой, высоким уровнем благоустройства [25, 26], являющихся одним из важных элементов реализации белорусской концепции регионального развития):

1. *Государственно-частное партнерство становится важной движущей силой в создании благоприятной экосистемы для цифровизации сельского хозяйства.* Опыт Китая демонстрирует важность участия крупных компаний в содействии развитию электронной коммерции, привлечении субъектов бизнеса из сельской местности на цифровые платформы. Так, нельзя не отметить значимую роль группы компаний Alibaba, которая не только разрабатывает ряд проектов в этом направлении (программа «100 продуктов из 100 провинций», ET Agricultural Brain и пр.), но и активно сотрудничает с государственными регуляторами путем осуществления ряда совместных проектов (например, цифровой центр сельского хозяйства Нема Сити вместе с Министерством сельского хозяйства КНР).

2. *Образовательные программы по развитию цифровых навыков у сельского населения.* В целях повышения мотивации агропредпринимателей к участию в электронной коммерции целесообразно инвестировать в разработку образовательных программ по развитию цифровых навыков. Так, фермеры могут не осознавать ценности IT-инноваций, содействующих повышению эффективности их хозяйственной деятельности, что обуславливает слабый интерес к электронной торговле.

С целью разрешения этой проблемы крупные китайские компании сегмента e-commerce разрабатывают и успешно внедряют различные инструменты и инновационные механизмы, способствующие приросту бизнес-субъектов из сельской местности на своих онлайн-платформах (тренинги, технологическая и финансовая поддержка и т. п.).

3. *Предоставление финансовой поддержки агробизнесу, участвующему в электронной коммерции.* Важными направлениями финансовой помощи выступают инвестирование в разработку систем инклюзивного цифрового финансирования в целях повышения эффективности коммерческой деятельности субъектов хозяйствования (программы инклюзивного финансирования в сельских районах от MYbank), развитие краудфандинговых платформ (проект Ant Farm), обеспечение безопасности транзакций в интернет-среде, а также реализация мер по повышению уровня доверия предпринимателей к инструментам интернет-финансирования.

4. *Разработка и внедрение в сельскохозяйственную практику инновационных технологических решений, развитие цифровой инфраструктуры в сельской местности.* Использование передовых технологий позволяет производить более качественный и точный прогноз потребительского спроса, дает возможность банкам предлагать субъектам агробизнеса индивидуальные услуги по оценке кредитоспособности и финансированию. В качестве одного из примеров китайской практики приведем технологию Tomtit от MYbank (совместная реализация с Министерством сельского хозяйства КНР).

5. *Развитие информационно-коммуникационных и транспортно-логистических систем как неотъемлемых элементов электронной коммерции.* Для увеличения участия сельского населения и предпринимателей в электронной коммерции целесообразно, в том числе со стороны крупных игроков рынка, инвестировать в создание и развитие транспортно-логистических систем, облегчающих доставку товаров и услуг; в совершенствование инфраструктуры логистики «последней мили» в сельской местности (например, платформа в сфере логистики и информационных технологий Cainiao от Alibaba, цифровой центр сельского хозяйства Nema City).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Проект Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь на период до 2040 года // Министерство экономики Республики Беларусь. – URL: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR/proekt-Natsionalnoj-strategii-ustojchivogo-razvitija-na-period-do-2040-goda.pdf> (дата обращения: 20.05.2025).
2. О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021–2025 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 1 февр. 2021 г. № 59 // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – URL: <https://mshp.gov.by/uploads/Files/prog/post59.pdf> (дата обращения: 20.05.2025).
3. Волчков, В. Цифровизация является ключевым трендом торговли, но с сохранением и традиционных ниш / В. Волчков // SB.BY. Беларусь сегодня. – URL: <https://www.sb.by/articles/ot-prilavka-do-didzhitalizatsii-.html>. – Дата публ.: 05.09.2024.
4. Internet Users in the Rural Areas of China from 2014 to December 2024 // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/265158/number-of-internet-users-in-rural-areas-in-china> (date of access: 26.05.2025).
5. Size of China's Rural Online Shopping Market from 2015 to 2024 // Statista. – URL: https://www.statista.com/statistics/746727/china-transaction-scale-of-rural-online-shopping-market_ (date of access: 26.05.2025).
6. Online Retail Sales Value of Agricultural Products in China from 2016 to 2021 with Estimates until 2025 // Statista. – URL: <https://www.statista.com/statistics/1253521/china-online-retail-value-of-agricultural-products> (date of access: 26.05.2025).
7. E-commerce Boosts Sales of Agricultural Products in China // People's Daily Online. – URL: <http://en.people.cn/n3/2023/0911/c90000-20070345.html> (date of access: 27.05.2025).
8. Village Vloggers in China Cash in On Live Streaming // The Straitstimes. – URL: <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/village-vloggers-in-china-cash-in-on-livestreaming> (date of access: 27.05.2025).
9. Rural E-commerce Development: Experience from China // FAO. – URL: <https://openknowledge.fao.org/server/api/core/bitstreams/ae214fb0-fe76-46a1-b4a1-83052956b8d4/content> (date of access: 27.05.2025).

10. E-commerce Development: Experience from China // World Bank Group. – URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/552791574361533437/pdf/E-commerce-Development-Experience-from-China.pdf> (date of access: 28.05.2025).
11. Вдовин, А. Н. Банковский сектор Китая: цифровизация как катализатор развития и ответ на вызовы / А. Н. Вдовин // Экономические отношения. – 2022. – Т. 12, № 4. – С. 783–806.
12. 2024 年政府工作报告 (全文) Report on the Work of the Government (2024) // China.org.cn. – URL: http://www.china.org.cn/chinese/2024-03/14/content_117057714.htm (date of access: 28.05.2025).
13. Internet Plus Agriculture: A New Engine for Rural Economic Growth in the People's Republic of China // ADB. – URL: <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/455091/internet-plus-agriculture-prc.pdf> (date of access: 28.05.2025).
14. Alibaba Cloud Launches ET Agricultural Brain at the Shanghai Computing Conference // Alibaba Cloud. – URL: https://www.alibabacloud.com/en/press-room/alibaba-cloud-launches-et-agricultural-brain-at-the-shanghai-computing?_p_lc=1 (date of access: 28.05.2025).
15. Yiping, H. This is How Digital Banking Could Boost China's Economy / H. Yiping // World Economic Forum. – URL: <https://www.weforum.org/stories/2020/02/china-digital-revolution-bank-lending-finance-economy> (date of access: 28.05.2025).
16. Цайняо: [сайт]. – М., 2013–2023. – URL: <https://cainiao.ru> (дата обращения: 29.05.2025).
17. Ant Group: 2023 Sustainability Report // Ant Group. – URL: https://mdn.alipayobjects.com/huamei_f5zjmk/afts/file/A*ILkpSadSmHsAAAAAAdGx7AQ/Ant%20Group%202023%20Sustainability%20Report.pdf (date of access: 29.05.2025).
18. Livestreaming E-commerce Develops Rapidly in China's Rural Areas // People's Daily Online. – URL: <http://en.people.cn/n3/2023/1204/c98649-20105458.html> (date of access: 29.05.2025).
19. Покупка у фермеров без посредников, или как Pinduoduo помогает малому бизнесу и фермерам в Китае? // Дзен. – URL: https://dzen.ru/a/YHrr-O_buxSiMiOX (дата обращения: 29.05.2025).
20. Ванг, Ю. Восточный экспресс: как компания из Alibaba Group стала в три раза дороже Uber / Ю. Ванг // Forbes. – URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/363321-vostochnyy-ekspres-kak-kompaniya-iz-alibaba-group-stala-v-tri-raza-dorozhe-uber> (дата обращения: 29.05.2025).
21. Luo, Y. A Fintech-Powered Online Bank Fuels Rural Revitalization with New Business Models / Y. Luo, X. Wang, N. Zhou // emerald insight. – URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.12156/fudan.case20221027/full/html?skipTracking=true> (date of access: 29.05.2025).
22. Liang, H. Pinduoduo: Empowering Farmers with an E-Commerce / H. Liang, C. Sin Mei // Singapore Management University. – URL: <https://cmp.smu.edu.sg/ami/issues/volume-07-issue-2/case-point/pinduoduo-empowering-farmers-e-commerce-platform> (date of access: 29.05.2025).
23. Аксенович, А. Цифровая трансформация процессов товародвижения в китайском сегменте B2B / А. Аксенович // Наука и инновации. – 2024. – № 5. – С. 46–50.
24. Аксенович, А. М. Современные тенденции цифровой трансформации процессов товародвижения: опыт китайских компаний / А. М. Аксенович // Тенденции экономического развития в XXI веке: материалы V Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2023 г.: в 2 ч. / Белорус. гос. ун-т; редкол.: А. А. Королёва (гл. ред.) [и др.]. – Минск: БГУ, 2023. – Ч. 2. – С. 233–238.
25. В Беларуси развивают «деревни будущего»: что это такое? // БЕЛТА. – URL: <https://belta.by/socium/view/v-belarusi-razvivajut-derevni-budushego-cto-eto-takoe-699977-2025> (дата обращения: 29.05.2025).
26. Альбом типовых проектов Деревня Будущего // Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь. – URL: <http://mas.gov.by/ru/tipovic> (дата обращения: 29.05.2025).

Поступила в редакцию 30.05.2025

Сведения об авторе

Аксенович Анна Михайловна – заведующая сектором социально-экономического развития предпринимательства отдела мониторинга социально-экономического развития

Information about the author

Aksenevich Anna Mikhailovna – Head of the Sector of Socio-Economic Entrepreneurship Development of the Department for Monitoring of Socio-Economic Development