

ТОРГОВЛЯ НЕДАЛЕКОГО БУДУЩЕГО:

M2C + КРОССБОРДЕР



ЛОКОМОТИВЫ РОСТА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ

- 1. ТОВАРНЫЕ АГРЕГАТОРЫ (МАРКЕТПЛЕЙСЫ):
- СТИМУЛИРОВАНИЕ ТРАФИКА (МЕДИЙНАЯ ИСТОРИЯ), ВОВЛЕЧЕНИЕ НОВЫХ ИГРОКОВ
- 2. ТРАНСГРАНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ:
- ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ПОКУПАТЕЛЕЙ
- РАЗВИТИЕ ЛОГИСТИКИ
- РАЗВИТИЕ БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ
- БЕЗОПАСНОСТЬ ПОКУПОК, СЕРВИС

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ, ПРОИСХОДЯЩИЕ СЕЙЧАС В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ

- КОНЕЦ МОНОПОЛИИ ОПТОВОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ, ПОЯВЛЕНИЕ РЕЗНИЧНОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОТРГОВЛИ
- М₂С – ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВЫЙ ТИП ТОРГОВЛИ, ТОРГОВЛЯ БУДУЩЕГО
- НОВЫЙ ВИТОК ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ

ЧТО ТАКОЕ СТРАТЕГИЯ М2С

- СТРАТЕГИЯ М2С (factory to consumer) – ПРИНЦИПИАЛЬНО НОВАЯ МОДЕЛЬ ВЫСТРАИВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ПРОИЗВОДИТЕЛЕМ И ПОКУПАТЕЛЕМ.
- В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ ТОВАР ПРОХОДИТ КАК МИНИМУМ 7 СТУПЕНЕК ПО ПУТИ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ К ПОКУПАТЕЛЮ (значит, «по пути» 7 раз повышаясь в цене как минимум на стоимость НДС)
- ЗАДАЧА М2С СОСТОИТ В УСТРАНЕНИИ ЛИШНИХ БАРЬЕРОВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ: ОТ ОПТА К РОЗНИЦЕ

- НА НАШЕЙ ПАМЯТИ (ЕЩЕ В 2010 ГОДУ) ВСЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ПРЕДСТАВЛЯЛА ИЗ СЕБЯ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО ОПТОВУЮ ТОРГОВЛЮ.
- ПО РАЗНЫМ ДАННЫМ (ИССЛЕДОВАНИЯ WTO, UPU, JD.COM И ПРОЧ.) В 2025 ГОДУ ДОЛЯ РОЗНИЧНОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ (ПОСЫЛОЧНОЙ ТОРГОВЛИ) БУДЕТ ОСТАВЛЯТЬ ОТ 20 ДО 25%.

ПОТРЕБНОСТИ В МИРОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ ОТНОШЕНИЙ, E-WTO

ТЕМЫ:

- НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ, ЕДИНЫЙ НОРМЫ И ПРАВИЛА
- ЕДИНЫЕ ПОДХОДЫ К СЕРТИФИКАЦИИ
- ЕДИНЫЕ ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ФОРМАТЫ
- ОБЩИЕ ПРАВИЛА И НОРМАТИВЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОКУПАТЕЛЕЙ

ПРОБЛЕМЫ РОССИЙСКОГО E-COMMERCE

- СТРЕМЛЕНИЕ ГОСУДАРСТВА К ПЕРЕРЕГУЛИРОВАНИЮ ОТРАСЛИ;
- ОТСУТСТВИЕ НАЦИОНАЛЬНЫХ БРЭНДОВ, УНИКАЛЬНЫХ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫХ ТОВАРОВ;
- СТРЕМЛЕНИЕ К УПРОЩЕНИЮ, НЕДООЦЕНКА СЛОЖНОСТЕЙ, ПРИМИТИВИЗАЦИЯ;

РЕЗЮМЕ

- МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ ОЧЕНЬ БЫСТРО МЕНЯЕТСЯ, НАМ НЕОБХОДИМО НЕ ОКАЗАТЬСЯ В ХВОСТЕ ЭТИХ ПЕРЕМЕН, НЕ ДОПУСТИТЬ, ЧТОБЫ ЭТОТ «ПОЕЗД» УШЕЛ БЫ БЕЗ НАС.
- БОЛЕЕ ТОГО, ВСЕ, ЧТО ХАРАКТЕРНО ДЛЯ МИРОВОГО РЫНКА М₂С БУДЕТ ХАРАКТЕРНО И ДЛЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА
- НЕОБХОДИМЫЕ МЕРЫ:
- 1. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОРГОВЫХ МЕХАНИЗМОВ;
- 2. ФОКУС НА РАЗВИТИЕ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА;