***Ширяев С.А***

***студент,***

***Тукова Е.А.***

***Старший преподаватель кафедры «Мировая экономика и логистика»***

***Уральский государственный университет путей сообщения***

***Россия, г. Екатеринбург***

**ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА НА ПРИМЕРЕ КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

*Аннотация:* В данной статьерассмотрено понятие и функции рынка, достоинства и недостатки современного рынка, особенности развития современного рынка на примере КНР.

*Ключевые слова:*рынок, современный рынок, развитие современного рынка, развитие современного рынка КНР.

***Shiryaev S.A.***

***student,***

***Tukova E.A.***

***Senior Lecturer, Department of World Economy and Logistics***

***Ural State University of Communications***

***Russia, Yekaterinburg***

***FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF THE MODERN MARKET ON THE EXAMPLE OF THE CHINESE NATIONAL REPUBLIC***

**Abstract:** This article discusses the concept and functions of the market, the advantages and disadvantages of the modern market, the characteristics of the development of the modern market on the example of the Chinese People's Republic.

**Key words:** market, modern market, development of the modern market, development of the modern market of the Chinese People's Republic.

В процессе исторического развития человечества модернизировалась, и развивались различные сферы жизнедеятельности. Изменялось представление человечества об экономике и рыночном хозяйстве, таким образом, изменялось понятие, сущность и роль рынка в экономике.

На сегодняшний день, экономическое развитие невозможно без создания и поддержания рыночных механизмов. Рынок – это система экономических отношений, возникающих в процессе производства, обращения и распределения товаров. Рынок – ϶ᴛᴏ обратная сторона товарного производства, основы рыночного хозяйства. Суть рыночных отношений – возмещение затрат производителей/продавцов и получение прибыли, путем удовлетворения спроса покупателей на базе взаимного соглашения сторон. Сущность рынка реализуется через его функции, основными из которых являются: информационная, регулирующая, посредническая, стимулирующая, ценообразующая, контролирующая [1, 2].

Положительные черты современного рынка: гибкость, способность оперативно приспосабливаться к стремительно изменяющимся условиям, возможность внедрения новых технологий для минимизации издержек производства и максимизации прибыли, самостоятельность производителей и покупателей, широкий ассортимент и высокое качество товаров и услуг. Негативные стороны современного рынка: проявление экономического неравенства, как среди производителей, так и среди потребителей, отсутствие мотивационной и стимулирующей стратегии, направленной на увеличение объемов производства товаров и услуг коллективного пользования, рынок ориентирован не на производство социально значимых товаров, удовлетворение потребностей более богатого слоя населения.

Современный рынок китайской Народной Республики путем информатизации рынка и внедрения высоких технологических преобразований, совершенствует рыночные механизмы распределения социальных благ в крупных городах, городских и сельских поселениях, что способствуют наращиванию экономических потенциалов, росту национальной экономики страны и мировому признанию державы, которая занимает лидирующее место в мировой экономике.   
Китай – огромный мировой рынок, который наиболее активен в сфере онлайн–покупок. Также пользуются спросом: маркетплейсы, онлайн-гипермаркеты, монобрендовые интернет-магазины, покупки в социальных сетях и мессенджерах.

Типичный китайский потребитель – это молодые люди от 17 до 36 лет, среднего класса, проживающие в крупных городах КНР, которые экономят меньше, чем предыдущее поколение, несмотря на значительный доход. Женская половина населения совершает больше покупок для семьи, родителей, детей, мужа. **Молодое поколение разбирается в современных технологиях,** пользуются социальными сетями, интересуется новыми идеями**, таким образом, 70% покупок совершаются в интернете.** Основные способы поиска товара в интернете: интернет-гипермаркеты и маркетплейсы (Taobao, JD, Weipinhui),социальные сети и мессенджеры (WeChat, Weibo, Youku), специализированные и монобрендовые площадки, поисковые системы (Baidu, Sogo). Рекомендация – главный инструменты продаж в Китае, так как потребители придерживаются определенного образа жизни, прислушиваются к обсуждениям бренда и уважают чужое мнение**.** Характерно объединение офлайн и онлайн подходов к торговле и потреблению – О2О: создание максимально удобных способов заказа и получения товара. **Китайские потребители ежедневно пользуются мобильными платежами и** совершают до восьми платежей в день. После совершения покупки оставляют комментарии и отзыв о продукте в социальных сетях. **Также, по прогнозам, к 2025 году количество потребителей товаров класса люкс в Китае достигнет миллионов.**

Для обеспечения условий экономического подъема современного рынка Китая необходимо сохранение международного мира, рационального порядка в мировой экономике, развития общественных производительных сил, создания целостной системы народного хозяйства, открытость экономики, расширение непрерывных институциональных и технических инноваций рассматривается как источник достижения социально-экономической стабильности [1, 2].

**Использованные источники:**

1. Борисов Е.Ф. Экономика. - М.: Проспект, 2011.
2. Ильин С.С. Экономика. – М.: АСТ: СЛОВО: Полиграфиздат, 2010.

**Личная анкета участника**

1. Ширяев Семён Александрович

2. semen-shiryaev@mail.ru

3. 1

4. 1 в электронном виде

5. 1 в электронном виде

6. Как вы о нас узнали? Выберите:

* email рассылка
* социальные сети
* поисковик в интернете
* личная рекомендация
* другое \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_