

Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/>

Том 9, №3 (2017) <http://naukovedenie.ru/vol9-3.php>

URL статьи: <http://naukovedenie.ru/PDF/108EVN317.pdf>

Статья опубликована 14.07.2017

Ссылка для цитирования этой статьи:

Фролова Н.С. Современные тенденции развития международной торговли в условиях глобализации // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 9, №3 (2017) <http://naukovedenie.ru/PDF/108EVN317.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

УДК 339

Фролова Наталья Сергеевна

ФГБОУ ВО «Хабаровский университет экономики и права», Россия, Хабаровск¹

Доцент кафедры «Мировой экономики и таможенного дела»

Кандидат экономических наук

E-mail: frolova.nc@rambler.ru

ResearcherID: <http://www.researcherid.com/rid/G-5812-2017>

Современные тенденции развития международной торговли в условиях глобализации

Аннотация. В статье анализируется развитие международной торговли под воздействием факторов глобализации, где наиболее значимым является научно-техническая революция и ее производные инструменты, такие как технологии Интернет. В статье автором анализируются происходящие изменения.

Изначально автором показано, что в 20 веке в мировом хозяйстве в большей степени преобладает и развивается традиционная форма международной торговли, на которую повлияли такие факторы как международное разделение труда, деятельность ТНК, либерализация и ряд других, и в основном изменения в развитии связаны с увеличением стоимостных объемов международной торговли, товарной и географической структуры.

Далее говорится о том, что на современном этапе ситуация в международной торговле меняется. Факторы глобализации совсем иначе влияют на мировую торговлю, «выводя» ее в большей мере на виртуальный уровень. Появляются совершенно новые товары, новые технологии торговли товарами и услугами. Все это не могло не повлиять на возникновение новых валют, на изменения в расчетах за международные торговые операции. Происходят изменения в глобальных цепочках создания добавленной стоимости. Формируется новая архитектура международной торговли, связанная с формированием международной интернет торговли.

В заключении автор делает выводы о том, что в ближайшем будущем все вышеназванное приведет к изменению торговой политики, формированию ее нового качества, нового направления – «интерлиберализация международной торговли». В ней могут появиться новые механизмы, которые с одной стороны будут решать возникающие проблемы, связанные с кибер-мошенничеством, с недобросовестностью продавцов и покупателей, со сроками доставки и ряд других, с другой – политика будет способствовать формированию новых правил, новых направлений деятельности международных организаций, в частности Всемирной Торговой Организации.

¹ 680042, Хабаровск, ул. Тихоокеанская, 134

Ключевые слова: международная торговля; интернет-торговля; глобализация; научно-технический прогресс; инновации; интерлиберализация

Введение

На современном этапе на развитие мировой экономики большое влияние оказывает процесс глобализации, который в значительной степени формирует новые тенденции в *международных экономических отношениях (МЭО)*. Изменяется содержание международных экономических отношений, появляются новые их черты, новые тенденции под влиянием факторов глобализации. Международная торговля товарами и услугами, как форма МЭО первая приняла «удар глобализации». Поэтому ее развитие необходимо рассматривать в новых условиях, условиях глобализации.

Изначально, в период формирования, на устойчивый рост международной торговли оказывали влияние такие факторы, как *международное разделение труда (МРТ)* и интернационализация производства; научно-техническая революция; активная деятельность ТНК; либерализация международной торговли; развитие процессов торгово-экономической интеграции [5]. Все это, несомненно, способствовало увеличению объемов международной торговли, изменению ее товарной и географической структуры (таблица 1).

Таблица 1

Динамика объемов международной торговли, млрд. долл. [9]

Регион	Год							
	1980	1990	2000	2005	2010	2012	2013	2014
Экспорт								
Мир в целом	2050,1	3495,7	6452,3	10502,5	15302,1	18496,7	18954,8	19003,7
Развивающиеся страны	608,3	843,1	2059,5	3808,0	6438,4	8224,3	8434,2	8485,6
Страны с переходной экономикой	85,5	118,4	149,6	353,9	609,1	822,7	807,9	763,7
Развитые страны	1356,3	2534,2	4243,2	6340,7	8254,6	9449,8	9712,8	9754,5
Импорт								
Мир в целом	2091,0	3609,3	6654,6	10777,6	15420,5	18631,7	18939,6	18987,4
Развивающиеся страны	502,4	799,6	1918,0	3424,3	6020,1	7683,9	7989,3	7973,7
Страны с переходной экономикой	83,6	140,1	91,8	240,2	453,5	614,6	616,1	552,9
Развитые страны	1505,0	2669,5	4644,7	7113,2	8946,9	10333,3	10334,2	10460,8

Как видно из данных таблицы 1 стоимостной объем международной торговли увеличился в девять раз. При этом развивающиеся страны постепенно увеличивали стоимостные объемы участия – в 13 раз по экспорту, в 15 раз по импорту. Их доля возросла с 29,6% по экспорту и 24% по импорту до 44,7 и 42% соответственно. В списке ведущих экспортеров появились и прочно удерживают позиции развивающиеся страны, в частности первое место уже несколько лет занимает КНР.

Что касается товарной структуры торговли, то первоначально в международной торговой классификации отдельные компоненты и части не выделялись в отдельные товарные группы. В 1960 г. было идентифицировано около 800 продуктов, из которых только 10

составляли части, подлежащие сборке. В 1975 году классификация была пересмотрена – расширился список изделий – частей и компонентов. В 2007 г. доля полуфабрикатов, частей и компонентов составила около 50%.

Таким образом, можно наблюдать динамику изменения стоимостных объемов международной торговли, изменения ее в товарной и географической структурах. Однако, представляет интерес рассмотреть какая трансформация происходит в международной торговле в новых условиях – под воздействием факторов глобализации.

В научной литературе о глобализации впервые упоминал Т. Левитт в его статье «Глобализация рынков», где он описал феномен слияния рынков отдельных продуктов, производимых международными корпорациями [8]. Также термин «глобализация» использовал Р. Робертсон, он в своей статье употребил слово «globality», а позднее объяснил этот феномен как «globalization». В 1990 г. консультант Гарвардской школы бизнеса Кеничи Омае опубликовал книгу «Мир без границ», в которой говорил о том, что все основные процессы подчинены глобальному рыночному пространству, а в роли основных субъектов выступают «глобальные фирмы».

На современном этапе понятие глобализации употребляется довольно часто: в социологии, культурологии, истории, географии, в экономических науках.

Термин «глобализация» подразумевает под собой – растущую экономическую взаимозависимость стран всего мира в результате возрастания объема и разнообразия международных сделок с товарами, услугами и мировыми потоками капитала, а также благодаря все более быстрой и широкой диффузии технологий.

Следует отметить, что как зарубежные, так и отечественные авторы существующие подходы к проявлениям глобализации характеризуют такими факторами, как развитие единой системы коммуникаций, либерализация внешнеэкономических связей, активизация деятельности ТНК, возрастание объемов и интенсивности транснациональных потоков капитала и др.

Новое качество международной торговли в условиях глобализации

На современном этапе развитие международной торговли необходимо рассматривать в новых условиях, условиях глобализации, что изменяет ее сущность – это уже не просто понятие «купля-продажа», а качественное взаимодействие всех элементов – микро и макроуровня – от поставщиков и потребителей до международных организаций.

Представляется, что самым важным фактором, который оказывает влияние на международную торговлю в условиях глобализации, является научно-техническая революция (НТР). Рассмотрим тенденции развития международной торговли под воздействием обозначенного фактора.

1. Научно-техническая революция как объективный фактор глобализации, проявляется в том, что идеи, информация и знания становятся предметом купли-продажи, принимая различную форму в процессе создания, распространения и перемещения. Они оказались в центре глобальной экономики. Большая часть стоимости товаров зависит от объема инноваций, исследований и испытаний. Международные торговые потоки наукоемкой продукции неуклонно растут с 1997 г. Однако, торговля подобной продукцией распределяется неравномерно. Некоторые страны экспортируют больше высоко-, среднетехнологичной продукции обрабатывающей промышленности, чем другие. Производители знаний получают плату в виде роялти, лицензионных платежей за их использование.

С другой стороны влияние НТР на качественную составляющую международной торговли проявляется через ее производные. Рассмотрим некоторые из них.

Все большее внимание уделяется использованию технологий Интернет, которые «уводят» международную торговлю на виртуальный уровень, что проявляется, прежде всего, в использовании глобальных электронных сетей для передачи и обмена данными при проведении деловых операций. Интернет способствовал расширению диапазона коммерческих отношений. Электронная коммерция позволяет компаниям более эффективно и гибко осуществлять трансграничные операции, плотнее взаимодействовать с глобальными поставщиками и значительно быстрее реагировать на запросы и ожидания заказчиков [1].

В международной интернет-торговле появились и используются мобильные приложения – как товар и как средство для продажи товаров. Наиболее востребованными данные направления торговли стали в 2008 г. с появлением приложения App Store, в котором осуществляется продажа мобильных приложений. После чего наблюдался взрывной рост продаж, в 2013 г. объем рынка мобильных приложений составил 25 млрд долл.

Однако и сами приложения позволяют потребителю совершать покупки в независимости от местоположения, социального статуса. Количество пользователей мобильного Интернета выросло на 6 млн. человек с 37% в 2015 до 42,1% в 2016 г., что позволяет говорить о востребованности, значительном спросе на осуществление покупок в Интернет-магазинах. В Китае число интернет-покупателей достигает 220 млн человек, объем рынка Китая 186 млрд долл., в США – 186,2 млрд. долл. 45% владельцев планшетов, 23% владельцев смартфонов делают свои покупки через интернет. 43% жителей Европы делают покупки он-лайн² [11].

Располагаясь в разных концах света, потребители могут свободно рассматривать покупку, оценивать ее качество как визуально, так и виртуально, к примеру, через отзывы других потребителей. Внедрение технология «see now, buy now» позволяет покупателю через приложение Instagram изучить характеристики покупаемого товара, услуги и приобрести ее. Сайт Instagram посещают 600 млн. пользователей.

Увеличиваются объемы продажи услуг через интернет-приложения: аренда жилья, поиск авиабилетов, поиск гида. И соответствующие Интернет-приложения Airbnb, Aviasales и ряд других в настоящее время показывают рост прибыли.

2. Развитие тенденций в международной торговле, направленных на ее «виртуализацию» не могли не вызвать изменения в международных расчетах. Так, появились новые технологии платежей за расчеты в интернет-магазинах. Появляются торговые валюты для расчета за международные покупки.

Так, компания Amazon выпустила собственную валюту, которая используется в приложениях Amazon App Store. На виртуальные деньги можно купить приложения и делать покупки внутри них. Номинал валюты Amazon Coins – 1 цент США.

Система «биткойнов» становится популярной, как платежное средство в глобальном масштабе. Преимущества биткойна является то, что он имеет высокий уровень анонимности по сравнению с большинством доступных платежей и привлекателен для многих пользователей. Также преимущество биткойна – время и стоимость сделки. Оплата за его использование гораздо ниже, чем в случае с денежным и банковским переводом через банки или посредников: провизия за почти мгновенную реализацию операции составляет не более 1% от суммы сделки. Операционные издержки особенно важны в международной торговле:

² URL: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/statistika-internet-torgovli-v-stranakh-mira/>.

используя единицы биткойна, контрагенты могут исключить оплату за конверсию и спреда банков за обмен валют.

3. Современный Интернет изменяет отношения, между потребителем, производителем и продавцом, выводит их на более качественный уровень. Если раньше важнейшими критериями «реализуемости» [1] товара были цена и качество, то сейчас все большее значение приобретает удовлетворенность индивидуализированных потребностей, т.е. международный товар должен быть адаптирован, сконфигурирован, поставлен таким образом, чтобы максимально соответствовать запросам глобальных потребителей.

Глобальный объем операций электронной торговли между предприятиями и потребителями (B2C) в 2013 году оценивался в 1,2 трлн. долларов. Хотя он все еще существенно меньше B2B. Быстро растет электронная торговля в сегменте B2C в развивающихся странах, в частности в Азии и Африке. Китай уже стал крупнейшим глобальным рынком электронной торговли B2C – как по числу сетевых покупателей, так и по размеру дохода³.

Примечательно, что и розничные ритейлеры, понимая происходящие изменения, перестраивают свою работу на новый лад путем взаимодействия с он-лайн торговлей.

Оффлайновые магазины для повышения качества обслуживания изменяют свой сервис в соответствии с уровнем сервиса крупнейших интернет-ритейлеров (Amazon, E-bay). Так для лучшего обслуживания клиентов в магазинах внедряются инновационные технологии. К примеру, появление умных магазинов, где установлены «умные зеркала», использующие технологии RFID для лучшего, качественного обслуживания клиентов (на поверхность зеркал для удобства клиента, выводится информация о доступном размере, цвете предмета одежды).

Так, уже сегодня товары, нехарактерные для Интернет-торговли занимают свою нишу. К примеру, внедрение электронной торговли алкогольной продукцией. Если первоначально розничные торговые сети настороженно относились к данной идее, то идея заказа продукции через Интернет и ее доставки увеличивает обороты розницы. Так компания Thirstie, Amazon и ряд других запустили срочную доставку указанной продукции по всему миру [5].

Крупнейший розничный ритейлер Walmart имеет свой интернет-магазин, при этом имеет сеть розничных магазинов по всему миру.

Для удержания глобальных позиций на мировых рынках бизнес следует за новыми тенденциями, формируя спрос, максимально соответствующий ожиданиям потребителей.

Крупные корпорации, применяя стратегию цифровой трансформации, связывают воедино традиционные технологии с прорывными. Так, компания Loreal совместно с платформой Fouders Factory запустила акселератор стартапов. За счет данного взаимодействия компания Loreal узнает о новых тенденциях на рынке, первыми получают доступ к прорывному продукту.

С приходом конкурентов, предлагающих товары с новыми функциональными свойствами и новые услуги для потребителей, электронная торговля реформирует рынок. Например, традиционные физически существующие магазины во все большей степени необходимо адаптировать к росту прозрачности цен и конкуренции, предоставляя новые каналы сбыта по Интернету, инвестируя в новое оборудование и услуги, привлекая специалистов новых профессий и пересматривая свои деловые стратегии. Переход к

³ Доклад об информационной экономике. 2015 г. Высвобождение потенциала электронной торговли в интересах развивающихся стран. Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015overview_ru.pdf.

продажам по сети – непростая задача, и даже ведущие мировые компании розничной торговли столкнулись с трудностями в ее решении⁴ [8].

4. Изменения в глобальных цепочках стоимости.

На современном этапе развития международной торговли важным является концепция вовлечения множества компаний в *глобальные цепочки добавленной стоимости (ГЦС)*. Суть концепции в том, что в производстве продукта участвуют несколько стран, снижая в конечном итоге себестоимость продукции, повышая ее качество за счет специализации при производстве отдельных компонентов. По данным ЮНКТАД, 80% добавленной стоимости в мире создаются внутри производственных и торговых цепочек, контролируемых корпорациями, которые дробят процесс создания товара на стадии и фрагментируют их пространственное размещение. Страны могут импортировать компоненты для производства или экспортировать части национальной продукции для дальнейшего использования в производстве других стран [7].

Однако, при воздействии НТР в данном направлении возможны глобальные изменения. Применяя интернет-технологии уже не требуется выносить производства за пределы стран в физическом смысле, а использовать технологические сервисы для получения сведений о необходимом количестве производства своего товара. Так одна из зарубежных компаний – Levi, запустила технологию, благодаря которой она непрерывно получает информацию о том, какие модели и размеры реализуют ее крупнейшие продавцы. Далее происходит электронный заказ на доставку нужных тканей поставщику, который также заказывает волокно на других заводе. Таким образом, использование интернет технологий позволяет компаниям снизить издержки, минимизировать объемы запасов и оперативно среагировать на конечный спрос [4].

Другой момент ГЦС связан созданием добавленной стоимости на различных стадиях ГЦС. Если на этапах НИОКР, производства возможно взаимодействие стран через традиционную международную торговлю, то на стадиях дистрибуции, маркетинга, розничных продаж важную роль приобретают интернет взаимодействие как на уровне B2B, так и на уровне B2C.

Глобальные изменения в международной торговой политике

Исходя из вышесказанного вполне вероятно прогнозировать изменения в торговой политике, перехода к новой концепции интернет free trade и политике free inter-trade – интерлиберализации, которая будет заключаться в необходимости систематизации, регулировании, разработки новых правил, что способствует переориентации традиционной международной торговли на технологическую интернет международную торговлю.

Формирование данной политики, будет обусловлено развитием международной виртуальной интернет-торговли, на пути которой возникает множество барьеров, требующих преодоления. На современном этапе такие барьеры связаны с повышением ставок налога при покупке, превышающую определенную сумму, ограничения в сроках доставки – длительное нахождение в пути следования товаров, высокие суммы доставки товаров по миру, кибермошенничество, связанное со взломами электронных кошельков, недобросовестностью продаж товаров и услуг интернет-магазинами и пр.

⁴ Доклад об информационной экономике. 2015 г. Высвобождение потенциала электронной торговли в интересах развивающихся стран. Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ier2015overview_ru.pdf.

Торговля по Интернету привела к увеличению числа и расширению сферы определенных видов преступлений и мошенничества. Кроме того, правительства могут быть озабочены эрозией налоговой базы и трансфертным ценообразованием.

Экономические препятствия включают неразвитость инфраструктуры и использования ИКТ, ненадежность и высокую стоимость энергоснабжения, ограниченность пользования кредитными карточками, недостаточность покупательной способности и слаборазвитость финансовых систем. К социально-политическим препятствиям относится неразвитость нормативно-правовой базы (которая влияет на степень доверия людей и предприятий к сетевым операциям), предпочтение личного контакта в силу культурных факторов, а также традиции преимущественного использования в обществе наличных денег. Наконец, к числу когнитивных препятствий относятся низкий уровень ИКТ-грамотности, осведомленности и знаний, связанных с электронной торговлей, среди потребителей и предприятий.

Благодаря изменениям "экосистемы электронной торговли" – системы акторов, институтов и инфраструктуры, образующей среду, необходимую для эффективной электронной торговли, – некоторые из этих препятствий сегодня легче преодолеть [8].

Для международных организаций, в частности ВТО; крупных интернет-ритейлеров и др. это может означать создание новых соглашений, кодекса этики виртуальной международной торговли.

Вышеназванные примеры свидетельствуют о переходе международной торговли на новый уровень, где традиционная форма сменяется новой – виртуальной международной торговлей под воздействием факторов глобализации. Можно утверждать, что фактически сегодня идет речь о формировании новой технологической интернет международной торговли.

По мнению автора [4] сформированная интернет-экономика характеризуется наличием определенных признаков: собственная технологическая основа, отличная от технического базиса других экономических систем; устойчивые обратные связи; «критическая масса» проникновения интернета в экономику; собственная инфраструктура; наличие системообразующих институтов.

Для технологической интернет международной торговли также характерно наличие ряда признаков, которые указывают на ее формирование и развитие: наличие сообщества – продавец и покупатель; наличие технологической базы – виртуальные сайты, домены, интернет-банкинг и пр.; формируемая нормативно-правовая база.

Выводы

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Международная торговля появилась и развивалась под воздействием таких факторов как МРТ, интернационализация, деятельность ТНК и ряд других.
2. В современных глобализационных условиях международная торговля трансформируется в новое качество: информация и знания становятся объектом купли-продажи, появляются новые технологии продаж, немаловажно говорить о появлении не просто новых товаров, а о товарах, которые не имеют физических характеристик (в традиционном понимании слова «товар»), к примеру, мобильные приложения.

3. Под воздействием глобализационных факторов эволюция происходит в системах платежей за международные торговые операции; в глобальных цепочках создания стоимости.
4. В глобальном мире формируется новая торговая политика, которую можно именовать как «интерлиберализация», чья сущность раскрывается в решении возникающих проблем в международной торговле, в формировании новых правил и механизмов регулирования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев К.Ю. Сущность электронной коммерции в системе международных торговых связей // Российский внешнеэкономический вестник. № 3. – 2015 С. 106 – 114.
2. Глобализация мирового хозяйства [Текст]: учеб. пособие / Под. ред. д-ра экон. наук, проф. М.Н. Осьмовой, д-ра экон. наук. Г.И. Глущенко. – 2-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2014. 389 с.
3. Качуровский, Е.П. К31 Современная мировая экономика / Е.П. Качуровский. – Минск: Белпринт, 2012. – 582 с.
4. Красильников О. Интернетизм – новый этап в развитии политэкономии // Общество и экономика. – № 10. С. 46-53.
5. Чарочкина В. Максим Размахин хочет изменить рынок с помощью Thirstie. Секрет фирмы. Режим доступа: Свой бизнес: <https://secretmag.ru/business/trade-secret/thirstie.htm>.
6. Мировая экономика и международные экономические отношения. Ч. 2. Коллектив авторов / под общ. ред. Т.В. Артеменко. РИЦ ХГАЭП. 2015. 160 с.
7. Шамрай Л.В., Леденева М.В. Глобальные цепочки добавленной стоимости в мировом воспроизводственном процессе. Бизнес. Образование. Право. // Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 3 (32). С. 114-119.
8. Theodore Levitt. The Globalization of Markets. Режим доступа: <https://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets>.
9. The UNCTAD Handbook of Statistics 2015. Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/tdstat40_en.pdf.

Frolova Natalya Sergeevna

Khabarovsk state university of economics and law, Russia, Khabarovsk

E-mail: frolova.nc@rambler.ru

Current trends in the development of international trade in the context of globalization

Abstract. In the article the author analyzes the development of international trade under the influence of globalization factors. The most significant factor is the scientific and technological revolution and its derivatives, for example, Internet technologies. If in the 20th century the traditional form of international trade predominates and develops in the world economy, which is influenced by such factors as the international division of labor, the activities of TNCs, liberalization and a number of others, and mainly changes in development are associated with an increase in the value of international trade, commodity And geographical structure.

At the present stage, the situation is changing. The factors of globalization have a very different effect on world trade, "bringing" it to a greater extent to a virtual level. There are absolutely new products, new technologies for trade in goods and services are developing. All this could not but affect the changes in the calculations, the emergence of new currencies. There are changes in global value chains. A new architecture of international trade is formed, connected with the formation of international Internet commerce.

In the future, all of the above will lead to a change in trade policy, its new quality, the formation of a new direction – the "interliberalization of international trade". It should introduce new mechanisms that will solve the emerging problems related to cyber fraud, the unfairness of sellers and buyers, the terms of delivery and a number of others, on the other hand, the policy will promote the formation of new rules, new areas of activity in international Organizations, in particular, changes to the WTO.

Keywords: international trade; globalization; scientific and technological progress; innovations; interliberalization; Internet trading