

китайский больниц, оказывающих медицинские услуги иностранным гражданам.

Спектр заболеваний, с которыми люди отправляются в Китай, чрезвычайно широк. Иностранные туристы едут в многопрофильные клиники лечить заболевания суставов и хронические болезни желудочно-кишечного тракта, сердечно-сосудистой системы, заболевания кожи и т.д.

Специализированные центры принимают пациентов со злокачественными опухолями и раком крови, тяжелыми нейрогенеративными нарушениями, патологиями центральной нервной системы и аутоиммунными нарушениями.

Стоит отметить, что вся система здравоохранения Китая находится под контролем государства, которому подчиняются не только муниципальные, но и частные клиники. Введение единых стандартов в области технического оснащения медицинских учреждений, повышенные требования к уровню образования медицинского персонала, привлечение опытных специалистов из-за рубежа – все это говорит о том, что медицина в Китае, равно как и экономика, сегодня развивается весьма успешно и динамично.

Хэ Сичжень

He Sichzen

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А.В. Коньшева

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КИТАЯ: ПЛАТФОРМА “ALIBABA”

Chinese Electronic Commerce: Platform “Alibaba”

Технологии и стандарты передачи данных через сеть Интернет стали универсальной средой обмена коммерческой информацией и во многом определили принципы ведения бизнеса в сфере электронной коммерции, поэтому электронная коммерция становится одним из драйверов мировой экономики, открывая широкие возможности экономического взаимодействию как на международном, так и на национальном уровне. Цель работы – показать возможности электронной коммерции на платформе “Alibaba”.

“Alibaba Group” – это китайская компания, занимающаяся электронной коммерцией, которая осуществляет свою деятельность через торговые площадки. “Alibaba” не является продавцом, а также она не является логистической компанией. Это платформа, которая помогает продавцам продавать продукцию напрямую покупателям, используя логистические цепочки “Alibaba”. Расширение сферы деятельности и ее интернационализация

на зарубежные рынки – это потенциальная возможность для “Alibaba” использовать свои уникальные преимущества для получения более высоких доходов.

Анализ деятельности компании “Alibaba” показывает, что такие факторы, как рыночная привлекательность и экологические преимущества, являются движущими силами интернационализации. Об этом свидетельствует тот факт, что по последним данным “Alibaba” построила экосистему вокруг своей платформы и бизнеса, охватывающую потребителей, предприятия, бренды, розничных торговцев, другие предприятия, сторонних поставщиков услуг и партнеров по стратегическому альянсу.

AliExpress был запущен Alibaba Group в 2010 году как платформа B2C для китайских компаний, чтобы продавать свою продукцию напрямую иностранным потребителям. Она работает в 243 странах и регионах по всему миру. Имеет 18 сайтов на разных языках. Кстати, этим сайтом достаточно успешно пользуются и жители Беларуси для приобретения различных товаров.

Судя по проведенному нами анализу, касающемуся работы компании “Alibaba”, она выходит на новые рынки, напрямую удерживая местные дочерние компании или запуская собственную дочернюю компанию. Кроме того, вышеуказанная компания разрабатывает стратегические партнерские отношения в сфере логистики и оплаты. Также ею анализируются фактические национальные условия Китая, так как она нацелена на получение прибыли для многочисленных малых и средних предприятий, начинающих предприятий и транснациональных компаний, которые хотят выйти на китайский рынок.

Таким образом, можем сделать вывод, что стратегии выхода на зарубежные рынки дифференцируются в зависимости от региона, однако, после выхода на рынок, применяется идентичная бизнес стратегия. “Alibaba” склонна инвестировать в страны с более привлекательными рынками.

Из вышесказанного делаем вывод, что с развитием интернационализации “Alibaba” необходимо позволить правительственным ведомствам, предприятиям и потребителям в большем количестве стран понять ценность, которую им могут предоставить. “Alibaba” также может использовать эти обмены для понимания потребностей других государственных ведомств. Интернационализация “Alibaba” – это не только процесс расширения ее услуг за рубежом, но и процесс взаимопонимания с большим количеством зарубежных заинтересованных сторон.