

Развитие электронной коммерции и ее влияние на международную торговлю

*Тупиченко М. А., Мануилова Е. А., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Синкевич И. В., канд. эк. наук, доц.*

Стремительное развитие информационных технологий вместе с новым этапом развития экономических отношений способствуют активному распространению электронной коммерции. Преимущества новых информационных технологий привлекают все большее количество участников экономических отношений, изменяют качество совершения коммерческих сделок. Электронная коммерция (e-commerce) начала развиваться еще в 1960-х годах с использованием систем электронного обмена данными (EDI), что позволило автоматизировать бизнес-транзакции и упростить обмен документами. С появлением интернета в конце 1980-х и начале 1990-х годов началась новая эра онлайн-торговли, когда компании, такие как Amazon и eBay, начали предлагать свои услуги в сети. Сейчас около 20,8 % всех розничных покупок совершается через интернет, а к 2026 году рынок онлайн-торговли может достичь 8,148 трлн долларов США. Ведущие позиции по объемам электронной торговли в мире занимают США, Япония и Китай [1].

Электронная коммерция бурно развивается как в B2C, так и в B2B сегменте. В первом случае розничный продавец или другая компания продает товары непосредственно конечным заказчикам, в другом – одна компания продает товары другой. В обоих случаях цель большинства компаний – дать возможность заказчикам покупать то, что они хотят, в любое время из любого места с помощью любого цифрового устройства.

На данном этапе потребительские запросы формируются в сторону электронной коммерции по нескольким причинам. Во-первых, онлайн-торговля позволяет компаниям выходить на международные рынки без необходимости физического присутствия, а это, в свою очередь, позволяет им охватывать большее число заказчиков в большем количестве регионов мира, сокращать затраты за счет прямых продаж и содержания меньшего числа обычных магазинов, а также быстро осуществлять масштабирование без лишних расходов. Во-вторых, это дает возможность потребителям покупать то, что они хотят, в любое время из любого места с помощью любого цифрового устройства: планшета, смартфона, компьютера, а продавцам получать ценные данные о клиентах с помощью онлайн-метрик и тестировать новые продукты и проекты с минимальными начальными вложениями.

Крупнейшим рынком электронной коммерции является рынок США. Общий объем рынка электронной торговли в этой стране составил более 1 трлн долларов США, увеличившись практически на 20 % по сравнению с предыдущим годом. Такие компании, как eBay, Walmart, OfferUp и Amazon

занимают лидирующие позиции по объему интернет-торговли. Несомненным лидером среди этих компаний выступает Amazon, которая начинала как онлайн-рынок для продажи книг, однако сейчас превратилась в крупнейшую в мире розничную сеть. Это самый посещаемый сайт электронной коммерции в США с годовым доходом в 574,785 млрд долларов США [2].

Еще одним крупнейшим рынком электронной коммерции является Китай, где насчитывается более 600 миллионов интернет-пользователей. Всем известна китайская платформа для онлайн-покупок AliExpress, целевым сегментом которой являются международные покупатели (AliExpress не продает товары покупателям в материковом Китае) [3].

По мере развития цифрового мира, внедрения ИИ, машинного обучения и Интернета вещей (IoT) компании будут по-новому удовлетворять растущие требования заказчиков, сектор электронной коммерции будет только расти, а компании будут соревноваться друг с другом за миллионы новых заказчиков. Доставка товаров с помощью дронов, продажи продуктов жизненного цикла и других товаров по подписке, цифровые помощники и другие чат-боты станут неотъемлемой частью будущего цифрового мира, развивая и расширяя международную торговлю.

Литература

1. Эволюция электронной коммерции [Электронный ресурс] // Monocle. – Режим доступа: <https://monocle.ru/2023/07/30/evolyutsiya-elektronnoy-kommertsii-istoriya-i-perspektivy/>. – Дата доступа: 13.11.2024.

2. Доход Амазон [Электронный ресурс] // Macrotrends. – Режим доступа: <https://www.macrotrends.net/stocks/charts/AMZN/amazon/revenue>. – Дата доступа: 13.11.2024.

3. Рынок электронной торговли США [Электронный ресурс] // E-pepper. – Режим доступа: <https://e-pepper.ru/news/rynok-elektronnoy-torgovli-ssha-prevysil-1-trln.html#:~:text=Рынок%20электронной%20коммерции%20США%20впервые,год%20больше%20сразу%20на%2026%25>. – Дата доступа: 13.11.2024.

Культурные особенности в деловом общении и переговорах

*Унанян Д. А., Савченко Е. А., студ. IV к. БГУ,
науч. рук. Синкевич И. В., канд. эк. наук, доц.*

Каждая страна имеет свои традиции, нормы и обычаи, которые влияют на стиль общения и ведение переговоров. Если раньше люди вели бизнес с теми, кто находился по другую сторону улицы, то сегодня все чаще общаются с людьми на другом конце земного шара. И это может создавать новые