

проработка маркетинговой стратегии продвижения и философии национальных брендов[5].

Выводы. В результате можно сделать вывод о том, что, к сожалению, комплекс белорусских мероприятий по стимулированию экспортного потенциала проигрывает зарубежному. Причина этого – отсутствие проработанной концепции экспортного кредитного агентства, а следовательно, и комплекса мероприятий по финансированию и стимулированию внешнеэкономического сотрудничества. По статистике, каждый доллар в бюджете ЭКА приносит от 70 до 100 долларов прибыли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Экспортный потенциал [Электронный ресурс] / Дизайн рекламы в глянцевых журналах. – Режим доступа <http://propel.ru/press>. – Дата доступа: 09.02.2020.
2. Экспортный потенциал страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mycharm.ru/articles/text/?id=2337>. – Дата доступа: 10.02.2020.
3. Экспортные кредитные агентства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shkolazhizni.ru/archive/0/n-3104/>. – Дата доступа: 03.02.2020.
4. Методы стимулирования экспорта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shkolazhizni.ru/archive/0/n-3104/>. – Дата доступа: 03.02.2020.
5. Повышение маркетинговой привлекательности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shkolazhizni.ru/archive/0/n-3104/>. – Дата доступа: 03.01.2020.

УДК 339

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Семашко Ю.В., ст. преп., Примшиц В.Д., студ.
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Ключевые слова: международная торговля; интернет-торговля; цифровизация; глобализация; научнотехнический прогресс; инновации.

Реферат. Развитие международной торговли осуществляется под воздействием ряда факторов, среди которых отдельно можно выделить научно-техническую революцию и ее производные инструменты – информационные технологии.

Цифровизация стала новым этапом эволюции мировой экономики с точки зрения появления и использования новых технологий, внедрение которых, в последнее время, оказывает определяющее влияние на развитие международной торговли через возросший масштаб цифровых транзакций и цифровой торговли. На основе цифровых технологий («интернет вещей», искусственный интеллект, блокчейн, Big Data) создаются новые рынки, товары и бизнес-модели. Использование цифровизации в таких отраслях, как логистика, маркетинг и т. д. позволило изменить подход к формированию отдельных видов издержек: уменьшить транспортные издержки за счет оптимизации отгрузок и снизить затраты на хранение за счет внедрения комплекса программно-технических средств и методов производства, передачи и обработки информации в системах, обеспечивающих доведение материальных потоков до конечного потребителя. В данной работе проиллюстрированы современные тенденции развития международной торговли в условиях цифровизации, изучены новые направления развития мировой экономики и международной торговли, их виртуализация за счет разработки и внедрения новых информационных технологий. Приведены доводы, подтверждающие, что использование цифровых технологий в международной торговле не только позволяет снизить транзакционные издержки и повысить качество предоставляемых сервисных услуг, но и ускорить осуществление сделок между контрагентами.

Формирование международной торговли в XX веке основывалось на международном разделении труда, расширении деятельности ТНК и либерализации рынков большинства стран. Рост стоимостных объемов международной торговли, изменение товарной и географической структуры мировых рынков, возросшие требования потребительского сегмента, появление новых товаров и услуг привели рынок к цифровизации и цифровой трансформации.

Цифровизация становится движущей силой развития мировой экономики, модифицируя ее структуру и переводя ее в новое качественное состояние, когда цифровые технологии становятся лидером экономической сферы и общественной жизни. Экономический рост стран все больше зависит от имеющихся у них технологий и знаний, как основного источника производительной силы.

Интеграция национальных экономик в глобальную экономическую систему материализовалась в значительный рост торговли между странами [2]. Наиболее важным фактором, оказавшим влияние на формирование современного типа международной торговли в условиях глобализации, стала научно-техническая революция (НТР). Идеи, знания и информация превращаются в предмет купли-продажи, принимая различные формы в процессе создания, распространения и

перемещения. По оценкам специалистов, начиная с 1997 года, международные торговые потоки наукоемкой продукции увеличивают свой масштаб, формируя большую часть стоимости товаров, зависящую от объема инноваций и научных исследований.

Использование интернет-технологий, позволило создать виртуальный уровень международной торговли за счет внедрения глобальных электронных сетей для ускорения передачи коммерческих данных между торговыми партнерами, позволило расширить диапазон деловых отношений, повысить эффективность проведения трансграничных операций, усилить взаимодействие с потенциальными поставщиками и мгновенно реагировать на запросы и ожидания клиентов.

Создание и использование мобильных приложений, одновременно играющих роль товара и средства его реализации, открыло новое направление торговли, позволившее потребителю совершать покупки независимо от его местоположения или социального статуса. Появление в 2008 г. приложения AppStore, в котором осуществлялась продажа мобильных приложений, сделало данное направление торговли достаточно актуальным, что подтверждает факт роста продаж мобильных приложений в 2013 году до 25 млрд долл. США.

Увеличивающиеся объемы использования мобильных технологий стали причиной развития торговли в интернет-магазинах. По оценкам специалистов количество покупателей товаров через интернет-магазины в Китае составляет не менее 220 млн человек, в США – 45 % владельцев планшетов и 23 % владельцев смартфонов делают свои покупки через интернет, в Европе приобретение товаров посредством интернет-технологий достигает 43 % [1].

Помимо роста объема продаж реальных благ через интернет-приложения увеличилось количество услуг, предлагаемых к реализации: аренда жилья, заказ транспорта, экскурсионное обслуживание.

«Виртуализация» международной торговли, послужила катализатором модификации международных расчетов, что способствовало появлению новых технологий платежей и торговых валют для осуществления международных покупок. Известная международная компания Amazon представила собственную валюту, используемую в приложениях Amazon App Store. Помимо того, что виртуальные деньги могут быть использованы для покупки приложений, они еще позволяют делать покупки внутри них (номинал валюты Amazon Coins приравнивает к одному американскому центу).

Появление инновационной платежной сети и нового вида денег Bitcoin стало дополнительным толчком развития международной торговли, при проведении которой большое значение уделяется величине операционных издержек. Преимуществами данной платежной системы являются высокий уровень анонимности, время и стоимость транзакции. Отдельно можно выделить тот факт, что оплата за использование Bitcoin гораздо ниже, чем комиссия за банковский перевод или посредника.

Использование современных технологий в международной торговле позволило вывести взаимоотношения потребителей, производителей и продавцов на более

качественный уровень. Международный рынок все больше превращается в рынок абсолютно нового покупателя, требующего, чтобы товар был адаптирован, сконфигурирован и поставлен с учетом запросов глобальных потребителей.

Таким образом удовлетворение личных потребностей становится главным критерием «реализуемости» блага, отодвигая назад такие переменные, как цена и качество. В последнее время серьезное развитие в международной торговле получила концепция вовлечения широкого круга компаний в глобальную цепочку добавленной стоимости. Данная концепция заключается в том, что в производстве продукта должно быть занято сразу несколько стран, каждая из которых специализируется на производстве отдельных составляющих продукта. Такая специализация не только снижает его себестоимость, но и повышает качество.

Одна из зарубежных компаний Levi внедрила технологию, позволяющую получать постоянно обновляемую информацию о наименовании моделей и размерах, пользующихся наиболее частым спросом у покупателей. В электронном виде данная информация поступает поставщику тканей, который может заказать волокно для их производства на другом предприятии в необходимом для поставки объеме. Использование интернет-технологий в данном направлении помогает эффективно планировать объем производства, минимизировать складские запасы и оперативно реагировать на конечный спрос.

Значительное внимание в последнее время уделяется сервисной логистике. Использование современных информационных технологий позволяет улучшить качество предоставления услуг. Для повышения качества обслуживания многие магазины, работающие в системе off line, меняют подход к сервису, подстраиваясь под уровень сервиса таких известных интернет-ритейлеров, как Amazon или E-bay.

С целью повышения качества обслуживания клиентов магазины переходят на внедрение инновационных технологий. В качестве примера таких технологий можно привести появление интерактивных магазинов, использующих технологии RFID («умные» зеркала, на поверхность которых выводится информация о размерах, имеющихся в наличии, цвете одежды). Электронная торговля, заказ продукции через интернет и ее последующая доставка дополнительно увеличили обороты розничных продавцов, а такие компания, как Amazon и Thirstie запустили срочную доставку своей продукции по всему миру.

Для удержания лидирующих позиций на мировых рынках сегодняшней бизнес придерживается современными тенденциями, формируя спрос на свою продукцию, максимально соответствующую ожиданиям потребителей. Крупные компании, применяя стратегию цифровой трансформации, объединяют устоявшиеся технологии ведения торговли с инновационными, рассчитывая получить дополнительную рыночную долю за счет ускорения реализации сделок и снижения транзакционных издержек, параллельно повышая лояльность потребителя за счет качества сервиса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Фролова, Н. С. Современные тенденции развития международной

торговли в условиях глобализации / Н. С. Фролова // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». – Том 9, № 3 (2017).

2. Яшева, Г. А., Вайлунова, Ю. Г. Кластеры как инструмент развития инновационного предпринимательства / Г. А. Яшева, Ю. Г. Вайлунова // Экономический вестник университета // Сборник научных трудов ученых и аспирантов. Выпуск 44/2. Министерство образования и науки Украины ГВУЗ «Переяслав-Хмельницкий государственный педагогический университет имени Григория Сковороды» под ред. Л. А. Мармуль [и др.] – Переяслав, 2020. – С. 53–61. – Режим доступа: <https://econpapers.repec.org/article/scn032862/>

УДК 330.34

РОБОТИЗАЦИЯ КАК ФАКТОР РЕШОРИНГА В КОНТЕКСТЕ ПОСТКОРОНАВИРУСНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Сергиевич Т. В., к.э.н., доц.
Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь**

***Ключевые слова:** посткоронавирусная экономика, экономический рост, роботизация, решоринг, нишоринг, национальная экономика.*

***Реферат.** Рассмотрены тенденции посткоронавирусной экономики, стимулирующие развитие роботизации. Доказано, что нарушение и распад глобальных цепей поставок стимулируют развитие решоринга, технологической основой которого в экономически развитых странах с высокой стоимостью рабочей силы становится роботизация. Показано потенциальное место Республики Беларусь в этих процессах.*

В условиях экономики рисков [1] в современном мире наблюдаются устойчивые тенденции снижения интернационализации деловой активности, связанные с регионализацией, процессами реиндустриализации, эскалацией межгосударственных торговых конфликтов. Эти тенденции усиливаются на фоне пандемии COVID-19, продемонстрировавшей уязвимость много звеньевых (в частности международных) цепей поставок. Частичное восстановление мировой экономики позволяет говорить о ее вхождении в фазу посткоронавирусной экономики. Префикс «пост» при формировании слов используется для характеристики состояния объекта, отличного от предыдущего, но качественно