

Бондарчук Дарья Сергеевна, магистрант

Кафедра мировой экономики

Санкт-Петербургский государственный университет

b_d_s97@mail.ru

Погорлецкий Александр Игоревич, доктор экон. наук, профессор

Кафедра мировой экономики

Санкт-Петербургский государственный университет

pogorletski@hotmail.com

СОТРУДНИЧЕСТВО РОССИИ И КИТАЯ В ТРАНСГРАНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛЕ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

УДК 339

DOI: 10.48344/BSPU.2021.51.60.014

***Аннотация.** В статье охарактеризованы проблемы, препятствующие развитию трансграничной электронной торговли между Россией и Китаем, рассмотрены достижения данных стран в продвижении сотрудничества в данной сфере, сделаны предположения относительно изменений в налогообложении в связи с пандемией COVID-19, а также даны рекомендации по ответным мерам для решения существующих проблем.*

***Ключевые слова и фразы:** электронная торговля, пандемия COVID-19, налогообложение, Россия, Китай.*

Bondarchuk Daria, graduate student

Department of World Economy

St. Petersburg State University

b_d_s97@mail.ru

Pogorletskiy Alexander, Doctor Sc. in Economics, Professor

Department of World Economy

St. Petersburg State University

a.pogorletskiy@spbu.ru

SINO-RUSSIAN CROSS-BORDER E-COMMERCE: CHALLENGES AND PERSPECTIVES

***Abstract.** The article describes the issues that hinder the development of cross-border e-commerce between Russia and China, observes the achievements of these countries in promoting cooperation in this sphere, makes assumptions about changes in taxation as a result of COVID-19 pandemic, and provides recommendations on countermeasures to address existing problems.*

***Key words and phrases:** e-commerce, COVID-19 pandemic, taxation, Russia, China*

Цифровизация экономики представляется немаловажной для исследователей, поскольку она имеет свои потенциальные экономические выгоды и способна расширять границы экономических возможностей стран. Ее значимость оказалась ощутима, начиная с марта 2020 г., когда началась пандемия COVID-19, что ощутимо повлияло и на цифровизацию экономики. Компании, занимающиеся цифровыми технологиями и представляющие цифровые платформы, продолжают приобретать все большее значение в сфере электронной коммерции.

Переход на цифровые технологии торговли стал фактором выживания бизнеса в условиях чрезвычайных обстоятельств [3, с. 90].

Поскольку одним из главных трансграничных партнеров в электронной торговле России является Китай, особый интерес представляет сотрудничество двух стран в сфере электронной трансграничной торговли, в том числе в период пандемии. Стоит учесть, что уровень цифровизации в Китае достиг достаточно высоких показателей: с одной стороны это подразумевает увеличение эффективности предоставляемых электронных финансовых услуг, с другой – несет угрозу финансовой стабильности и создает сложности в работе органов финансового надзора [7, с. 298].

Цель статьи – определить вызовы и перспективы сотрудничества РФ и КНР в сфере электронной торговли.

Среди авторов, изучающих вызовы, препятствующие продвижению трансграничной электронной торговли между РФ и КНР, можно выделить таких исследователей, как Пин Л., Лю Ц. Ю., Ци Т. [5], Линь П. [3], Инь Ю. [15] и Чжао Цз. [16], рассмотревших данный вопрос с точки зрения китайских предпринимателей. Ли С., Ашмарина Т. И. и Павлова И. М. проанализировали электронную коммерцию, как основу «Цифрового шелкового пути» [2]. Маслова Ж. Н. рассмотрела изменения в электронной торговле России и Китая, связанные с COVID-19 [4]. Погорлецкий А. И. исследовал влияние пандемии COVID-19 на налогообложение, в том числе и цифровых компаний [6], а совместно с Сутыриным С. Ф. изучили особенности налогового регулирования российской электронной торговли [13].

Развитие электронной коммерции в мире происходит не равномерно. Лидерство в мировой торговле зависит от скорости внедрения цифровых технологий в торговую деятельность. На рынок КНР приходится наибольшая доля онлайн-продаж в мире. Рынок электронной торговли в данной стране состоит из 3-х базовых сегментов:

- потребительского сектора (форматы B2C и C2C),
- корпоративного сектора (B2B);
- сектора государственных (муниципальных) закупок (B2G).

КНР выстраивает свою торговую стратегию исходя из актуальных тенденций времени:

- 1) торговля без барьеров (мобильная коммерция, социальная коммерция, голосовые помощники, мессенджеры, дополненная реальность и др.);
- 2) покупка одной кнопкой (универсальные корзины и кнопки «нажмите, чтобы купить»);
- 3) прямые продажи от производителей;
- 4) автоматизация фулфилмента;
- 5) умное ценообразование;
- 6) блокчейн технологии;
- 7) комниканальные платформы [5, с. 446].

Электронная торговля в Китае, несмотря на высокие темпы развития, сталкивается с такими вызовами, как отсутствие общей системы безопасности, нарушение прав интеллектуальной собственности, незаконная торговля и мошенничество [4, с. 68].

Российский рынок является весьма перспективным для китайских компаний, функционирующих в сфере электронной торговли. Одной из причин этому является сравнительно невысокое стремление российских потребителей к накоплению средств, ввиду нестабильности российской экономики.

Характеризуя ситуацию в России, следует отметить, что электронная коммерция широко распространена только в крупных городах. Российские покупатели по-прежнему предпочитают наличные платежи, которые доминируют над онлайн-платежами. Более того, они склонны вносить оплату после получения товара, и многие предпочитают посмотреть товар перед покупкой. Быстрая доставка также востребована, однако это не всегда возможно из-за неразвитой инфраструктуры в некоторых регионах, а также отсутствия необходимой сети складов [1, с.84]. Кроме того, развитию электронной торговли в России препятствует сравни-

тельно невысокое распространение электронных платежных систем и существующие проблемы в логистике и регулировании стоимости доставки товара до потребителя. Помимо этого, электронной коммерции между Россией и Китаем также мешает протекционистская политика, проводимая российским правительством с целью защиты отечественных компаний, работающих в данной сфере [15, с. 32].

Факторы, раскрывающие определенные вызовы для китайских предпринимателей, которые стремятся сотрудничать с российской стороной в сфере трансграничной электронной торговли, можно разделить на 3 категории: (1) макросреда, включающая в себя институциональную и рыночную среду; (2) отношения конкуренции и сотрудничества; а также (3) посредничество в реализации трансграничных операций (логистическая, платежная и кредитная системы) [16, с. 1521].

В *институциональной среде* главная роль отведена государству, которое придает большое значение развитию трансграничной электронной торговли, чтобы способствовать диверсификации и инновациям в торговле. Это может быть достигнуто путем проведения определенной политики для продвижения сотрудничества стран вдоль «Пояса и пути» и расширения экспериментальных проектов по трансграничной электронной торговле. Что касается *рыночной среды*, то ее хорошее состояние предоставляет обширные возможности для развития трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией. Российскую рыночную среду действительно можно считать благоприятной для китайских компаний электронной торговли. Согласно данным Data Insight, наибольшую долю российского рынка электронной коммерции занимают китайские интернет-магазины: только на AliExpress приходится 79% от общего объема трансграничных посылок, что составляет 58% всех переведенных денежных средств [8].

Отношения конкуренции и сотрудничества включают в себя отраслевую конкуренцию и межотраслевое сотрудничество. Отраслевая конкуренция в основном связана с растущей мощностью крупных российских компаний электронной коммерции и наблюдающемся в последнее время захватом российского рынка мировым гигантом электронной коммерции. Речь идет о таких крупнейших игроках на российском рынке электронной торговли, как wildberries.ru, чей доход в 2020 г. составил более \$5 млрд, что составило более четверти всего дохода на рынке электронной торговли в РФ [14]. Кроме того, нужно отметить Amazon и eBay, которые в 2013 г. официально открыли представительство и получили лицензию на создании платежной системы PayPal в России. Конкуренция мировых гигантов электронной коммерции на российском рынке способствовала развитию трансграничной электронной коммерции в России, и это также в определенной степени должно ускорить развитие трансграничной электронной торговли между Россией и Китаем. Межотраслевое сотрудничество подразумевает взаимодействие сферы электронной торговли и финансовой отрасли, что сможет обеспечить комфортные условия для китайских предприятий, задействованных в трансграничной электронной торговле с Россией [16, с. 1523].

Логистическая и платежная системы выступают одними из факторов, влияющих на российско-китайскую трансграничную электронную коммерцию, и являются одними из причин, тормозящими сотрудничество между РФ и КНР в данной области. Основной проблемой в российской логистике электронной торговли, по мнению многих исследователей, считается таможенное оформление. Оно занимает слишком много времени и не предоставляет достаточных гарантий сохранности товара из-за недостатка программ безопасности трансграничных грузов, что несет в себе экономические риски для китайских предпринимателей. Кроме того, в связи с введением в 2015 г. новой политики таможенной службы России теперь взимается 10%-ный таможенный тариф на посылки, отправленные из любого зарубежного интернет-магазина. Это еще больше усложняет доставку коммерческими курьерскими компаниями по России и увеличивает сроки доставки. Что касается платежных систем, кроме малой степени распространения карт для оплаты покупок и приверженности потребителей пла-

тить с помощью наличного расчета, также можно выделить длительный цикл вывода капитала и малое количество торговых платформ, специально предназначенных для онлайн-платежей при трансграничной электронной торговле между Китаем и Россией.

Кредитная система трансграничного сотрудничества между Китаем и Россией также нуждается в укреплении. Обе стороны не прошли международную перекрестную сертификацию и не проверяли легитимность и кредитную квалификацию двусторонних экономических и торговых предприятий. Также в системе кредитного менеджмента необходимо решить проблему того, что содержание кредитного рейтинга не унифицировано, а критерии оценки не являются единообразными [16, с. 1524].

Несмотря на существующие недочеты, сотрудничество РФ и КНР в сфере трансграничной электронной торговли набирает обороты. Масштабы электронной торговли между двумя странами представлены на рис. 1. Как видно на рисунке, наблюдался стремительный рост объемов электронной торговли между рассматриваемыми странами.

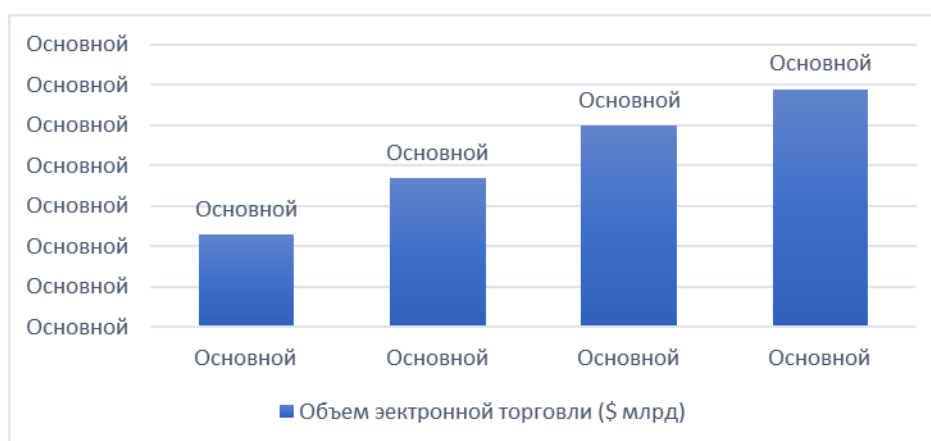


Рис. 1. Динамика объема электронной торговли между РФ и КНР 2016-2019 гг. [10]

Одним из ярких примеров сотрудничества между странами в данной сфере является Alieexpress Russia – совместное предприятие Alibaba Group, Mail.ru Group, «МегаФона» и Российского фонда прямых инвестиций, созданное в 2019 г. Стоимостной объем оборота товаров на 31 марта 2021 г. составил \$2.96 млрд [9].

Другим немаловажным событием было учреждение пилотной зоны свободной торговли (ЗСТ) района Хэйхэ провинции Хэйлунцзян, самой северной ЗСТ Китая, прилегающей к российскому Благовещенску. Город Хэйхэ, расположенный на другом берегу Амура напротив Благовещенска, становится все более важным центром внешнеторгового обмена, что означает открытие китайского рынка для большего количества зарубежной продукции, в том числе и российской. В 2019 г. объем электронной торговли достиг там \$200 млн, с января по сентябрь 2020 г. – около \$143 млн. Как отметил директор офиса пилотной ЗСТ района Хэйхэ Чжун Хуаньюй, меньший рост объема торговли связан с пандемией, однако внешнеторговые операции сохраняют стабильность [11].

Стоит также отметить Международную китайскую импортную выставку (СИЕ), на которой широко представлены российские товары, предлагаемые на платформах электронной коммерции КНР и рекламируемые посредством онлайн-трансляций. Например, в ходе одного из дней выставки, прошедшей в 2020 г., за три часа было продано 400 тысяч упаковок российского мороженого, выручка составила более 3,8 млн юаней (около \$570 тыс.) [12].

Сейчас на фоне ожидания новой волны пандемии коронавируса продвигаемая Китаем инициатива «Пояса и пути» позволит преодолеть часть существующих в российско-китайской электронной торговле препятствий. Китай активизирует создание Цифрового шелкового пути. Преимущества цифровых инфраструктурных проектов следующие:

– они менее заметны и менее воздействуют негативно на местное население, чем крупные транспортные и энергетические проекты:

– менее заметная природа цифровой инфраструктуры легче вписывается в геополитическую среду, с которой столкнутся китайские фирмы по мере ослабления кризиса COVID-19.

– это более дешёвые, но высокотехнологичные проекты, чем строительство трубопроводной и железнодорожной сети [2, с.494-495].

Пандемия, дав импульс росту прибылей компаний сектора информационных технологий, заставляет задуматься о возможных потерях государственного бюджета от поступления косвенных налогов. Негативные последствия для публичных финансов можно сгладить дополнительными доходами от налогов на прибыль, взимаемых с производителей и коммерческих распространителей товаров, электронных услуг и цифрового контента. Существует историческая связь между пандемиями и налоговым регулированием: многие налоговые инновации возникли в ответ на последствия масштабных эпидемий смертельно опасных заболеваний. Можно ожидать, что современная пандемия будет иметь несколько важных последствий для налогообложения и государственных финансов: инновации в налоговом администрировании с акцентом на дистанционный финансовый аудит и цифровой контроль; инновации в налогообложении цифровых компаний и их операций на национальном и международном уровнях; и, возможно, возврат в мировую практику применения инфляционного налога [6, с. 200-201].

Ставки налога на электронную торговлю в России должны оставаться умеренными, учитывая небольшой размер ее цифровых торговых операций и значительные перспективы роста. Российские власти создают эффективные автоматизированные системы для сбора налогов и таможенных пошлин при трансграничной электронной торговле, для расчета компенсации НДС экспортерам и учета поступлений из интернет-магазинов. Эти системы помогут предотвратить злоупотребления налоговой системой, а также снизят затраты фирм на ее соблюдение [13, с. 178].

Несмотря на существующие вызовы в сфере трансграничной электронной торговли между Россией и Китаем, отметим все большее количество учрежденных правительствами данных стран программ по сотрудничеству в этой сфере, а также создание совместных компаний, организацию мероприятий по взаимному привлечению предпринимателей и потребителей. Это подчеркивает заинтересованность обеих стран в продвижении взаимной электронной торговли и готовность решать существующие проблемы. Стратегия развития трансграничной электронной торговли между РФ и КНР может состоять из следующих мер: в полной мере использовать руководящую роль рынка, усиливать роль правительства в планировании, управлении и координации, улучшать базовые условия и систему поддержки, ускорять создание платформы трансграничной электронной торговли между Китаем и Россией, содействовать преобразованию моделей роста торговли, поддерживать развитие китайско-российской торговли, а также уделять должное внимание политике налогообложения цифровых торговых операций.

Список источников, литературы и электронных ресурсов:

1. Коваль А. Г., Евдокимова М. Ю, Особенности развития электронной торговли в странах БРИКС // Российский внешнеэкономический вестник. – № 9. – 2020. – С.79-92.
2. Ли С., Ашмарина Т. И., Павлова И. М., Вектор развития «Цифрового Шелкового Пути» Китай-Россия // Образование и право. – № 4. – 2020. – С. 493- 497.
3. Линь П., Внешнеторговая деятельность Китая в условиях пандемии // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – № 3. – 2020. – С. 90-96.

4. Маслова Ж. Н, Основные тенденции развития и трансформации трансграничной электронной торговли в период пандемии COVID – 19 // Ученые записки СПб филиала РТА. – № 2. – 2020. – С.66-70.
5. Пин Л., Лю Ц. Ю., Ци Т., Китайский рынок онлайн-торговли // Образование и право. – № 4. – 2020. – С. 443- 447.
6. Погорлецкий, А. И. Историческая реконструкция влияния пандемий на развитие косвенного налогообложения // Journal of Applied Economic Research. – Т. 19, № 2. – 2020. – С. 180–207.
7. Чжан Л., Чэн С., Цифровая экономика Китая: возможности и риски // Вестник международных организаций. – Т. 14, № 2. – 2019. – С. 275–303.
8. Guzu A., Cross-border ecommerce in Russia – facts and figures // The Papers [Электронный ресурс]. URL: <https://thepapers.com/expert-opinion/cross-border-ecommerce-in-russia-facts-and-figures--1247231> (дата обращения: 20.03.2021).
9. AliExpress Russia looks at possible IPO, reports \$3 billion in transaction volumes // Mint [Электронный ресурс]. URL: <https://www.livemint.com/companies/news/aliexpress-russia-looks-at-possible-ipo-reports-3-billion-in-transaction-volumes-11617785699802.html> (дата обращения: 07.04.2021).
10. China, Russia enjoy booming cross-border e-commerce cooperation // CGTN [Электронный ресурс]. URL: <https://news.cgtn.com/news/3d3d674e3445544d35457a6333566d54/index.html> (дата обращения: 29.03.2021).
11. China-Russia cross-border e-commerce sees benefits of free trade // CGTN [Электронный ресурс]. URL: <https://news.cgtn.com/news/2020-11-11/China-Russia-cross-border-e-commerce-sees-benefits-of-free-trade-VkXoEKb3G0/index.html> (дата обращения: 17.03.2021).
12. J. Chi, X. Qi, Russian products debut as exhibitors eye nation’s growth // Global times [Электронный ресурс]. URL: <https://www.globaltimes.cn/content/1206109.shtml> (дата обращения: 10.03.2021)
13. Pogorletskiy A. I., Sutyurin S. F., Taxation of international e-trade: Russian particularities, in Smeets M. “Adapting to the digital trade era: challenges and opportunities”. – Geneva: WTO Publications, 2021, pp. 178-193.
14. The eCommerce market in Russia // ecommerceDB [Электронный ресурс]. URL: <https://ecommercedb.com/en/markets/ru/all> (дата обращения: 19.03.2021).
15. Yin Y., The analysis on current development situation and prospect of cross-border electronic commerce between China and Russia // Международный научный журнал «Инновационное развитие». – № 7 (24). – 2018. – Pp. 31-34.
16. Zhao J., Influential factors and strategic analysis on the development of cross-border E-commerce between China and Russia under "the Belt and road" initiative // 2018 Chinese Control and Decision Conference (CCDC). – 2018. – Pp. 1521-1525.

