

УДК 336

Бо Пен

Институт экономики, управления и туризма БФУ им. И. Канта, г. Калининград

АНАЛИЗ ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК CHINA ALIEXPRESS В РОССИИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Ключевые слова: электронная торговля, российско-китайские отношения, логистическая инфраструктура, трансграничные продажи, платежная система

В современную эпоху внешняя торговля и трансграничная электронная коммерция характеризуются низкими затратами, высокой эффективностью, цифровизацией и глобализацией. Трансграничная электронная коммерция является двигателем, способствующим росту двусторонней торговли между Китаем и Россией, и постепенно становится новой моделью китайско-российского торгово-экономического сотрудничества. Быстрое развитие трансграничного бизнеса в области электронной торговли является одновременно и возможностью, и вызовом для международной логистики.

Bo Peng

Institute of Economics, Management and Tourism of I. Kant IKBFU, Kaliningrad

ANALYSIS OF THE CHINA ALIEXPRESS SUPPLY CHAIN IN RUSSIA FOR THE ORGANIZATION OF CROSS-BORDER ELECTRONIC COMMERCE

Keywords: E-commerce, Russia-China relations, logistics infrastructure, cross-border sales, payment system

In the modern era, foreign trade "cross-border e-commerce is characterized by low cost, high efficiency, digitalization and globalization. Cross-border e-commerce is an engine driving the growth of bilateral trade between China and Russia and is gradually becoming a new model of Sino-Russian economic and trade cooperation. The rapid development of cross-border e-commerce business is both an opportunity and a challenge for international logistics.

Цепочка поставок является формой самого высокого уровня в области трансграничной электронной торговли и одновременно будущей тенденцией развития AliExpress, которая объединяет информационные потоки, потоки капитала и логистику, поэтому информационный поток в цепочке поставок изменился с простой, линейной и прерывистой сети в соответствии с традиционной моделью международной торговли на сложную ячеистую сеть с несколькими точками подключения. Для расширения объема передачи информации, для достижения быстрого реагирования на потребности потребителей, через трансграничную платформу электронной коммерции, необходимо упростить промежуточные звенья и сгладить цепочку поставок, осуществить логистическую интеграцию, значительно снизить уровень запасов, оптимизировать и минимизировать себестоимость.

Ниже приводится подробное исследование работы цепочки поставок

AliExpress с точки зрения поставщиков, различных комплексных систем и потребителей, одновременно сравнивается новая модель цепочки поставок AliExpress с традиционной моделью цепочки поставок международной торговой среды, происходит обобщение характеристики и изучение успешного опыта цепочки поставок AliExpress.

Методы и материалы

Поставщики

Поставщики на платформе AliExpress в основном состоят из предприятий внешней торговли, малых и средних производственных предприятий и внешней торговли SOHO. Согласно данным о географическом распределении продавцов на платформе AliExpress, продавцы на платформе в основном сосредоточены в регионах дельты реки Янцзы и реки Чжуцзян, таких как Гуандун, Чжэцзян, Цзянсу и Шанхай, и составляют более 70% платформы AliExpress.

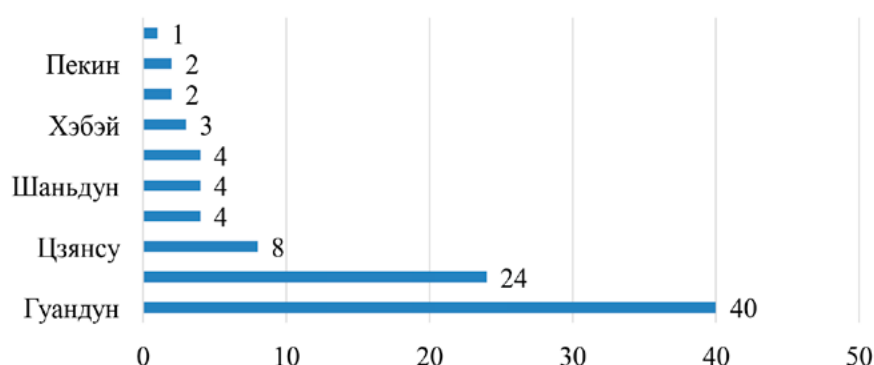


Рис. 1. Географическое распределение поставщиков AliExpress в 2020 году, %

Источник: AliExpress

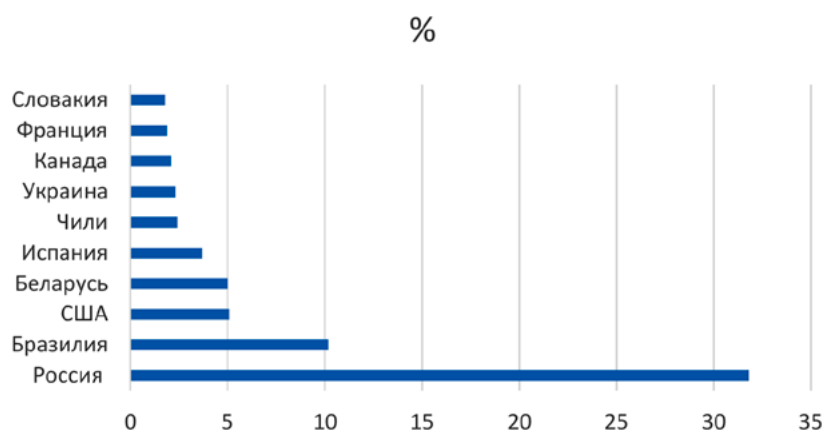


Рис. 2. Географическое распределение покупателей на AliExpress в 2020 году, %

Источник: AliExpress

Дельта реки Янцзы и дельта реки Чжунцзян являются основными регионами обрабатывающей промышленности Китая [1]. Текстиль, кожа, товары народного потребления, электроника и другие продукты, произведенные и обработанные, соответствуют популярным экспортным продуктам на платформе AliExpress. Они также являются важными регионами традиционной международной торговли Китая. Регионы имеют долгую историю внешней торговли, богатые ресурсы и прочную основу (рисунок 1).

Потребители

Потребители на платформе AliExpress в основном состоят из мелких оптовых поставщиков и индивидуальных потребителей. Согласно стати-

стике AliExpress, покупатели на этой платформе в основном из России, Бразилии, США, Беларуси, Испании и других стран. Среди покупателей на платформе AliExpress более зрелые рынки, такие как США, Канада и Франция, из которых Соединенные Штаты являются третьим по величине рынком покупателей на платформе AliExpress, на его долю приходится около 5% доли зарубежного рынка AliExpress, также существуют развивающиеся рынки для трансграничной электронной торговли, такие как Россия и Бразилия, и это также два самых важных зарубежных рынка для AliExpress. В настоящее время Россия и Бразилия уже превзошли Соединенные Штаты, став первыми и вторыми покупателями на платформе AliExpress, на которые приходится соответствен-

но 31,8% и 10,2%. Возьмем, к примеру, Россию. AliExpress является крупнейшим в России сайтом электронной коммерции, входит в первую десятку всего российского трафика веб-сайтов и пользуется популярностью у местных потребителей (рисунок 2).

Режим операции сделки

а) Режим работы информационного потока

В международной торговле получение и надежность информации имеют важное значение для обеих сторон сделки. AliExpress, которая является B2C платформой трансграничных розничных сделок и одновременно информационной платформой, предоставляющей информацию для каждого узла в цепочке поставок, включая обоих конечных пользователей (поставщиков и конечных потребителей). С точки зрения продавца, продавцы могут использовать данные на платформе AliExpress для анализа состояния своих магазинов, они могут своевременно понять состояние трафика своих клиентов в магазине, состояние сделок в магазине, проанализировать и сравнить отраслевые данные, чтобы найти рынки, которые необходимо расширить. Согласно результатам анализа отраслевых данных о работе магазинов, продавцы могут своевременно оптимизировать магазины и продукты. С точки зрения покупателя, можно использовать платформу AliExpress, чтобы узнать о товарах, объеме сделок в магазине и репутации [3; 4].

Одновременная двусторонняя передача информации на AliExpress не только обеспечивает быстрые и удобные способы связи для отечественных продавцов и иностранных покупателей, но и повышает эффективность передачи информации на платформе AliExpress, помимо использования электронной почты, MSN и т. д. Для связи между покупателями и продавцами, AliExpress также разработала собственную международную версию Ali Want-Trade Message, эта программа имеет функцию автоматического перевода, включая русский язык. Всего можно перевести 80 языков, чтобы все покупатели и продавцы на платформе могли преодолеть языко-

вые барьеры и вести переговоры более удобно, поскольку доступ потребителей к информации имеет тенденцию быть фрагментарным, традиционные информационные каналы больше не могут удовлетворять разнообразные и быстро меняющиеся потребительские потребности покупателей. Продавцам приходится искать новые каналы распространения информации, а маркетинговые и рекламные услуги могут обеспечить эффективное и беспрепятственное развитие информации между продавцами и покупателями, согласно статистике SimilarWeb, основным маркетинговым методом на платформе AliExpress является маркетинг в поисковых системах, на который приходится 40,3% общего трафика сайта, связанные веб-сайты цитируют маркетинговые и связанные поисковые термины, составляя 25,9% и 20,7% соответственно [7]. Хотя в настоящее время на маркетинг в социальных сетях приходится всего 5,9%, с развитием интернет-технологий и ростом проникновения Интернета, размер базы пользователей в социальных сетях будет продолжать расширяться, поэтому маркетинг в социальных сетях становится все более необходимым. Один из способов распространения информации – социальные сети, обычно используемые на платформе AliExpress, это в основном VK, Facebook, YouTube, Odnoklassniki.ru, Reddit и т. д. VK и Odnoklassniki.ru являются наиболее широко используемыми социальными сетями в России. Это две важные маркетинговые сети AliExpress, особенно VK – крупнейшая социальная сеть в России, занимающая первое место среди всех социальных сетей на платформе AliExpress, на которую приходится около 45% трафика сайта в социальных сетях. Отсюда видно, что AliExpress придает большое значение российскому рынку [2].

б) Режим работы потока капитала

AliExpress выступает в качестве кредитного посредника. В процессе работы с потоками капитала на платформе AliExpress осуществляет: после того как покупатель уже оплатил товар на платформе AliExpress, AliExpress временно переводит этот платеж на промежуточный счет сторонней гарантийной

платформы, с которой он сотрудничает, и уведомляет продавца об отправке. Как обычно, когда выполняются условия как «покупатель подтверждает получение», так и «надлежащая доставка», AliExpress переводит деньги, временно хранящиеся на промежуточном счете сторонней гарантийной платформы, на счет продавца. Правило, которое должно соответствовать двойным условиям «покупатель подтвердил получение» и «надлежащая доставка» является «общим правилом кредитования», используемым AliExpress. Это правило затрудняет оборот капитала. Для того чтобы смягчить напряженную ситуацию с денежным потоком продавцов, AliExpress скорректировал политику кредитования и сформулировал «специальные правила кредитования», то есть досрочное кредитование. В этом случае AliExpress оценивает время выдачи заказа в соответствии с различными показателями работы магазина и заблаговременно сообщает о платеже продавцам, которые отвечают требованиям всеобъемлющего индекса контроля рисков. Коэффициент кредитования обычно составляет от 70% до 90%. Несмотря на то, что в соответствии со «Специальными правилами кредитования», AliExpress не переводит полную сумму платежа продавцу, но замораживает определенный процент от депозита за каждый заказ для обработки возврата в случае возникновения спора по заказу. Использование «специальных правил кредитования» не только снижает давление продавцов на оборачиваемость капитала, но и защищает интересы покупателей и продавцов [2].

Что касается способов оплаты, AliExpress использует международный Alipay Escrow, сервис, совместно разработанный Alibaba и ANT FINANCIAL SERVICES GROUP (蚂蚁金服), для обеспечения безопасности онлайн-трансграничных платежей между покупателями и продавцами. Escrow обладает преимуществами поддержки нескольких способов оплаты, всесторонней гарантии безопасности транзакций продавца, удобной и быстрой оплатой. Также Escrow не только поддерживает международные основные способы оплаты, такие как кредитные карты, банковские переводы, Western Union и сторонние ко-

шельки, но также поддерживает способы оплаты, которые являются привычными для покупателей по всему миру, и продолжает внедрять новые платежные инструменты. Например, QIWI, Яндекс.Деньги, WebMoney для российского рынка, Boleto, TEF в Бразилии, Mercadopago в Латинской Америке, DOKU в Индонезии и т. д. Среди них QIWI – крупнейший сторонний платежный инструмент в России, Яндекс.Деньги – второй по величине платежный инструмент в России, с узнаваемостью бренда до 85% в России, а WebMoney – один из самых популярных способов оплаты в России и многих других странах.

в) Режим работы логистики

В настоящее время AliExpress поддерживает только авиационную логистику, есть две основные категории международных посылок и международная экспресс-доставка. Среди них также включают проекты по экономической логистике и зарегистрированные специализированные проекты по логистике. Логистический план выбирается в соответствии с требованиями типа продукта, количества, объема, страны назначения и требований по возрасту транспорта.

В последние годы AliExpress постоянно улучшал построение логистической системы на российском рынке. Во-первых, для того, чтобы изменить единичную трансграничную логистическую службу на российском рынке, AliExpress и Почта России сотрудничают, чтобы создать экспресс-доставку Китай-Россия [5]. Во-вторых, продукты 3С, такие как мобильные телефоны, компьютеры, цифровые продукты и т. д., произведенные в Китае, очень популярны среди российских потребителей. AliExpress и Почта Сингапура сотрудничают, чтобы создать «Пакет Почты Сингапура», чтобы решить трансграничную перевозку таких электронных продуктов. В-третьих, чтобы усилить интеграцию цепочки поставок платформы и повысить эффективность логистики, AliExpress сотрудничал с Yanwen (燕文), чтобы в 2013 году запустить логистические продукты «China Post Ordinary Small Packet Plus» (中国邮政平常小包), и первоначально создал систему онлайн-доставки. Кроме того,

для дальнейшего совершенствования системы онлайн-доставки, ниже будет проанализирована модель AliExpress-онлайн-доставки – модель «AliExpress-беспроблемная логистика» (AliExpress Standard Shipping).

Режим онлайн-доставки на платформе AliExpress представляет собой систему логистических услуг, созданную AliExpress и Cainiao совместно с рядом высококачественных сторонних поставщиков логистических услуг, по сравнению с моделью «офлайн-доставки», модель «онлайн-доставки» имеет больше преимуществ, в основном в плане своевременности, гарантии обслуживания, конкурентоспособных цен и гибкого оборота капитала. С точки зрения логистики и своевременности распространения, выделенная линия для онлайн-доставки, как правило, лучше, чем офлайн-канал логистики. Некоторые специальные линии даже обещают выплатить компенсацию, если срок закончится и товары не достигнут требуемого пункта назначения. Например, если осуществляется экспорт товаров в Россию по принципу «AliExpress-беспроблемная логистика», то срок доставки будет доставлять 35 дней, а 80% посылок может быть доставлено в течение 27 дней, весь цикл логистических доставок был сокращен на 5 дней по сравнению с прошлым, а логистика и своевременность распределения были улучшены [8].

Услуга «Бесперебойная логистика AliExpress» (AliExpress Standard Shipping) (далее – «Бесперебойная логистика») – это «логистическая услуга единого окна», разработанная на основе модели AliExpress «Онлайн-доставка». «Бесперебойная логистика». В основном состоит из четырех основных областей, включая непосредственно заказ, сбор на складе и выбор иностранных магистральных линий, а также распределение.

Во-первых, в процессе сбора, местные логистические компании предоставляют услуги по сбору от двери до двери в определенных городах и доставляют товары на специальные предназначенные склады.

Во-вторых, в процессе сбора, на складе экспортные товары сортируются и со-

бираются после поступления на склад для формирования партийных заказов.

В-третьих, необходимо выбирать магистральную линию и использовать интеллектуальную систему заказов Cainiao, чтобы оптимизировать распределение заказов на основе страны назначения, категории продукта, веса продукта и своевременности доставки товаров, а затем выбрать проект логистики с наилучшим маршрутом и лучшей ценой. например, для российского рынка модели логистики с полной связью «AliExpress Standard Shipping» включают в себя Ruston, Special Line-YW, 4PX EXPRESS и China Post Air Mail. Кроме того, в 2015 году AliExpress добавил 9 зарубежных складов, включая Россию, чтобы предоставить продавцам услуги единого окна контроля и управления для складирования, сортировки, упаковки и доставки в пункт назначения продаж [9].

В-четвертых, в процессе рассылки, AliExpress сотрудничает с иностранными местными почтовыми системами или логистическими компаниями, чтобы запустить доставку на месте, доставку местной почты до дома и самовывоз.

Результаты

Модель «AliExpress Standard Shipping» интегрирует цепочку поставок платформы AliExpress, чтобы эффективно интегрировать ранее рассредоточенный поток информации, поток капитала и логистику, чтобы сформировать передовую логистическую систему, основанную на потоке информации и потоке капитала. В этом режиме платформа AliExpress осуществляет послепродажное обслуживание доставки, а также напрямую вмешивается для проверки статуса логистики и определения стороны, ответственной за логистический спор. Споры, связанные с доставкой и низкими показателями DSR, не будут включены в оценку счета продавца. Для споров, вызванных логистикой, AliExpress возвращает деньги без указания причин. Также AliExpress должен принять ряд политик защиты, таких как жалобы продавцов на логистические услуги, чтобы защитить права и интересы продавцов на платформе, чтобы продавцы могли сосредоточиться на действующих магазинах и услугах.

Библиографический список

1. Пэн Бо Функциональная характеристика и современное состояние электронной торговли в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2020. № 12 (125). С. 208-211
2. Сюймин Сунь Перспективы расширения российско-китайского экономического сотрудничества // Ученые записки С.-Петерб. ун-та упр. и экономики. 2014. № 1. С. 83-89.
3. Чаплыгин В.Г., Козловский В.В. Проблемы моделирования стратегического бизнес-планирования в условиях «новой экономики» (статья) // Экономика и предпринимательство. 2017. № 12-2. С. 516-524.
4. Чаплыгин В.Г. К вопросу о формировании стратегии инновационного развития экономической системы государства (статья) // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). С. 62-65.
5. Чаплыгин В.Г., Долина В.М. Россия и ВТО на современном этапе (статья) // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. 2015. Вып. 9. С. 127-132.
6. Sukharev O., Chaplygin V. Economic Policy of Growth: Selection of Institutes and Technological Models of Development. International Scientific Conference «Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering». 2019, 9–10 May 2019, Vilnius, Lithuania, Vilnius Gediminas Technical University, 2019. P. 58-69. DOI: 10.3846/cibmee.2019.006.
7. 汪文进.第三方支付季候跨境外汇电子支付管理问题研究[J].华北金融.2013. Vol. 1. P. 44-47.
8. 郑爱萍.关于跨境电商税收法定的探析[J].发展研究. 2016. Vol. 4. P. 72-76.
9. 李海波.探索中俄经贸合作新模式——跨进电子商务[J].北方经贸. 2016. Vol. 4. P. 15-16.