

УДК 336

Пэн Бо

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

РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ СЕРВИСНОЙ ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ МЕЖДУ КИТАЕМ И РОССИЕЙ

Ключевые слова: электронная торговля, услуги складирования, логистическая инфраструктура, цепочка поставок, добавленная стоимость, прямые продажи, трансграничная логистика

В качестве нового способа международной торговли в эпоху осуществления внешней торговли через Интернет выступает трансграничная электронная коммерция, которая характеризуется низкими затратами, высокой эффективностью, цифровизацией и глобализацией. По сравнению с традиционной международной торговлей трансграничная электронная торговля стала более слабым видом международной торговли по причине выравнивания цепочки поставок, упрощения промежуточных звеньев, сокращения цепочки создания стоимости, сокращения переноса прибыли и, наконец, достижения цели экономии транзакционных издержек и повышения эффективности торговли.

Peng Bo

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

DEVELOPMENT OF A COMPREHENSIVE SERVICE PLATFORM FOR CROSS-BORDER ELECTRONIC COMMERCE BETWEEN CHINA AND RUSSIA

Keywords: E-commerce, warehousing services, logistics infrastructure, supply chain, value added, direct sales, cross-border logistics

Cross-border e-commerce, which is characterized by low costs, high efficiency, digitalization and globalization, is emerging as a new way of international trade in the era of foreign trade via the Internet. Compared to traditional international trade, cross-border e-commerce has become a weaker form of international trade due to the alignment of the supply chain, the simplification of intermediaries, the shortening of the value chain, the reduction of profit transfer, and finally, the goal of saving transaction costs and improving trade efficiency.

Основной целью развития китайско-российской трансграничной электронной коммерции является создание комплексной платформы, включающей платежные, логистические, складские, послепродажные и другие услуги поддержки трансграничной электронной коммерции на основе Интернет-технологий, в условиях создания комплексной китайско-российской трансграничной платформы электронной торговли, использование цифрового управления, электронных транзакций и интеллектуальных функций таможенного оформления может эффективно интегрировать декларирование, надзор, инспекцию и карантин, отслеживание трансграничной логистики и услуги складирования китайских трансграничных экспортных предприятий электронной торговли и так далее для достижения цели универсального обслуживания [6].

Во-первых, усилить управление и контроль цепочки поставок на российских трансграничных платформах электронной коммерции.

Прежде всего, за счет интеграции ресурсов, комплексного развития существующих трансграничных транзакций электронной коммерции с Россией, таких как закупки, отправки заказов, оплата, складирование и логистика, а также других звеньев, осуществляющих контроль информационных потоков, потоков капитала и логистики.

Затем за счет стратегии локализации, в соответствии с характеристиками российского рынка, он обеспечивает привычные для российских потребителей способы оплаты и доставки, а также обеспечивает обслуживание клиентов в России для усиления контроля над цепочкой поставок трансграничной электронной коммерции в России.

Во-вторых, расширить сервисную цепочку китайско-российских трансграничных платформ электронной коммерции.

Методы и материалы

На основе информационного потока, потоков капитала и логистической интеграции текущей платформы трансграничной электронной торговли с Россией, декларирования, таможенного надзора, инспекции и контроля, трансграничной логистики, трансграничных платежей и налоговых льгот для компаний, занимающихся трансграничным экспортом электронной коммерции в Россию в Китае, осуществляется интеграция других звеньев с использованием облачных вычислений, технологии анализа больших данных и технологии Интернета вещей, чтобы связать его с существующей платформой трансграничной электронной торговли с Россией, расширить цепочку услуг трансграничной электронной торговли с Россией и сформировать набор внешнеторговых транзакций, требуется создание универсальной китайско-российской платформы для трансграничной электронной коммерции, объединяющей управление и обслуживание [12; 13; 14].

Китайская экспортная трансграничная электронная коммерция на российском рынке трансграничной электронной торговли сталкивается с жесткой конкуренцией со стороны известных европейских и американских компаний, занимающихся трансграничной электронной коммерцией, и правительство России намерено усилить защиту местных компаний, что создает угрозу для развития китайско-российской трансграничной электронной торговли. Поэтому, укрепляя сотрудничество между китайскими компаниями, занимающимися трансграничной электронной торговлей, необходимо также укреплять сотрудничество между китайскими и российскими компаниями, чтобы снизить риски ее функционирования.

Для китайских внутренних компаний электронной коммерции поставщики, операторы платформ, логистика, экспедиторы, финансовые учреждения, поставщики послепродажного обслуживания и другие компании в трансграничной цепочке поставок электрон-

ной коммерции должны объединиться и сотрудничать, чтобы создать единый фронт и сформировать промышленные кластеры, чтобы развивать интегрированный бизнес трансграничной электронной торговли с Россией и активно захватывать долю рынка в нашей стране, чтобы противостоять вызовам европейских и американских гигантов трансграничной электронной коммерции, только когда эти компании будут укреплять сотрудничество и бороться с конкурентами и формировать стабильную производственную цепочку, они смогут оставаться непобедимыми в жесткой конкуренции на китайско-российском рынке трансграничной электронной торговли.

Для российских компаний электронной коммерции китайские трансграничные компании электронной коммерции должны реализовать стратегию чередования сотрудничества и конкуренции, во-первых, взять поставщиков, операторов, логистику, экспедиторов и другие компании в китайско-российской трансграничной цепочке поставок электронной коммерции в качестве основных участников конкуренции и сотрудничества и установить отношения конкуренции и сотрудничества для формирования стратегического альянса, а затем сотрудничать и конкурировать с трансграничными компаниями электронной коммерции на российском рынке [2].

Например, для малых и средних предприятий, которые только осуществили преобразование своей деятельности в сферу электронной коммерции в России, китайские предприятия должны сосредоточиться на сотрудничестве, установить с ними прочные отношения сотрудничества, сформировать стратегические альянсы, создать среду для совместного развития, расширить промышленные кластеры и сформировать такие же способности, как и у конкурентов, например, компаний электронной коммерции, имеющих определенную силу в Европе и США, являются конкурентными для китайских компаний электронной коммерции, но они могут сотрудничать с некоторыми компаниями в своей цепочке поставок и использовать свои навыки и таланты для усиления преимуществ китайских компаний электронной коммерции для усиления конку-

рентоспособность с развитой электронной коммерцией.

Талант – незаменимый фактор в любой отрасли, трансграничная электронная коммерция, как новое понятие интернета и внешней торговли, вызывает большой спрос на таланты в области китайско-российской трансграничной электронной торговли, с одной стороны, поскольку трансграничная электронная торговля появилась в Китае поздно, она стала применяться в международной торговле лишь недавно. Люди по-прежнему мало знают о трансграничной электронной торговле. Большая часть существующего понимания находится на относительно простом уровне. С другой стороны, из-за глубокого культурного наследия России ее языковая система сильно отличается от китайско-английской языковых систем, обычно используемых во внешней торговле. Поэтому требуются таланты, участвующие в китайско-российской трансграничной электронной торговле, которые должны владеть историей, культурой и языком России. Кроме того, трансграничная электронная коммерция – это новый способ международной торговли, основанный на интернет-среде. Таким образом, таланты, занятые в китайско-российской трансграничной электронной торговле, также должны иметь сильные навыки сетевого продвижения и маркетинга, в целом. В китайско-российской области трансграничной электронной коммерции существует потребность в сложных высокопоставленных специалистах с множеством навыков в области языка, технологий и управления [3].

Во-первых, нужно усовершенствовать механизм стимулирования талантов. Правительство сформулировало и провозгласило преференциальную политику в отношении обучения талантов в трансграничной электронной торговле, улучшило предложение талантов и гарантии, а также увеличило поддержку трансграничной электронной коммерции поиска талантов, обучения и стимулов.

Во-вторых, нужно создать профессиональные учебные заведения для обучения международных специалистов.

В-третьих, требуется активно стремиться к сотрудничеству между вузами и предприятиями и организовывать со-

трудничество между вузами-предприятиями и правительством и совместно формулировать план обучения для нужд трансграничных талантов в области электронной коммерции, а также обеспечивать профориентации и профессиональной практики в международной электронной коммерции для студентов, которые изучают информационные технологии и русский язык в университетах.

Формирование правовой системы в области трансграничной электронной торговли и совершенствование правовой системы трансграничной электронной торговли имеют большое значение для содействия здоровому и устойчивому развитию трансграничной электронной торговли в Китае и России [7; 8; 9; 10].

Во-первых, улучшить правовую систему трансграничной электронной торговли можно путем разработки китайских законов, конкретно касающихся трансграничной электронной торговли, поскольку существующее право международной торговли не подходит для трансграничной электронной торговли, поэтому необходимо срочно сформулировать соответствующие законы и положения, подходящие для развития трансграничной электронной торговли, чтобы создать общую и подходящую среду правовой системы для Китая и России. Необходимо изучить результаты существующих международных законов, стандартов и положений о трансграничной электронной торговле и использовать их в качестве основы для формулирования региональных требований для развития китайско-российской трансграничной электронной торговли. Законы и нормативные акты, такие как международные платежи, безопасность онлайн-транзакций и защита прав и интересов российских потребителей.

Во-вторых, нужно создать среду, подходящую для развития китайско-российской трансграничной электронной торговли, и поддержать ее развитие. Прежде всего, мы должны активно продвигать строительство китайско-российской зоны свободной торговли. Харбин является крупнейшим соседним городом России и имеет уникальное географическое преимущество в торговле с нашей страной. Кроме того, Харбин расположен в центре Северо-Восточной

Азии, а не только в центре Евразийского континентального моста [7; 8; 9; 10]. В то же время были построены различные виды транспортной сети в Россию, в том числе морские, наземные и воздушные, чтобы обеспечить надежную базовую гарантию для китайско-российских трансграничных логистических перевозок электронной коммерции. Кроме того, Харбин также имеет огромное преимущество в трансграничных платежах и расчетах, Харбин является первым пилотным банком в Китае, который ведет расчетный бизнес с Россией и осуществляет прямой обмен рублей и юаней. В 2013 году был открыт китайско-российский центр трансграничных финансовых услуг, исходя из этого, Харбин не только имеет солидный опыт экономического и торгового сотрудничества в развитии трансграничной электронной торговли с Россией, но также имеет преимущества в логистике и расчетах платежей, необходимых для трансграничной электронной торговли с Россией, поэтому Харбин может быть использован в качестве пилотного показательного района для китайско-российской трансграничной электронной торговли, что даст другим городам Китая ценный опыт для осуществления трансграничной электронной торговли в России. Нужно укреплять обмены с Россией по вопросам торговой стандартизации, чтобы достичь консенсусного стандарта между Китаем и Россией в отношении сертификации качества продукции и технической сертификации [5].

В-третьих, увеличить инвестиции в трансграничную электронную торговлю между Китаем и Россией, сформулировать благоприятную политику, способствующую развитию трансграничной электронной торговли в обеих странах, и оказать поддержку слабым звеньям в процессе развития.

Трансграничная электронная торговля – это новое явление, появившееся недавно. Существующие логистические системы в России и Китае не могут удовлетворить потребности развития китайско-российской трансграничной электронной торговли. С точки зрения России, Россия расположена на евразийском континенте, ее огромная территория в сочетании с относительно отсталой

инфраструктурой делает ее внутреннюю логистику и эффективность перевозок очень низкой [7; 8; 9; 10]. С точки зрения Китая, в логистической системе Китая по-прежнему преобладает рабочая сила, которая не только дорогостоящая и неэффективная; с точки зрения китайско-российской трансграничной логистики, китайско-российские методы трансграничной логистики ограничены, дороги и длительны. Чтобы решить логистические проблемы для китайско-российской трансграничной электронной торговли, необходимо срочно усилить строительство китайско-российской трансграничной логистической инфраструктуры [11]. Для этого нужно:

Во-первых, использовать большие данные и технологию Интернета вещей для создания современной трансграничной логистической информационной платформы для управления и отслеживания логистической информации о товарах, экспортируемых в Россию через трансграничную электронную торговлю, чтобы можно было получать логистическую информацию о товарах во всем процессе в режиме реального времени [6].

Во-вторых, создать китайско-российскую трансграничную логистическую складскую сеть и создать соответствующие склады в разных регионах Китая в соответствии с потребностями рынка в разных регионах России, чтобы сэкономить время логистических перевозок в Китае [1].

В-третьих, усилить инновацию моделей трансграничных логистических и предоставляемых зарубежных управленческих услуг складирования для китайских трансграничной экспортной электронной коммерции компании за счет создания новых моделей приграничной логистики, такие как «зарубежные склады» и «пограничные склады», ускорить таможенное оформление, а также повысить эффективность логистики [4].

Предложения по развитию трансграничной электронной торговли в Китае и России

Усиление поддержки политики трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией является важ-

ной основой для содействия развитию трансграничной электронной торговли между двумя странами.

Во-первых, разработать и усовершенствовать законы и положения о торговом сотрудничестве между Китаем и Россией, особенно в отношении новых проблем, которые могут возникнуть при развитии трансграничной электронной торговли, таких как информационная безопасность, права интеллектуальной собственности и налогообложение. Законы и нормативные акты, которые соответствуют правилам и стандартам международной торговли, устраняют или смягчают негативные последствия политики защиты торговли и закладывают хорошую основу для долгосрочного развития трансграничной электронной торговли между двумя странами.

Во-вторых, касательно проблем в конкретных связях в развитии трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией, таких как расчет платежей, таможенное оформление, логистика и т.д., налоговые и таможенные департаменты двух стран должны укреплять связь и сотрудничество, пересматривать и дополнять соответствующие законы и положения, а также содействовать эффективной работе электронной коммерции.

В условиях жесткой рыночной конкуренции китайским трансграничным компаниям электронной торговли необходимо изменить свою единую бизнес-модель, чтобы повысить свою конкурентоспособность с местными компаниями электронной торговли в Европе, Америке и России.

Во-первых, ускорить реализацию стратегии локализации электронной коммерции в Китае. Это включает в себя наем местного персонала и сотрудничество с российскими местными логистическими и транспортными компаниями, а преодоление таких барьеров, как язык, культура и обычаи, делает методы работы компании более подходящими для российских национальных условий.

Во-вторых, укреплять сотрудничество с российскими компаниями электронной коммерции и оптимизировать механизмы маркетинга. В настоящее время местная российская поисковая система Яндекс занимает около 53% доли

рынка, что намного выше, чем у Google (36%). У социальной сети ВКонтакте более 120 миллионов зарегистрированных пользователей. Китайские компании должны укреплять сотрудничество с этими российскими местными компаниями, чтобы в полной мере использовать российский рынок электронной коммерции. Характеристики развития, сформулировать различные бизнес-планы, такие как маркетинг в поисковых системах и социальный маркетинг, а также лучше участвовать в конкуренции на российском рынке.

В-третьих, создавать трансграничные бренды электронной коммерции и избавляться от недорогой однородной конкуренции. Точно определять потребности российских потребителей, обращать внимание на качество продукции и потребительский опыт, повышать удовлетворенность потребителей российскими брендами электронной коммерции и повышать основную конкурентоспособность предприятий.

Укрепление сотрудничества и создание трансграничного логистического канала электронной коммерции в Россию.

1. Поощрять компании электронной торговли, укреплять сотрудничество с российскими компаниями почтовой и курьерской доставки. Согласно статистическим данным, DPD, DHL и Почта России в России осуществляют около 50% от общего объема перевозок. Они характеризуются относительно низкими ценами, небольшими посылками, большим количеством торговых точек и полным охватом. Они очень подходят для современных трансграничных МСП в сфере электронной коммерции в Китае и России.

2. Усилить сотрудничество местных органов власти по созданию приграничных складов и зарубежных складов и трансграничных логистических парков электронной торговли в китайско-российских приграничных провинциях и городах, также поощрять приграничные регионы использовать преимущества своего местоположения для строительства крупных трансграничных участков электронной торговли в России.

3. Создать единую интегрированную платформу трансграничных логистических услуг электронной торговли для

России, интегрировать трансграничную логистическую информацию с Россией, а также предоставлять трансграничные транспортные, складские и другие логистические услуги.

Развитие китайско-российской трансграничной электронной торговли является сложным систематическим проектом, который должен начинаться со многих аспектов, таких как общество, экономика, культура, обычаи и международные правила, и для его поддержки требуются высококачественные сложные таланты.

Во-первых, с помощью гибкого механизма привлечения талантов привлекать международные таланты, владеющие русским языком и знакомые с экономическим и культурным опытом России, чтобы присоединиться к китайско-российской международной команде по электронной торговле.

Во-вторых, китайско-российским трансграничным предприятиям электронной торговли необходимо обучить персонал ключевым связям, особенно в области логистики, таможенного оформления, оплаты и расчетов.

В-третьих, сформировать модель обучения талантов, сочетающей в себе «производство, образование и исследования». Усилить систематическое обучение российских трансграничных талантов в области электронной коммерции путем тесной интеграции колледжей и университетов, предоставления рабочих мест предприятиями и поддержки государственной политики.

Благодаря интенсивному развитию глобальной электронной торговли китайско-российская трансграничная электронная коммерция быстро развивается, однако развитие китайско-российской трансграничной электронной торговли имеет определенные сложности. Поскольку китайские продавцы и товары составляют относительно большую долю в России, это способствует активному участию китайских компаний. Тем не менее, существует много препятствий на пути развития российского трансграничного рынка электронной коммерции: трансграничная электронная коммерция Китая должна и впредь приспосабливаться, использовать свои преимущества и искать прорывы во многих областях.

Поэтому в настоящее время все, что нам нужно сделать – это воспользоваться возможностями, решить проблемы и попытаться устранить недостатки в трансграничной электронной торговле между Китаем и Россией с точки зрения логистики, оплаты, права, талантов и инфраструктуры, а также преодолеть узкие места развития.

В то же время, обеим странам следует активно расширять и совершенствовать свою открытость и сотрудничество. Перед лицом многих проблем, которые нельзя игнорировать, соответствующие департаменты должны отнестись к этому серьезно, сформировать совершенный и эффективный административный орган и объединить руководство и командование трансграничной электронной торговлей.

Библиографический список

1. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2019 года // Центр гуманитарных технологий. 2020. [Электронный ресурс]. URL: <http://gtmarket.ru/news/2020/10/18> (дата обращения: 15.12.2021).
2. Казанцев А.А., Звягельская И.Д., Кузьмина Е.М., Лузянин С.Г. Рабочая Тетрадь: Перспективы сотрудничества России и Китая в Центральной Азии // Российский Совет по Международным Дела. 2016. № 28
3. Каменев С. Интересы России в Центральной и Южной Азии // Вестник Евразии. 2002. № 4. С. 140-157.
4. Официальный сайт журнала «ChinaPRO». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.chinapro.ru/rubrics/12/6761> (дата обращения: 15.12.2021).
5. Пэн Бо Функциональная характеристика и современное состояние электронной торговли в Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2020. № 12 (125). С. 208-211.
6. Сюймин Сунь Перспективы расширения российско-китайского экономического сотрудничества // Учен. зап. С.-Петерб. ун-та упр. и экономики. 2014. № 1. С. 83-89

7. 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.
8. Чаплыгин В.Г. К вопросу о формировании стратегии инновационного развития экономической системы государства (статья) // Экономика и предпринимательство. 2016. № 9 (74). С. 62-65.
9. 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.
10. 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.
11. 李子,杨坚争.跨境电商对进出口贸易影响的实证分析[J].中国发展,2014(5):37-41
12. 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(1):44-47
13. 郑爱萍.关于跨境电商税收法定的探析[J].发展研究,2016(4):72-76
14. 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(4):15-16