

УДК 338.43

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ РОССИИ И КИТАЯ**Астахова Е.В., Ван Чжэ***Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток,
e-mail: evastahova1@yandex.ru, wangzheacb@163.com*

Статья посвящена анализу современного состояния внешней торговли России и Китая. Авторами систематизировано представление о современных тенденциях развития торговых отношений Китая и РФ в рамках динамики и структуры макроэкономических показателей внешнеторговой деятельности. В статье рассмотрены и систематизированы факторы, влияющие на достижение устойчивых торгово-экономических отношений России и Китая в рамках международного сотрудничества. Авторы подчеркивают актуальность сетевого ритейла в условиях информатизации, интеллектуализации и глобализации общественного производства как важного направления расширения международного сотрудничества. Рассмотрены преимущества сетевой организации торговли, определены особенности и природа сетевого ритейла. Проанализирована динамика развития интернет-ритейла в России и Китае. Указана роль доверия в развитии онлайн-торговли, изменений потребительских паттернов в сетевой экономике. Акцентировано на комплементарности тенденций мобильности, локализации и социальной интеграции с развитием инноваций в инфраструктуре и электронной коммерции.

Ключевые слова: торгово-экономические отношения, международная торговля, интернет-ритейл**RUSSIA AND CHINA CONTEMPORARY TRADE TRENDS****Astakhova E.V., Wang Zhe***Vladivostok State University of Economy and Service, Vladivostok,
e-mail: evastahova1@yandex.ru, wangzheacb@163.com*

The article is devoted to the analysis of the current Russia and China foreign trade. Authors systematized the idea of current China and the Russian Federation trade trends within dynamics and structure of macroeconomic indicators of foreign trade activity. The factors of Russia and China steady trade influencing achievement within international cooperation are considered and systematized in the article. Authors emphasize relevance of a network retail in the conditions of informatization, intellectualization and globalization of social production as important direction of expansion and international cooperation. Benefits of the trade network organization are considered, features and the nature of a network retail are determined. The Internet Russia and China retail development dynamics are analysed. The trust role in online trade development changes of consumer patterns in network economy is specified. The complementarity of mobility trends, localization and social integration with innovations development of electronic commerce infrastructure are accented.

Keywords: trade and economic relations, international trade, online retail

Взаимоотношения между Российской Федерацией и Китайской Народной Республикой начали складываться уже много лет назад, но в последние годы укрепились и стали активно развиваться. В торгово-экономических связях между двумя странами наблюдается подъем, проявляющийся в расширении инвестиционного сотрудничества, активизации межрегиональных и приграничных связей, а также усилении интереса российских и китайских деловых кругов к взаимному сотрудничеству. На современном этапе российско-китайское сотрудничество включает различные активно развивающиеся области взаимодействия. С начала проведения политики реформ и открытости главной целью Китая в интеграции в мировое хозяйство было обеспечение развития национальной экономики, что привело к большим достижениям.

Китай наряду с США является крупнейшей экономикой мира. Китай – крупнейший

в мире производитель абсолютного большинства видов промышленной продукции. При высоких темпах экономического роста развитие экономики Китая имеет экстенсивный характер. Чтобы способствовать структурным изменениям экономики, Китай развивает собственную систему образования, обучение студентов за рубежом, поощряет импорт технологий, позволяющих развивать прогрессивные секторы экономики.

В течение десятилетий Китай имел самые высокие темпы роста в мире, выйдя по физическому объему ВВП на первое место в мире в 2015 году. С 2011 года (с начала 12-й пятилетки) в Китае реализуется новая стратегия международной интеграции. В 2013 году Китай занял первое место в мире по товарообороту в мире и сохраняет этот статус 3 года подряд.

Доля Китая на мировом рынке торговли выросла на 3 процента за пять последних лет. За период 12 пятилетки (с 2011 по 2015 гг.)

международная торговля услугами, которая была слабостью Китая в прошлом, росла со среднегодовым темпом роста 14,5% и сейчас Китай занял второе место после США по этому показателю, в то время как пять лет назад он находился на четвертом месте [2]. За 2011–2015 гг. Китай принял более 630 млрд долл. США иностранных инвестиций, удерживая первое место среди развивающихся стран 24 года подряд. За эти же пять лет вывоз прямых инвестиций за рубеж имел среднегодовой рост 13,1%, в результате чего Китай стал третьей страной в мире по этому показателю. Международный статус Китая очень высок в связи с его влиянием на мировой экономический рост. Именно реформы и политика открытости обеспечили стране условия для новых достижений в международных экономических процессах.

Динамично развивается российско-китайское торгово-экономическое сотрудничество. Основными статьями российского экспорта в Китай являются: нефть и нефтепродукты, древесина и изделия из нее, продукция химической промышленности и удобрения, продукция сельского хозяйства, металлы и изделия из них. Китайский импорт в Россию представлен более широкой товарной номенклатурой. Первое место по объемам поставок занимает продукция текстильной промышленности. Россия в рейтинге 20 основных торговых партнеров Китая занимает 16-ю позицию. По данному показателю ее опередили: США, Гонконг, Япония, Р. Корея, Тайвань, Германия, Австралия, Малайзия, Вьетнам, Сингапур, Англия, Таиланд, Индия, Бразилия и Голландия. За Россией следуют: Канада, Индонезия, Франция и Италия [1].

В 2014 г. объем общего товарооборота между Россией и Китаем составил

87,6 млрд долл. США, что на 1,3% меньше, чем в 2013 г., когда общий товарооборот составлял 88,8 млрд долл. США. Российский экспорт в Китай по сравнению с 2013 г. увеличился на 4,5% и составил 37,2 млрд долл. США. Объем китайского импорта в Россию сократился на 5,3% и составил 50,4 млрд долларов. Отрицательное сальдо торгового баланса в 2014 г. составило 13,1 млрд долларов. При этом общий объем импорта Китая в 2014 г. по сравнению с 2013 г. вырос на 0,6% и составил 1,96 трлн долларов. Основная часть импорта в Китай приходится на машины и оборудование, нефть и минеральное топливо, оптическое и медицинское оборудование, руды, автомобили, соевые бобы (рис. 1) [5].

Согласно данным китайской таможни, по итогам 2015 года взаимный торговый оборот снизился на 28,6% и составил 68,06 млрд долларов. При этом экспорт из КНР в РФ рухнул на 35,2% – до 34,82 млрд долларов. Импорт же сократился на 20% – до 33,26 млрд долларов. Причина – мировые негативные тенденции, введение западными государствами санкций в отношении России, ухудшение мировой внешнеторговой конъюнктуры, волатильность глобального финансового рынка [9].

Двусторонний товарооборот между Китаем и Россией увеличился в первом квартале 2016 года на 3,6% по сравнению с аналогичным показателем прошлого года, достигнув 91,77 млрд юаней (14,11 млрд долларов). китайский экспорт в РФ вырос на 6,2% (до 7,06 млрд долларов), а импорт из России – на 1,1% (до 7,05 млрд долларов), что является признаком позитивных тенденций [7].

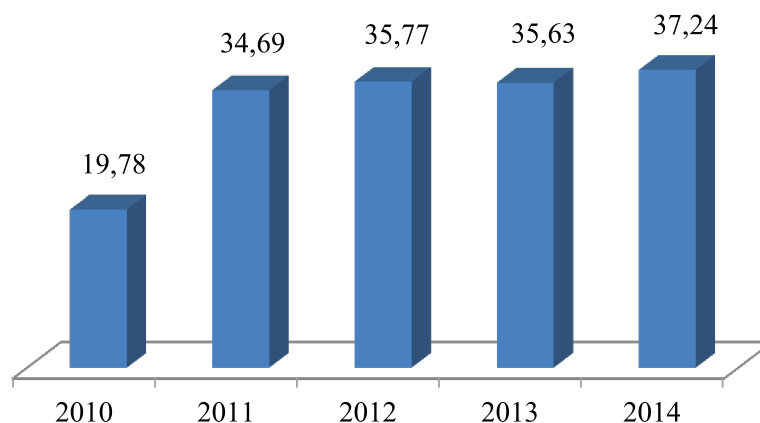


Рис. 1. Объемы российского экспорта в Китай за 2010–2014 гг., млрд долл. США

Однако рецессия в мировой экономике, нестабильность геополитических тенденций международного развития приводит к необходимости поиска новых направлений расширения внешнеторговых связей. Одним из таких направлений является интернет-ритейл. Темпы роста объемов продаж онлайн-торговли опережают темпы роста мирового ВВП и товарооборота, а также оборота офлайн-торговли. Такая динамика объясняется стремлением потребительского сектора покупать товары и услуги по более низким ценам, а операторов ритейла – минимизировать затраты и максимизировать клиентский капитал, становится возможным вследствие использования преимуществ сетевой организации экономической деятельности.

Электронная коммерция представляет собой определенную форму организации бизнес-процессов, взаимодействие между субъектами в которой происходит в сети интернета электронным образом [3]. К ней относятся любые формы бизнес-деятельности, использующие возможности информационных сетей, – маркетинг, продажи товаров, аренда приложений, предоставление услуг, информации и т.д.

Основу электронной коммерции составляют новые информационные технологии по совершению коммерческих операций и управлению производственными процессами с применением электронных средств обмена данными. Электронная коммерция включает в себя электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг и электронные страховые услуги.

В настоящее время благодаря электронной коммерции предприятия имеют возможность выходить на новые рынки сбыта, расширять географию рынков сбыта, осуществлять мониторинг потребностей потребителей и гибко реагировать на различные изменения спроса, его динамики, повышать эластичность предложения товара или услуги на рынке, при этом сокращать операционные издержки и экономить ресурсы, повышая собственную конкурентоспособность. Возможности электронной коммерции используются многими компаниями для обеспечения дополнительного обслуживания клиентов.

Интернет-торговля представляет собой часть электронной коммерческой деятельности в сети, когда процесс реализации товаров осуществляется электронным образом с применением интернет-технологий. Торговые операции через интернет могут осуществлять многие организации и производители товаров и услуг, дистрибьюторы, и розничные торговые компании [1]. Данный вид тор-

говых отношений удобен, актуален и имеет ряд преимуществ как для потребителя, так и производителя. Наравне с доступными ценами, экономией времени и затрат на поиски необходимых товаров и услуг в реальных торговых точках, интернет-торговля отличается удобством выбора, разнообразием товаров, возможностью мониторинга уровня цен на товары у различных товаропроизводителей, выбора товара в четко заданных параметрах.

В свою очередь, интернет-торговля предоставляет ряд преимуществ и существенных достоинств производителям и предпринимателям, занимающимся реализацией различных видов продукции. К ним можно отнести экономию затрат на организацию и оформление торговых залов, заработную плату целого ряда наемных работников: продавцов, администраторов, менеджеров, товароведов, кассиров, охранников, а также возможность расширить географию своего бизнеса вплоть до мировых рынков.

Развитие рынков интернет-торговли в России и Китае происходит под воздействием культурных, региональных и технологических факторов. В условиях падения реальных доходов населения покупатели начали активно экономить, в том числе все чаще отдавая предпочтение недорогим товарам из китайских интернет-магазинов.

В США и Западной Европе, где рынок электронной коммерции более развит и ценовая конкуренция между интернет-магазинами значительно выше, дополнительные услуги и бесплатная доставка, низкая стоимость товаров стали важным аргументом в борьбе за потребителей во время экономического спада. В Европе и США покупателей больше всего заботит безопасность персональных и финансовых данных при совершении покупок в интернете. Для зарубежных потребителей этот фактор даже важнее, чем необходимость увидеть вещь «живьем» перед покупкой или вопросы доставки. В России эта проблема пока не проявилась, и вполне возможно, что российскому рынку электронной коммерции удастся ее избежать вовсе. Все больше российских потребителей активно используют возможности интернет-ресурсов для поиска информации о товарах и производителях. Однако для многих из них опыт электронной коммерции этим и ограничивается: выбрав конкретную модель, они предпочитают совершить покупку в традиционном магазине.

Китай занимает первое место по объему рынка электронной коммерции. Россия на девятом месте. Доля интернет-торговли в общем объеме российского ритейла в 2015 году составила 4%. Онлайн-продажи в России в 2015 году составили 760 млрд руб. [6].

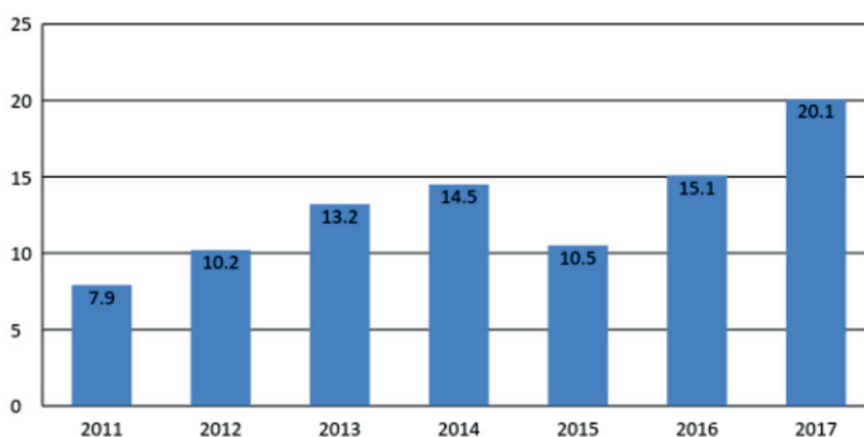


Рис. 2. Прогноз динамики электронной торговли России на период 2011–2017 гг., млрд долл. США. Источник: [4]

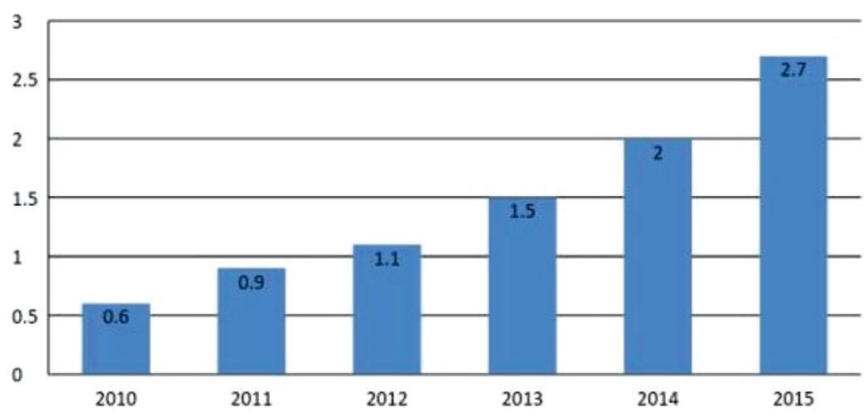


Рис. 3. Динамика объемов электронной коммерции Китая 2010–2015гг., трлн долларов

По данным агентства Data Insight, в 2014 г. объем рынка e-commerce достиг 645 млрд руб. (16,7 млрд долл.). Объем внутреннего рынка составил 560 млрд руб. (14,5 млрд долл.). Объем трансграничной торговли составил – 85 млрд руб. (2,2 млрд долл.) Согласно исследованию, рост внутреннего рынка составил 35%, с учетом покупок в зарубежных интернет-магазинах – 42%. Объем рынка увеличился преимущественно за счет повышения роста цен, реальный рост рынка составил около 17%, что по сравнению с показателями прошлого года ниже в 1,5 раза. Динамика электронной торговли России с учетом прогнозных значений 2011–2017 гг. [4].

Согласно данным центра аналитики и статистики Китая, объем рынка электронной торговли в 2014 г. составил 13,4 трлн юа-

ней (2 трлн долларов), в 2015 г. – 2,7 трлн долларов. (рис. 3).

Доля электронной торговли в ВВП Китая составила 7%, кроме того в 2014 г. объем экспорта-импорта КНР достиг 4,16 трлн долларов, из которых 0,59 трлн. приходится на трансграничную торговлю, при этом 80% из которых составляет экспорт. По итогам периода с января по август 2014 г. доход КНР от интернет-торговли составил 1,5 трлн долларов, что на 25% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года. В сентябре розничный оборот интернет-торговли вырос на 36,2% и достиг 2,59 трлн юаней [8].

Доля интернет-торговли в ВВП России в 2014 г. составила порядка 2%, в общем объеме розничной торговли России доля электронной торговли составила 3%. Более

половины всех затрат (51,1%) приходится на товары из Китая. Популярность китайских товаров с каждым годом все больше возрастает. Это связано с их дешевизной и большим ассортиментом, часть которого не может быть завезена в Россию классическим каналом розницы. 90% почтовых отправок приходят из Китая. Остальные 10% из других стран, в том числе 2% из США. Сумма покупок у китайских онлайн-ритейлов составила около 110 миллиардов рублей. По прогнозам, к 2018 г. доля онлайн-торговли в общем объеме розничной торговли составит 12% [4].

Потребители России отдают значительную долю предпочтений на рынке интернет-торговли в области потребления бытовых и электронных приборов 32,3%, одежды – 23,4%, обуви – 11,4%; косметики – 7,4%, автозапчастей – 6,9%, спорттоваров – 2,6%. Всего в 2015 г. потребители в России совершили 160 млн покупок на внутреннем рынке e-commerce – на 10% больше, чем годом ранее. В среднем стоимость заказа составила 4050 руб., что тоже выше в сравнении с 2014 г. (3750). Наиболее высокие темпы роста продемонстрировали: товары для досуга, домашних животных и детей, одежда,



Рис. 4. Товарная структура интернет-покупок потребителями России, 2015 г.

Рынок электронной торговли в мировой практике является инвестиционно привлекательной сферой современной экономики. Для России этот рынок находится в стадии зарождения и открыт для потенциального развития. Этот рынок имеет ряд особенностей, отличающих его от обычной торгово-экономической деятельности. Некоторые из них являются значительными преимуществами как для потребителя, так и производителя. Общими преимуществами функционирования торговых сетей являются: пространственная мобильность, что позволяет разместить товар в соответствии с территориальным размещением сегментов целевых рынков; способность объединять функции оптовой и розничной торговли; мобильность ассортимента в соответствии с потребительскими предпочтениями; эффективность в области осуществления диверсифицированных видов деятельности; способность обеспечить высокий уровень менеджмента за счет привлечения квалифицированных руководителей и специалистов; снижение затрат на единицу товара за счет экономии на масштабе, упрощения получения маркетинговой информации, снижения затрат на внешние коммуникации, действия сетевых эффектов [3].

обувь и продовольственные товары (рис. 4).

Разница в цене склоняет российских потребителей совершать покупки в китайских интернет-магазинах, особенно в условиях перманентного кризиса. Другая причина, по которой иностранные магазины популярны среди россиян, заключается в том, что многие товары очень труднодоступны в местных интернет-магазинах. Приобретают значительную популярность трансграничные продажи – приобретение товаров в интернет-магазине другого государства. Выгодно приобретать в зарубежных интернет-магазинах и вследствие действующих таможенных пошлин: пошлиной облагается товар только в том случае, если его стоимость превышает 1000 евро, а вес – 31 кг. Поэтому, на китайские интернет-магазины в 2015 г. пришлось более 80% всех трансграничных покупок, совершенных россиянами.

В то время как Китай заблокировал весь входящий поток товаров от производителя к конечному потребителю, установив налог на посылки до 60% от стоимости, а также нулевой порог беспошлинного ввоза. Кроме того, появилась обязанность сертифицировать все товары, которые поступают в посылках в Китай. В таких условиях экс-

порт в Китай невозможен, хотя Российский экспортный центр (РЭЦ) выступил против идеи снизить порог беспошлинного ввоза интернет-покупок, так как решение ударит по ключевым зарубежным игрокам российского рынка онлайн-ритейла Alibaba, JD.com, Amazon и другим, а дополнительные издержки, которые возникнут у зарубежных компаний, будут переложены на российских потребителей [8].

Таким образом, рынок электронной торговли по сравнению с традиционным рынком достаточно слаб, в его функционировании много проблемных вопросов: недостаток качественных услуг доставки; моральная неготовность россиян к покупкам в интернет-магазинах, отсутствие доступа в интернет потребителей в некоторых регионах России, отсутствие прозрачной деятельности интернет-ритейлеров. Инфраструктура интернет-торговли, а также законодательное регулирование в вопросах таможенного контроля и налогообложения международного ритейла требуют значительного развития.

Таким образом, цифровые технологии ускоряют развитие бизнеса. Поэтому надо быть готовым к появлению новых моделей и форматов электронной коммерции, а также к необходимости государственного регулирования сферы ритейла, что в перспективе может служить направлением для укрепления внешнеторговых отношений России и Китая с долгосрочным инвестиционным горизонтом. Современные средства позволяют качественно улучшить как процесс продаж, так и связанные с ним сопутствующие задачи, вплоть до оптимизации бизнес-процесса конкретной фирмы.

Интернет-торговля, являясь достаточно молодым сегментом экономики России, активно набирает обороты в своем развитии. Российский рынок интернет-торговли является перспективным и особо привлекательным не только для отечественных игроков, но и для зарубежных инвесторов. Показатели объема российского рынка электронной коммерции имеют положительную динамику.

Список литературы

1. Аналитическая справка о российско-китайском торговом сотрудничестве в 2015 году [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_trade/.
2. Астахова Е.В. Анализ конкурентоспособности предприятий розничной торговли Приморского края // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т. 5, № 3 (16). – С. 34–37.

3. Астахова Е.В., Айхеле Д.В. Особенности международного бизнеса на приграничных территориях // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2016. – Т. 5, № 3 (16). – С. 14–17.

4. Интернет-торговля в России – 2014. Годовой отчет. Совместное исследование Data Insight, InSales и PayU [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.datainsight.ru/ecommerce2014>.

5. Основные итоги инвестиционного сотрудничества России и Китая [Электронный ресурс] // Портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития РФ. – Режим доступа: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_projects.

6. Рынок онлайн-ритейла в России переживает стагнацию [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-46-37/278895-rynok-onlajn-ritejla-v-rossii-perezhiwaet-stagnatsiyu.html>.

7. Товарооборот России с Китаем перешел от спада к росту [Электронный ресурс] // – Режим доступа: <http://www.tks.ru/news/nearby/2016/04/14/0003>.

8. Рожков Р. Российские онлайн-торговцы просят гос защиты от китайских конкурентов // Коммерсант. – 2016. – 12.10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akit.ru/kommersant_11okt16/.

9. Overseas Direct Investment by Countries or Regions / National Bureau of Statistics of China. [Electronic resource] // National Bureau of Statistics of China. – URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/2015/indexeh.htm>.

References

1. Analiticheskaja spravka o rossijsko-kitajskom torgovom sotrudnichestve v 2015 godu [Jelektronnyj resurs] // Rezhim dostupa: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_trade/.
2. Astahova E.V. Analiz konkurentosposobnosti predpriyatij roznichnoj trgovli primorskogo kraja // Azimut nauchnyh issledovanij: jekonomika i upravlenie. 2016. T. 5, no. 3 (16). pp. 34–37.
3. Astahova E.V., Ajhele D.V. Osobennosti mezhdunarodnogo biznesa na prigranichnyh territorijah // Azimut nauchnyh issledovanij: jekonomika i upravlenie. 2016. T. 5, no. 3 (16). pp. 14–17.
4. Internet-torgovlja v Rossii 2014. Godovoj otchet. Sovmestnoe issledovanie Data Insight, InSales i PayU [Jelektronnyj resurs] // Rezhim dostupa: <http://www.datainsight.ru/ecommerce2014>.
5. Osnovnye itogi investicionnogo sotrudnichestva Rossii i Kitaja [Jelektronnyj resurs] // Portal vneshnejekonomicheskoj informacii Minjekonomrazvitija RF. Rezhim dostupa: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/cn_ru_relations/cn_ru_projects.
6. Rynok onlajn-ritejla v Rossii Perezhiwaet stagnaciju [Jelektronnyj resurs] // Rezhim dostupa: <http://www.arpp.ru/2009-01-28-14-46-37/278895-rynok-onlajn-ritejla-v-rossii-perezhiwaet-stagnatsiyu.html>.
7. Tovaroorobot Rossii s Kitaem pereshel ot spada k rostu [Jelektronnyj resurs] // Rezhim dostupa: <http://www.tks.ru/news/nearby/2016/04/14/0003>.
8. Rozhkov R. Rossijskie onlajn-torgovcy prosjat gos zashhity ot kitajskih konkurentov // Kommersant. 2016. 12.10 [Jelektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: http://www.akit.ru/kommersant_11okt16/.
9. Overseas Direct Investment by Countries or Regions / National Bureau of Statistics of China. [Electronic resource] // National Bureau of Statistics of China. URL: <http://www.stats.gov.cn/tjsj/nds/2015/indexeh.htm>.