

УДК 339.972

О. Экономическое развитие, научно-технологический прогресс и рост
O. Economic Development, Innovation, Technological Change, and Growth

РАЗВИТИЕ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В КИТАЕ И ЕЕ ВОЗМОЖНОСТИ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «ОДИН ПОЯС – ОДИН ПУТЬ»

ВАН ЮАНЬ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Реализация китайского проекта «Один пояс – один путь» дает беспрецедентные возможности для развития трансграничной электронной торговли. В то же время существует ряд проблем: недостаток квалифицированных специалистов, отставание развития логистики, платежный риск и др. Анализируются возможные препятствия на пути развития китайской трансграничной электронной торговли в рамках названного проекта, предлагаются соответствующие мероприятия по минимизации барьеров.

Ключевые слова: «Один пояс – один путь»; Китай; трансграничная электронная торговля.

DEVELOPMENT OF CROSS-BORDER E-COMMERCE IN CHINA AND ITS CAPABILITIES IN THE IMPLEMENTATION OF THE PROJECT «ONE BELT – ONE WAY»

WANG YUAN^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliežnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

The implementation of China's «One Belt – One Road» policy has brought unprecedented opportunities for the development of cross-border e-commerce. But at the same time, there are many problems in the development process: scarcity of qualified specialists, lag of logistics development, payment risk. Possible challenges in the cross-border e-commerce in China within give project are analyzed. Corresponding countermeasures are proposed.

Keywords: «One Belt – One Road»; China; cross-border e-commerce.

Введение

Стагнация традиционной глобализации после финансового кризиса 2008 г. частично преодолена формированием ее нового этапа – цифровой глобализации [1]. Главный элемент цифровой глобализации – трансграничная электронная торговля (далее – ТЭТ) как традиционными товарами и услугами, так и цифровыми (виртуальными). Китай является мировым лидером цифровой трансформации общества и главным двигателем цифровой глобализации. Цель статьи – исследовать роль в цифровой глобализации китайской ТЭТ и концепции «Один пояс – один путь», опираясь на работы [1–5].

Образец цитирования:

Ван Юань. Развитие трансграничной электронной торговли в Китае и ее возможности в реализации проекта «Один пояс – один путь». *Журнал Белорусского государственного университета. Экономика*. 2019;2:79–88.

For citation:

Wang Yuan. Development of cross-border e-commerce in China and its capabilities in the implementation of the project «One belt – one way». *Journal of the Belarusian State University. Economics*. 2019;2:79–88. Russian.

Автор:

Ван Юань – аспирант кафедры аналитической экономики и эконометрики экономического факультета. Научный руководитель – доктор физико-математических наук, профессор М. М. Ковалёв.

Author:

Wang Yuan, postgraduate student at the department of analytical economics and econometrics, faculty of economics.
1964347670@qq.com

ТЭТ относится к субъектам торговли, которые проводят транзакции, совершают сделки, ведут электронные расчеты с применением современных систем доставки товаров. Трансграничные операторы электронной торговли используют онлайн-бизнес-платформы, привлекают зарубежных торговых партнеров, помогающих осуществлять торговлю товарами, биллинг, трансграничные логистические услуги для доставки товаров. ТЭТ Китая в основном представлена B2C (*business-to-customer*, т. е. бизнес для потребителя): это платформы электронной торговли для потребителей, которые характеризуются обилием заказов, тем, что потребителями являются простые граждане, а продавцами – *ShopNC*, *Business Wing*, *ECshop* и др. Для быстро развивающейся C2C (*customer-to-customer*, т. е. потребитель для потребителя) свойственны торговля, как правило, поддержанными товарами и небольшой общий доход. Рассматриваемый вид услуг предоставляют *Taobao*, *Pat*, *eBay* и т. д. Электронная торговля между компаниями ведется и на основе модели B2B, где каждый заказ имеет большой объем и может формироваться в течение некоторого времени. Представители данной модели – *Alibaba*, сеть НС, окно сетевых операторов и т. д.

В 2013 г. Китай выдвинул стратегию «Один пояс – один путь», которая должна способствовать улучшению промышленной трансформации Китая, увеличить торговый экспорт, предоставить новые возможности для экономического строительства самого Китая и стран, находящихся в зоне стратегии. Эта программа опирается на существующие дву- и многосторонние механизмы взаимодействия между Китаем и заинтересованными странами, заимствует исторические символы Великого шелкового пути, предлагая активно развивать экономическое партнерство, чтобы выработать общие интересы, ответственность за политическое взаимное доверие, экономическую и культурную интеграцию. В рамках названного проекта бизнес-модель электронной торговли может быть весьма успешной, она уже преодолела национальные границы и оказала влияние на экономические модели разных государств и далее может содействовать регионам, расположенным возле Китая, в обмене ресурсами, открытии логистических и транспортных маршрутов, проведении торговых операций.

В Китае в 2017 г. насчитывалось более 200 000 трансграничных компаний электронной торговли, более 5000 платформ, а трансграничные транзакции электронной торговли составили 8,2 трлн юаней (12 трлн долл.). В годовом исчислении рост составил 22,3 %. Объем трансграничных транзакций электронной торговли в 2018 г. должен достигнуть более 9 трлн юаней, на которые приходится более 40 % мировых транзакций. ТЭТ стала важной точкой роста внешней торговли Китая.

Развитие трансграничной электронной торговли в Китае

В основные направления политики Государственного совета КНР, касающиеся ТЭТ, в течение 2013–2018 гг. были включены следующие аспекты: реализация политики поддержки трансграничного экспорта розничной электронной торговли; поддержка стабильного роста внешней торговли; содействие основательному и в то же время быстрому развитию ТЭТ; создание новой трансграничной экспериментальной зоны электронной торговли; улучшение политики возврата экспортной пошлины и ускорение возврата налогов; оптимизация бизнес-среды для продвижения программ работ по упрощению процедур международной торговли; усовершенствование процедуры мониторинга трансграничного надзора за импортом розничной торговли.

В 22 городах Китая, включая Пекин, Харбин, Нанкин, Ухань, Чанша, Чжухай, Дунгуань и Иу, созданы пилотные цифровые зоны ТЭТ. Правительство активно занимается реформой сектора внешней торговли и оценивает трансграничную электронную торговлю как прорыв, всецело поддерживая инновации в целях упрощения логистики, складирования, таможенного оформления, таможенной интеграции, экспертизы и обмена информацией [1].

В цифровых зонах снижены пошлины, упрощены процедуры регистрации товаров, закупки и хранение товара стали возможны без регистрации иностранного юридического лица. Кроме того, цифровые зоны предоставляют услуги платежных платформ с конвертацией иностранной валюты, а также логистические услуги.

В 2017 г. общий объем трансграничного импорта и экспорта товаров электронной торговли в таможенной статистике Китая составил 90,24 млрд юаней. По сравнению с 2016 г. он вырос на 80,6 %, из которых экспорт составил 33,65 млрд юаней, а импорт – 56,59 млрд юаней, 41,3 % и 120 % соответственно. В Китае активно функционируют трансграничные платформы внутренней и внешней электронной торговли, например *Tmall International*, *Vipshop International*, *Netease Koala*, *Huicong*, *Ocean Dock*, *Honey Bud* и т. д. Кроме того, существует более 4000 компаний, которые подключены к трансграничной системе электронной торговли.

Структура трансграничной электронной торговли Китая представлена на рис. 1.

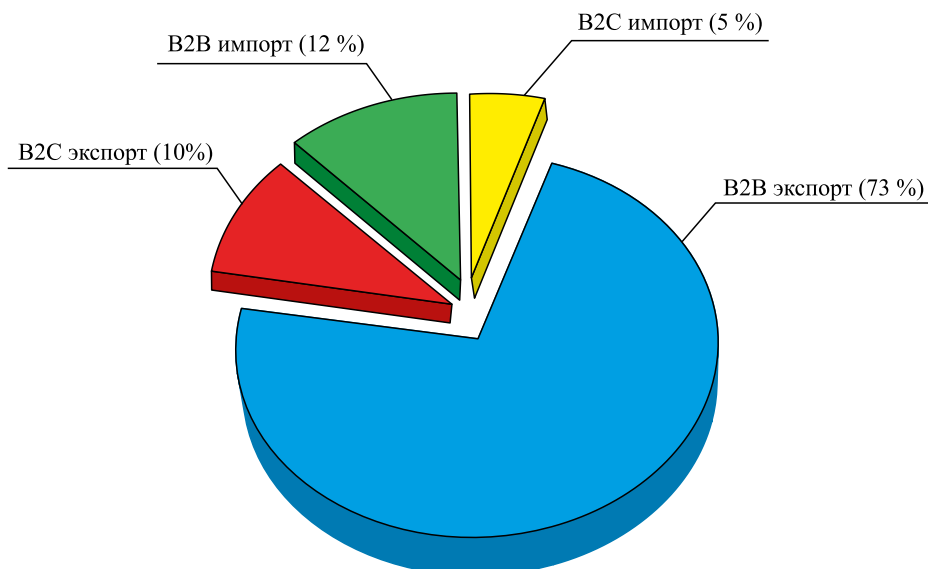


Рис. 1. Китайская трансграничная электронная торговля по данным за 2015 г. (ее структура в основном неизменна до сих пор).

Источник: *AliResearch*

Fig. 1. China's cross-border e-commerce as of 2015 (its structure remains largely unchanged).

Source: *AliResearch*

Граница Китая простирается на 22 117 км, занимая первое место в мире по протяженности. Китай граничит с 14 странами, что способствует развитию ТЭТ.

Общая протяженность границы между провинцией Хэйлунцзян и Россией составляет 2981 км. На ней расположено 25 портов национального уровня и 15 пограничных портов. Все они способствуют развитию малых и средних предприятий в сфере трансграничной электронной торговли в обеих странах. Из-за ее низкой стоимости и многих других преимуществ в Хэйлунцзяне было создано много небольших и средних трансграничных компаний электронной торговли, здесь поощряется их сотрудничество с такими платформами, как *Jingdong* и *Tencent*. Это помогает совершенствовать традиционные бизнес-модели внешней торговли, укреплять сотрудничество предприятий и компаний, занятых в электронной торговле, по линии ускоренного развития внешнеторговых предприятий. В конце 2016 г. в г. Суйфэньхэ установлена взаимосвязь между платформой таможенного оформления Китая и России, платформой интегрированных услуг ТЭТ и платформой государственной службы ТЭТ, что весьма существенно повлияло на интеграцию внешней торговли Китая и России. Информация предоставляется на платформах общественного обслуживания, соответствующие отделы могут обмениваться данными на интегрированной сервисной платформе, тем самым способствуя развитию индустрии электронной торговли в г. Суйфэньхэ.

В китайско-русской торговле высшие государственные органы и руководство провинции Хэйлунцзян согласовали политику по улучшению среды: предприятия, входящие в китайско-российскую зону взаимной торговли, могут свободно торговать в ней (при этом товары не подлежат количественной сохранности); координироваться с трансграничными компаниями, специализирующимися на услугах электронной торговли, в целях налаживания сотрудничества с зарубежными онлайн-СМИ, платформами электронной торговли и компаниями, предоставляющими идентичные услуги; использовать зарубежные сети, предоставляющие рекламные услуги, для продвижения продаж со стороны внешнеторговых предприятий.

Юньнань и Гуандун, провинции с богатыми ресурсами, имеют тесные экономические и торговые связи со странами Юго-Восточной Азии. Для провинции Юньнань реализация инициативы «Один пояс – один путь» означает расширение пространства для развития трансграничного рынка электронной торговли в Юго-Восточной Азии. Рынок электронной торговли этого региона мира продемонстрировал через трансграничную сеть свой большой потенциал. В 2016 г. *Alibaba* приобрела крупную компанию *Lazada*, занимающуюся электронной торговлей в названном регионе.

Благодаря хорошо развитым портам и морским перевозкам провинции Цзянсу, Чжэцзян г. Шанхай и другие прибрежные районы стали торговать с США, Японией, Южной Кореей, Австралией, Канадой и др.

Синьцзян – большая западная провинция, расположенная в центральной части экономического пояса Шелкового пути, – трамплин для торговых связей с Центральной и Западной Азией и Европой.

Внутренние провинции в Китае в силу развитых железных дорог, автомагистралей, речного транспорта и авиационных сетей также имеют возможность торговать с другими государствами. По состоянию на 2017 г. протяженность железных дорог в Китае достигла 124 000 км (2-е место в мире), из них 25 000 км приходится на скоростные железные дороги. Уровень железнодорожных перевозок и электрификации достиг 54,9 % и 64,8 % соответственно. В конце 2017 г. общая протяженность автомобильных дорог по всей стране достигла 4 773 500 км, что в 5,2 раза больше, чем в конце 1984 г. Из них 136 500 км приходится на скоростные дороги. В Китае насчитывается 218 аэропортов гражданской авиации, 50 аэропортов с годовой пропускной способностью более 10 000 тонн. Годовой грузооборот трех крупных городов – Пекина, Шанхая и Гуанчжоу – составил 49,6 % от общего годового грузооборота в стране. По состоянию на 2017 г. пробег по внутренним водным путям страны составил 127 100 км, а пробег по водной системе реки Янцзы – 64 883 км, реки Чжунцзян – 16 450 км, реки Хуанхэ – 3533 км, реки Хэйлунцзян (Амур) – 8211 км, каналу Пекин – Ханчжоу – 1438 км, реки Ланьцан – 1973 км, а реки Хуай – 17 507 км. Транспортная сеть Китая предоставляет гарантии для перевозки грузов через границы.

Преобразование и развитие традиционных китайских предприятий на основе ТЭТ. Традиционные предприятия проводят модернизацию в целях использования трансграничных моделей электронной торговли. Трансграничная электронная торговля ориентируется на небольшие партии и быструю доставку. Многие иностранные торговые компании вместо крупных покупок стали делать небольшие, чтобы ослабить давление со стороны капитала и рисков.

Таким образом, преимущества ТЭТ перед традиционной торговлей стали движущей силой для преобразования и модернизации предприятий.

Препятствия для трансграничной электронной торговли Китая. Главный барьер – далекое от образца развитие трансграничной логистики. Трансграничная электронная торговля основана на обширных логистических связях Китая с зарубежными потребителями. Из-за существенных политических различий уровень развития международной логистики в странах и регионах, расположенных вдоль «Одного пояса – одного пути», является неравномерным, особенно за рубежом. Помимо сложностей с отслеживанием необходимой информации, возникает риск повреждения и потери товаров. Существует много неопределенностей в процессе таможенного оформления. Высокая стоимость логистики – основное проблемное место в формировании ТЭТ.

В связи с быстрым развитием трансграничного рынка электронной торговли и экспресс-доставки становится все теснее сотрудничество платформ логистики и компаний электронной торговли. Ситуация с трансграничными логистическими предприятиями будет напрямую влиять на становление рассматриваемой сферы. Отметим, что уровень развития логистики в разных городах Китая сильно различается: например, в Пекине, Шанхае, Гуандуне, Цзянсу, Чжэцзяне, Шаньдуне, Фуцзяне трансграничные логистические предприятия быстро прогрессируют и эффективность транспортировки товаров высока. Создание трансграничных логистических предприятий в центральных и западных регионах Тибета, Внутренней Монголии, провинциях Юньнань, Сычуань, Цинхай и других сельских районах идет медленно. По сравнению с Дунгуанем, Шанхаем, Ханчжоу и другими местами этот разрыв очень велик, что сужает региональные возможности трансграничной индустрии электронной торговли.

В июле 2018 г. правительство Китая решило создать комплексную пилотную зону ТЭТ в 22 городах, включая Пекин. Хотя эти города являются открытой экономической зоной, транспорт там относительно удобен, но логистика отстает, а с ростом частоты трансграничных перевозок ее стандартизация становится все сложнее: нехватка складов, длительный логистический оборот, проблемы с возвратом и обменом мешают развитию электронной коммерции. Во время перевозки товара клиент ничего не знает о его статусе. Все это может легко привести к асимметрии информации, вызвать недовольство покупателей и, к сожалению, создать препятствие быстрому развитию ТЭТ.

Некоторые региональные сезонные товары (например, цветы Юньнана, байховые ягоды Сучжоу, волосатые крабы и другие свежие товары) формируют большой спрос на логистику. Тем не менее требования трансграничной логистики довольно высоки, и трансграничные транзакции в электронной торговле пока происходят медленно. Инфраструктура г. Цзиндэчжэнь относительно неразвита, поэтому целесообразно создать в нем современную логистическую систему. В то же время не хватает местных специализированных трансграничных логистических предприятий. Особенно высокий уровень требований к трансграничной логистике предъявляется в процессе торговли хрупкими и громоздкими керамическими изделиями, производящимися в этом округе.

Основными формами трансграничной логистики являются международные посылки, международная экспресс-доставка, зарубежные склады и т. д. У них есть свои плюсы и минусы. Компании, которые занимаются ТЭТ, также отличаются по своим приоритетам: некоторые обращают внимание

на стоимость, другие – на скорость или на безопасность груза. Полагаем, что остро необходима интеграция в логистической отрасли, создание высококачественных логистических компаний с низкой стоимостью, высокими скоростью и уровнем безопасности.

Несмотря на то что в последние годы в трансграничной логистической индустрии Китая постоянно улучшается качество обслуживания и продукции, в целом эта сфера все еще находится в стадии развития: вопросы долгосрочной трансграничной логистической доставки в связи с этим не решены [2]. Таможенное оформление, проверка и выпуск также сдерживают развитие трансграничной логистики. В результате она пока еще не соответствует строгим требованиям международной логистики.

Риски оплаты в трансграничной электронной торговле. Трансграничные методы платежей в электронной торговле не единообразны. Так, страны Юго-Восточной Азии, Центральной Азии и Западной Азии имеют более низкие показатели использования платежных систем, хотя число людей, делающих покупки на платформах электронной торговли, достигло 11 млн и в ближайшие 3–5 лет их будет еще больше. Более 70 % онлайн-покупателей выбирают наложенный платеж, т. е. оплату при получении, менее 20 % используют онлайн-банкинг и менее 10 % – платежные системы.

В названных регионах актуальна система *PayPal* для большинства трансграничных платформ электронной торговли. В целом в стране функционирует 17 платежных систем, таких как *Tenpay*, *Alipay*, *Remittance* и *Chongqing Yichao*. В разных странах, в том числе и в Китае, клиенты предпочитают различные способы оплаты, что приводит к несогласованности трансграничных транзакций электронной торговли, проблемам с оплатой.

Трансграничные платежи в электронной торговле должны основываться на надежном рыночном кредитном механизме, а его отсутствие чревато снижением доверия к данным платежным системам. В результате обе стороны не смогут гарантировать завершения процесса оплаты. Эффективная торговля и снижение торговых рисков между Китаем и другими странами могут быть только на основе прозрачной и точной информации: несовершенство рыночного кредитного механизма оборачивается проблемами в информационной безопасности. Меры, необходимые для улучшения качества этого процесса, рассчитаны на долгий период и весьма дорогостоящи. В ситуации слабой экономики и большого дефицита капитала для стран АСЕАН это достаточно амбициозная, но долгосрочная цель.

С быстрым развитием ТЭТ способы оплаты стали более разнообразными, но они еще не представляют собой систему. Методы и формы электронных платежей стали удобнее, но менее защищенными от киберпреступлений: мошенники могут легко воспользоваться утечкой информации, что приведет к потерям для обеих сторон. В отличие от внутренней электронной торговли ТЭТ, скорее всего, станет причиной трудноразрешимых споров. Из-за высокой стоимости международной доставки процедура возврата очень сложна и не существует внутреннего механизма для снятия трансграничных споров в сфере электронной торговли, а это препятствует формированию лояльности покупателей и затрудняет развитие ТЭТ в долгосрочной перспективе.

Вопрос об обменном курсе для расчетов в иностранной валюте. В международной электронной торговле в основном используется метод оплаты *PayPal*. В Китае же с его помощью невозможно вывести средства за рубеж, что неудобно для местных покупателей. В трансграничной платформе электронной торговли неизбежно возникает проблема обмена валюты, и здесь существует риск изменения обменного курса двух стран, а это повлияет на продавцов и потребителей. Предположим, что валюта определенной страны – члена АСЕАН используется для онлайн-расчетов, а для непосредственных платежей – юань. От изменения обменного курса юаня будут зависеть стоимость трудоемких экспортных предприятий, налоговые ставки (так как они косвенно относятся к прибыли трансграничных компаний электронной торговли).

Нехватка специалистов для ТЭТ. Реализация стратегии «Один пояс – один путь» привела к расширению в Китае масштабов бизнеса и территорий, где осуществляются продажи трансграничных компаний электронной торговли. Рост объема бизнеса содействует большому спросу на узкопрофильные кадры, специализирующиеся на трансграничной электронной торговле. Почти все университетские специальности в области финансов и экономики связаны в Китае с электронной торговлей, однако учебные программы в большей степени ориентированы на отечественную электронную торговлю. Знания студентов о международной электронной торговле весьма поверхностны. Существующая модель обучения специалистов для ТЭТ практически не работает. В Китае не так много высококвалифицированных кадров, которые владеют иностранными языками на деловом уровне, знают международное право и имеют опыт работы на сетевых платформах.

В крупных городах (Пекин, Шанхай, Шэньчжэнь, Ханчжоу, Сучжоу) внешняя электронная торговля имеет хороший фундамент. Несмотря на то что участие в трансграничной электронной торговле усложнилось, практикующие специалисты должны обладать большим багажом знаний в сфере международной и электронной торговли, логистики, маркетинга, владеть разными иностранными языками. Трансгранич-

ные компании в других городах, занимающиеся электронной торговлей, часто не могут набрать в штат хороших специалистов, что приводит к значительному отставанию от городов-лидеров торговли.

Синьцзян, Цинхай, Юньнань, Гуанси, Внутренняя Монголия и другие центральные и западные провинции, где экономика развивается медленно, не имеют преференций для привлечения инвестиций. Крупные многонациональные компании в этих регионах крайне редки. Для развития этих отстающих провинций необходимы хорошие специалисты, а для этого не хватает ресурсов.

Недостаточное брендирование трансграничной китайской электронной торговли. Интернационализация бренда приносит высокую добавленную стоимость товара и способствует повышению его международной конкурентоспособности. Уровень брендинга ТЭТ в Китае увеличился с 9 % в 2011 г. до 19 % в 2015 г., что весьма существенно. Однако создать бренд в Китае непросто. Есть много особых продуктов в различных регионах Юньнани: например, ферментированный соевый творог из Юаньмоу, растительное масло из Люопина, грибы из уезда Сюйюна и провинции Гуандун, яблоки из Чжаотуна и др. Хотя все продукты известны издавна, но из-за устаревших методов ведения бизнеса торговля ими имеет слабый оборот. В этой ситуации электронная коммерция становится важной платформой, но названные бренды на платформах электронной коммерции не срабатывают, и продажи не увеличиваются.

Большинство трансграничных транзакций электронной торговли в Аньхое связаны с такими простыми продуктами переработки, как одежда и сельскохозяйственные продукты. Для их изготовления используются примитивные технологии. Высокотехнологичные автомобильные и робототехнические изделия не получили широкого признания на международном уровне, узнаваемость их брендов также низкая. Кроме того, высокая гомогенизация товаров привела к ценовым войнам в трансграничных компаниях электронной торговли.

Город Цзиндэчжэнь (провинция Цзянси) – всемирно известная столица изготовления фарфора. Здесь также производят керамику, чай и другие товары. Однако за рубежом эти товары мало известны. Отсутствие узнаваемости и продвижения, например, бренда *Jingdezhen*, серьезно сказывается на экспорте названной продукции на международный рынок, где в данной сфере царит жесткая конкуренция. Только занимаясь бренд-маркетингом и развитием керамического искусства, можно занять определенную нишу в этой области.

Продукция из г. Иу (Чжэцзян) включает в себя почти все виды промышленных товаров повседневного пользования: изделия ручной работы и ювелирного искусства, предметы первой необходимости, дождевики, электронные приборы, игрушки, косметика, спортивные товары, продукты питания, часы, шнуры, иглы, текстиль, галстуки, одежда и т. д. Все они продаются на Ближнем Востоке, в Юго-Восточной Азии, Европе и США, отличаются высокой конкурентоспособностью на мировом рынке. Тем не менее только сформировав свой собственный бренд, увеличив количество продаж, можно получить более солидную прибыль.

Подведем итог: производящим компаниям следует направить усилия на развитие собственных брендов, улучшать качество обслуживания и тем самым делать продукцию конкурентоспособной на международном рынке.

Правовые различия. Страны и регионы имеют существенные правовые различия в регулировании логистики, таможенного оформления, систем электронных платежей, что влияет на развитие ТЭТ. Например, в некоторых экономиках существует торговый протекционизм, для преодоления которого необходимо разрабатывать специальные экономические стратегии. Все это ограничивает трансграничную электронную торговлю Китая. Так, в 2018 г. США в одностороннем порядке начали торговую войну. Ее прямым мотивом является попытка ограничить доступ Китая к рынкам США для торговли и инвестиций, но при этом увеличить с его стороны закупки американской продукции, чтобы получить для себя больше экономических выгод. Также отмечается намерение ввести тарифы на 200-миллиардный экспорт Китая в США, что значительно увеличит стоимость трансграничных товаров электронной торговли из Китая.

Торговля с Беларусью. Беларусь – один из важнейших торговых партнеров Китая. За 23 года, прошедших с момента официального установления экономических и торговых отношений между обеими странами, объем торговли между ними увеличился примерно в 100 раз: с 34 млн долларов в 1992 г. до более чем 4 млрд долл. США в 2018 г. Быстрый рост внешней торговли между Беларусью и Китаем произошел благодаря тесному политическому сотрудничеству. Китайские овощи, фрукты, продукция из черных металлов и проволока пришли на белорусский рынок в больших количествах. Качество китайских *Huawei*, *Xiaomi*, *Meizu* и других смартфонов хорошо известно. Эти бренды появились на белорусском рынке и были безналоговыми, что обеспечило на них большой спрос. В 2014 г. Министерство торговли Китайской Народной Республики и Министерство экономики Республики Беларусь подписали протокол о сотрудничестве по совместному строительству экономического пояса Шелкового пути.

Беларусь намерена активно развивать межконтинентальные транспортные коридоры и совершенствовать свою национальную логистическую инфраструктуру, в том числе реализовывать соответствующие проекты с участием китайских компаний. В то же время это предполагает улучшение внутренней дорожной инфраструктуры и увеличение загрузки железнодорожных контейнерных поездов из Европы в Китай. Запуск белорусско-китайских проектов позволит более широко использовать пропускную способность белорусского воздушного транспорта и оптимизировать систему грузоперевозок.

Беларусь и китайский интернет-ритейлер *Alibaba* установили взаимовыгодное сотрудничество, одна из целей которого – выход белорусских товаров на китайскую интернет-платформу при содействии *Alibaba* и расширение возможности использования платформ электронной торговли в торговле между двумя странами. Китай таким образом может привлечь потенциальных клиентов из стран – членов Евразийского экономического союза.

Мероприятия по развитию китайской ТЭТ в рамках проекта «Один пояс – один путь»

Создание идеальной системы логистики и транспорта. Компании ТЭТ должны улучшать свою систему логистики, добиваться оптимальных складов, обеспечивать поставки и повышать экономическую эффективность [3]. Важен оптимальный уровень управления в реальном времени логистикой, быстрая и точная обработка всей соответствующей информации, предоставление своевременных сведений о складировании и учете материалов и т. д.

При реализации инициативы «Один пояс – один путь» необходимо содействовать развитию инфраструктуры, объектов сетей связи в странах, расположенных в зоне действия программы. В Хэйлунцзяне, Внутренней Монголии, Синьцзяне и других провинциях правительство должно ускорить строительство трансграничной инфраструктуры и транспортной системы, развитие логистических компаний, специализирующихся на экспресс-доставке, чтобы использовать в своих интересах определенные территории для создания трансграничных логистических складов и осуществления экспресс-доставки в другие страны. Склады для ТЭТ в приграничных зонах обеспечат сохранность и качество товаров. В то же время китайские компании, занимающиеся электронной торговлей, открывают собственные склады в других странах, товары ввозятся на те территории, где обеспечивается складирование. После выполнения логистических условий товары сортируются и доставляются по назначению. Такой алгоритм действий повышает безопасность и эффективность перевозок ТЭТ. Строительство иностранных складов для накопления импортных и экспортных товаров не только будет способствовать уменьшению количества въездов-выездов, транспортных расходов и минимизации повреждения груза, но и поможет избежать торговых барьеров, стать важной частью трансграничной логистики электронной торговли.

Для компаний из внутренних провинций, таких как Чжэцзян, Цзянси, Аньхой, Хубэй и Хэнань, целесообразны логистические парки и склады за рубежом. Логистический парк предоставляет комплексные услуги для трансграничной сети электронной торговли. Онлайн-платформа комплексного обслуживания логистического парка позволит без проблем профессионально обслуживать производителей и поддерживать трансграничные корпорации электронной торговли. Таможня, инспекция, налогообложение и денежные переводы должны быть включены в логистический парк, что улучшит функции склада. Все предприятия, зарегистрированные на платформе, могут пользоваться бесплатным единым доступом. Логистический парк в перспективе будет преобразован в интегрированный логистический узел, объединяющий автомобильный, железнодорожный и информационный порты. В нем же будут сконцентрированы многие трансграничные предприятия, занимающиеся импортом и экспортом по схеме электронной торговли.

Логистические компании могут подключить *SF Express*, *Yuantong Express*, *Yunda Express* и другие корпорации, специализирующиеся на экспресс-доставке, с многолетним опытом в области логистики. Трансграничные логистические компании электронной торговли совместно инвестируют в деятельность международных экспертов по электронной торговле. Логистическая компания может начать эксплуатацию трансграничной авиалинии, уже создает сеть коллекторов и складов, формирует передовую технологическую систему управления логистическим складом, трансграничную логистику, высококачественную трансграничную систему логистических услуг электронной коммерции, состоящую из пограничных складов, а также колл-центр обслуживания клиентов. Профессиональная команда работает с клиентами круглосуточно. Централизованные грузовые склады высокого логистического уровня могут быть созданы в Шанхае, Пекине, Ханчжоу, Иу, Харбине, Урумчи, Гуанчжоу, Шэньчжэне и других городах. Необходимо установить тысячи точек сети для сбора заказов, чтобы охватить национальные рынки, тем самым увеличив среднесуточные отгрузки.

Улучшение трансграничных платежных систем электронной торговли. Правительство Китая ускоряет разработку законов о трансграничных платежных операциях в сфере электронной торговли, усиливает надзор за трансграничной безопасностью электронных платежей. В качестве примера были взяты Закон об электронном переводе средств и Единый торговый кодекс (оба – США). Изучив и объединив практику трансграничных платежей в сфере электронной торговли между Китаем и другими странами в рамках стратегии «Один пояс – один путь», можно принять соответствующие законы и разработать правила в соответствии с местной спецификой, стандартизировать идентификацию трансграничных электронных платежей и распределить права и обязанности каждого из участников. В то же время правительство должно активно поощрять провинциальные банки и платежные учреждения к расширению сферы трансграничных услуг электронной торговли, повышению эффективности платежных услуг и улучшению таких финансовых услуг, как онлайн-платежи и расчеты.

Трансграничные платежные компании электронной торговли также должны регулировать свое собственное управление, совершенствовать систему регулирования, создать системы надзора, проверки и отслеживания рисков и ответственности. Анализ и классификация трансграничных платежей с использованием передовых технологий обработки данных и облачных вычислений помогут повысить конфиденциальность и уникальность платежной системы, регулировать и фиксировать степень безопасности пользователя системы, предотвращать угрозы безопасности платежей через лазейки в системе.

Китай продолжает углублять взаимосвязи с другими странами по вопросам строительства инфраструктуры, методично содействовать снижению рисков в международных обменных курсах, обеспечению благоприятных условий для развития двусторонних трансграничных платежей в электронной торговле. Таможенные и другие отделы вводят строгий контроль качества товаров после их ввоза на таможенную территорию, разрабатывают различные стандарты для их тестирования. Необходимо использовать платформу для обработки кредитной информации, чтобы своевременно предоставлять клиенту и предприятию соответствующие данные. Финансовые учреждения оказывают предприятиям финансовые и инвестиционные услуги, чтобы снизить процентный риск заимствования у банков. Трансграничная платформа защиты прав потребителей обеспечивает безопасность интересов потребителей с обеих сторон, повышая их доверие к трансграничной платформе электронной коммерции.

Совершенствование подготовки узконаправленных специалистов. Правительства развитых провинций (Пекин, Шанхай, Шэньчжэнь и Гуандун) активно помогают колледжам и университетам в подготовке высококвалифицированных кадров в области электронной и внешней торговли, таможен, логистики и т. д. В то же время с помощью, например, кредитования нужно поощрять студентов для открытия собственного бизнеса в области электронной торговли. Трансграничные предприятия электронной торговли должны с этой целью инициировать сотрудничество со школами и предприятиями, своевременно сообщать учебным заведениям о своих потребностях в узкоспециализированных кадрах. Колледжи и университеты должны ориентироваться на глубокую интеграцию производства и сферы образования, постоянно совершенствовать учебные программы и систему оценки специалистов. Необходимо создавать трансграничные профессиональные курсы электронной торговли, повышать уровень занятости выпускников с учетом актуальных карьерных позиций и кадровой обеспеченности работодателей. Кроме того, для данной сферы деятельности остро востребованы специалисты, знающие национальные языки стран из зоны деятельности проекта «Один пояс – один путь».

Ввиду проблемы утечки умов характерной для центральных и западных провинций, следует улучшать инвестиционную среду, активно внедрять известные трансграничные платформы электронной торговли в Китае и за рубежом, создавать филиалы в провинциях, стремиться к совершенствованию продвижения товарных знаков, привлекать специалистов соответствующего уровня, установив механизм вознаграждений для них, а также традиционные предприятия для ведения трансграничного бизнеса, сформировать группу учебных заведений, которые бы обеспечивали подготовку кадров, занятых в электронной торговле. В настоящее время в Харбине уже создано несколько компаний, которые занимаются обучением специалистов, занятых в сфере электронной торговли. Традиционным предприятиям внешней торговли важно менять свою философию бизнеса, а именно: предоставлять студентам базы для стажировок; предлагать им разрабатывать модели электронной коммерции; подписывать трудовые договоры с лучшими выпускниками для повышения мотивации других студентов, обучающихся по этому же профилю; трудоустраивать группы талантливых специалистов в трансграничные предприятия электронной коммерции.

Внедрение инноваций в компаниях электронной торговли. Проект «Один пояс – один путь», открывая возможности для развития трансграничной электронной торговли, в то же время сталкивается с серьезными трудностями. Недостаточно только количественного роста ТЭТ: национальным и местным органам власти следует сосредоточиться на улучшении качества ее деятельности. В частности, необходимо постоянно работать над входом на рынок ТЭТ, содействовать достижению упорядоченного

инновационного развития, изучать потребительский опыт, повышать уровень осведомленности о предоставляемых услугах. Сочетание офлайн-опыта и онлайн-торговли позволяет оказывать потребителям услуги напрямую, а опыт работы в автономном режиме – оценить качество товаров. В то же время продавец может судить о предпочтении потребителей. Это та часть работ, которая не может быть согласована только через онлайн-трейдинг. Для того чтобы удовлетворить торговые потребности обеих сторон и чтобы потребители могли получить купленный товар вовремя после оплаты товара онлайн, ТЭТ может интегрировать онлайн-транзакции и офлайн-опыт в трансформацию и развитие. Трансграничные компании, занимающиеся электронной торговлей, часто полагаются на магазины беспошлинной торговли, таможенные зоны и специализированные магазины, чтобы предоставлять потребителям автономные услуги.

Создание высококонкурентного трансграничного бренда электронной торговли. В модели развития ТЭТ Китая в основном представлены товары с относительно низкой добавленной стоимостью, поэтому соответствующие государственные ведомства должны энергично поддерживать высокотехнологичные отрасли промышленности и уникальные товары. Важно сосредоточиться на инновациях и создать условия для компаний с потенциалом развития (пусть они участвуют в международных конкурсах и тендерах), поощрять предприятия к торговле с другими странами через трансграничные платформы электронной торговли, обращать внимание зарубежных потребителей на национальные товары.

Кроме того, соответствующие государственные ведомства должны также поощрять китайские компании электронной торговли: создавать складские базы и центры послепродажного обслуживания за рубежом. В целях повышения качества послепродажного обслуживания необходимо создать конкурентоспособный отечественный бренд электронной торговли.

Выводы

В рамках стратегии «Один пояс – один путь» китайские трансграничные компании, занимающиеся электронной торговлей, полагаются на конкурентные преимущества хорошо зарекомендовавшей себя китайской платформы электронной торговли и цифровой логистики. Каждой стране, участвующей в проекте, следует предпринять шаги по содействию быстрому развитию собственного трансграничного электронного бизнеса, конкурентного с китайским, равно как и использовать возможности китайских систем типа *Aliexpress* для продвижения своих товаров на зарубежные рынки.

Цифровой Шелковый путь должен, помимо прочего, способствовать заимствованию китайских передовых технологий определенными странами. Благодаря развитию ТЭТ связи Китая с ближайшими соседями вдоль маршрута проекта и сотрудничество самих этих стран друг с другом станут более тесными. Трансграничная электронная торговля в Китае достаточно развита, однако необходимо решать такие проблемы, как нехватка специалистов высокого уровня в сфере электронной торговли, недостаточное развитие логистики, риски оплаты и недостаточная сформированность брендов товаров. Китайскому правительству следует воспользоваться преимуществами инициативы «Один пояс – один путь», привлекая потенциал сопредельных стран, а в ее рамках совершенствовать систему логистики и транспорта, трансграничную платежную систему электронной торговли, совместно готовить соответствующих специалистов, стимулировать все компании, занимающиеся электронной торговлей, постоянно совершенствоваться и внедрять разработанные инновации.

В индустриальном парке «Великий камень» необходимо уже в ближайшее время создать зону цифровой электронной торговли и привлечь туда один из зарубежных центров обработки данных, создаваемых *Alibaba Cloud*.

Библиографические ссылки

1. Ковалев ММ, Головенчик ГГ. *Цифровая экономика – шанс для Беларуси*. Минск: Издательский центр БГУ; 2018. 327 с.
2. “一带一路”背景下宁波跨境电商现状分析及发展对策路径研究 = Мэн Я Бин, Дай Синьсин. Анализ статус-кво трансграничной электронной торговли Нинбо и пути стратегии развития в условиях инициативы «Один пояс – один путь». *Время. Финансы*. 2017;69:98–99.
3. 我国外贸出口企业跨境电商发展现状 = Чжу Хуэй. Состояние развития трансграничной электронной торговли на предприятиях экспорта внешней торговли Китая. В: *Китайские и иностранные предприниматели*. Харбин: [б. и.]; 2018. с. 56.
4. “一带一路”倡议背景下浙江跨境电商与跨境物流协同评价分析 = Дин Юй. Анализ синергетической оценки трансграничной электронной коммерции и трансграничной логистики в провинции Чжэцзян в условиях инициативы «Один пояс – один путь». *Бизнес. Экономика*. 2018;64:32–34.

References

1. Kovalev MM, Golovenchik GG. *Digital economy is a chance for Belarus*. Minsk: Publishing center of Belarusian State University; 2018. 327 p. Russian.
2. Maine Ya Bean, Dai Xinxin. [Analysis of the status quo of Ningbo 's cross-border e-commerce and ways of development strategy against the background of the One Belt – One Way Initiative]. *Times. Finance*. 2017;69:98–99. Chinese.
3. Hui Zhu. [Development Status of Cross-border E-commerce in China's Foreign Trade Export Enterprises]. *Chinese and foreign entrepreneurs*. Harbin: [s. n.]; 2018. p. 56. Chinese.
4. Ding Yu. [Analysis on the Synergistic Evaluation of Cross-border E-commerce and Cross-border Logistics in Zhejiang under the Background of the Initiative "Belt and Road"]. *Business. Economy*. 2018;64:32–34. Chinese.

Статья поступила в редколлегию 21.04.2019.

Received by editorial board 21.04.2019.