

Чжан Сюй
магистрант
Московский
педагогический государственный
университет
г. Москва, Россия

ТРЕНДЫ РЫНКА МОБИЛЬНОЙ КОММЕРЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Аннотация: Рост мобильной коммерции трансформирует международный бизнес благодаря распространению смартфонов и улучшению качества мобильного интернета. Понимание этих тенденций жизненно важно для компаний, стремящихся повысить вовлеченность клиентов и сохранить конкурентные преимущества на глобальном рынке. Исследование сосредоточено на выявлении и анализе современных тенденций мобильной коммерции и их последствий для международного бизнеса. В статье описаны основные тенденции, среди которых: увеличение финансирования инфраструктуры мобильной передачи данных и разработки приложений, расширение использования мобильных инструментов управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) и управления продажами для повышения эффективности бизнеса, более широкое использование мобильных устройств для доступа к информации в режиме реального времени, что повышает качество обслуживания клиентов.

Ключевые слова: *международный бизнес, мобильная коммерция, электронная коммерция, китайский бизнес, инновации*

Zhang Xu
Master student of the Moscow

MOBILE COMMERCE MARKET TRENDS IN INTERNATIONAL BUSINESS

Abstract: The growth of mobile commerce is transforming international business through the proliferation of smartphones and improvements in mobile internet quality. Understanding these trends is vital for companies looking to increase customer engagement and maintain a competitive advantage in the global marketplace. The study focuses on identifying and analyzing current mobile commerce trends and their implications for international business. The paper outlines the key trends, including: increased funding for mobile data infrastructure and application development, increased use of mobile customer relationship management (CRM) and sales management tools to improve business performance, and increased use of mobile devices to access real-time information that enhances the customer experience.

Keywords: *international business, mobile commerce, e-commerce, Chinese business, innovation*

В современную эпоху технологии мобильных терминалов быстро развиваются. Мобильные телефоны, являясь важной частью жизни и работы людей, сильно изменили традиционный образ жизни и труда и в то же время произвели революцию и способствовали развитию электронной коммерции. В статье в основном обсуждаются концепция мобильной электронной коммерции, существующие проблемы и решения, а также будущие тенденции развития этой сферы.

Благодаря непрерывному развитию науки, техники и информационных технологий, китайская мобильная электронная

коммерция достигла значительных успехов. Она предоставляет людям больше удобств и удовольствия при использовании привычных вещей. Мобильная коммерция обладает широкими перспективами и будет лидировать в развитии финансовой индустрии и электронной коммерции.

Мобильная коммерция представляет собой вид электронной коммерции, осуществляемой с помощью мобильных устройств, таких как телефоны и ноутбуки. Этот вид коммерции эффективно сочетает в себе интернет и мобильные сети, и по сути, имеет много общего с традиционной электронной коммерцией [1]. Покупатели и продавцы взаимодействуют и совершают сделки на основе мобильного интернета.

Однако, мобильная коммерция является инновацией традиционной электронной коммерции. Она избавилась от ограничений проводной связи, реализовав беспроводную связь, и придала электронной коммерции совершенно новую форму. Мобильная коммерция преодолевает географические ограничения, обладает простотой и скоростью, удовлетворяя разнообразные и персонализированные потребности пользователей.

Кроме того, мобильная коммерция расширила сферы применения, включая не только торговые сделки, но и информационные услуги, развлечения, финансовое управление и многое другое [3].

Несмотря на преимущества, мобильная электронная коммерция сталкивается с рядом проблем. Во-первых, ограничения беспроводного спектра и мощности приводят к меньшей пропускной способности и более высокой стоимости. С развитием пакетной коммутации канал становится общим, что увеличивает задержку и снижает надежность соединения. Как только зона покрытия превышена, услуга становится недоступной.

Во-вторых, узкая сфера применения, когда приложения мобильной коммерции сосредоточены исключительно на личных нуждах, ограничивает её дальнейшее развитие. Независимо от того, идет ли речь о

традиционной электронной коммерции или мобильной коммерции, в центре внимания всегда находится предприятие. Успех электронной коммерции определяется тем, сможет ли она сократить затраты предприятий, обеспечить их экономические выгоды и добиться стабильного развития [2].

В-третьих, риски безопасности являются значительным вызовом для мобильной коммерции. Из-за использования беспроводного соединения она подвержена взлому и перехвату данных при проведении транзакций, что может привести к тому, что эти транзакции не будут признаваться и защищаться законом.

В-четвертых, несовершенство законов и правил также ограничивает развитие мобильной коммерции. Несмотря на свои преимущества перед традиционной коммерцией, она сталкивается с серьезными недостатками и многочисленными спорами. В случае возникновения споров отсутствуют правовые основы и поддержка, что может привести к экономическим потерям для заинтересованных сторон.

Учитывая проблемы мобильной электронной коммерции, необходимо принимать эффективные меры противодействия, чтобы обеспечить её устойчивое и стабильное развитие.

Прежде всего, мобильная электронная коммерция должна соответствовать реальной ситуации на предприятии и стремлению к экономической выгоде, создавая ценность для бизнеса. Применение технологий мобильной коммерции может позволить реализовать мобильный офис, что значительно экономит затраты и повышает эффективность работы предприятий [4]. Кроме того, это открывает новые возможности для бизнеса и позволяет предоставлять индивидуализированные услуги в зависимости от потребностей клиента, что укрепляет отношения между ними.

Также необходимо укреплять систему образования и подготовки кадров. Правительству и предприятиям следует использовать различные методы обучения и привлечения высококвалифицированных профессионалов и технических специалистов в области управления информационными технологиями.

Это поможет удовлетворить потребности развития электронной коммерции. Государству также нужно активно популяризировать сетевые знания среди студентов, создавая в колледжах и университетах курсы по электронной коммерции и сетевой торговле. Это позволит подготовить больше специалистов в этой области.

Мобильная электронная коммерция, обладая уникальными характеристиками удобства и гибкости, стремительно завоевывает рынок и демонстрирует значительные перспективы для широкого применения. Ее развитие сопровождается рядом ключевых тенденций, которые обещают преобразовать как потребительские, так и бизнес-практики в ближайшем будущем [5].

Рост популярности мобильного интернета

Одной из наиболее заметных тенденций является стремительный рост популярности мобильного интернета. В среднем житель Земли сегодня тратит около четырех часов на мобильный интернет¹. Операторы связи и производители коммуникационного оборудования активно увеличивают рекламные усилия и вкладывают значительные средства в развитие инфраструктуры для передачи данных и лицензирование мобильных приложений. Эти меры направлены на то, чтобы пользователи повсеместно приняли и активно использовали мобильный интернет, что открывает новые горизонты для мобильной коммерции.

Фокус на корпоративные приложения

¹ Lexie Pelchen, Samantha Allen. Internet Usage Statistics In 2024. Forbes. 1st March 2024. URL.:<https://www.forbes.com/home-improvement/internet/internet-statistics/#:~:text=On%20average%2C%20people%20spend%20almost,all%20times%20with%20our%20smartphones.> (дата обращения: 05.05.2024)

Второй важной тенденцией является смещение акцента на корпоративные приложения. Мобильная коммерция предлагает бизнес-пользователям множество преимуществ, таких как беспроводное управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) и управление продажами. Эти приложения помогают компаниям оптимизировать процессы, сокращать издержки и повышать общую эффективность, что делает их привлекательными для широкого круга предприятий.

Использование мобильных устройств для доступа к информации

Мобильные устройства становятся основным средством получения разнообразной информации, необходимой пользователям в повседневной жизни. Электронная почта, погодные условия, информация о рейсах, котировки акций и маршруты путешествий – все это доступно через мобильные телефоны. Несмотря на то, что эти данные не всегда связаны напрямую с бизнес-операциями, они играют важную роль в установлении и поддержании хороших отношений с клиентами, что в конечном итоге способствует увеличению прибыли [2].

Проблемы дисплея и ввода данных

Однако развитие мобильной коммерции сталкивается и с определенными вызовами. Например, несмотря на улучшение дисплеев портативных устройств, методы ввода данных остаются проблематичными. Маленькие экраны и громоздкие способы ввода ограничивают функциональность и удобство использования мобильного интернета, что требует дальнейших технических инноваций.

Безопасность мобильной коммерции

Вопрос безопасности данных продолжает оставаться актуальным для пользователей мобильных устройств. При обмене информацией через беспроводные сети пользователи беспокоятся о возможности перехвата и взлома данных. Поэтому обеспечение безопасности транзакций и защиту

пользовательской информации следует рассматривать как приоритетное направление развития м-коммерции.

Навигация по голосовым сетям

Еще одной потенциальной областью развития является голосовая навигация. Язык является наиболее естественным интерфейсом для взаимодействия с мобильными устройствами, однако значительных прорывов в этой области пока не произошло. Тем не менее, исследование и развитие голосовых технологий продолжается, и в будущем они могут существенно изменить способы использования мобильного интернета.

Увеличение рекламы на мобильных устройствах

С увеличением числа пользователей мобильных устройств растет и объем рекламы на этих платформах. Реклама на мобильных устройствах предоставляет рекламодателям новые способы продвижения своей продукции, создавая дополнительные источники дохода для операторов связи и разработчиков приложений.

Изменение стратегии бизнес-продаж операторов связи

Операторы мобильной связи постепенно корректируют свои стратегии, смещая фокус с конечных потребителей на корпоративных пользователей. Введение в эксплуатацию новых коммерческих приложений позволяет операторам связи не только занять долю рынка, но и получить значительную экономическую выгоду, что свидетельствует о трансформации бизнес-моделей в отрасли.

Мобильная коммерция, обладая множеством преимуществ перед традиционной электронной коммерцией, демонстрирует большие перспективы и потенциал для дальнейшего роста. Чтобы реализовать этот потенциал, необходимо продолжать совершенствовать технологии, обеспечивать безопасность данных и адаптировать стратегии бизнеса к новым условиям. В результате мобильная коммерция сможет не только улучшить качество жизни людей, но и способствовать развитию

экономики, предоставляя удобства и новые возможности для пользователей по всему миру.

Список использованной литературы

1. Васильева Т.В., Козлова В.М. Сущность, структура и особенности мобильной коммерции как формы предпринимательства // ЭВ. 2019. №3 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-struktura-i-osobennosti-mobilnoy-kommertsii-kak-formy-predprinimatelstva> (дата обращения: 10.06.2024).

2. Васильева Т.В. Мобильная коммерция: прошлое, настоящее, будущее // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского". - 2014. - № 3(53). - С. 105-111.

3. 索笑宇. 移动电子商务发展研究. 合作经济与科技, 2014(12):52-54. Суо Сяоюй. Исследование развития мобильной электронной коммерции. Кооперативная экономика и технологии, 2014(12):52-54.

4. 邓书刚. 移动电子商务的发展探究. 中国电子商务, 2015(1):15. Исследование развития мобильной электронной коммерции. Китайская электронная коммерция, 2015(1):15.

5. 张, 瑞娟. 移动电子商务的发展研究. 财经与管理. 2018. 1. 516. 10.26549/cjygl.v1i6.632. Чжан Руйцзюань. Исследование развития мобильной коммерции. Финансы и менеджмент. 2018. 1. 516. 10.26549/cjygl.v1i6.632.