

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОЦЕССОВ ТОВАРОДВИЖЕНИЯ: ОПЫТ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ

А. М. Аксенович

*научный сотрудник, Институт экономики Национальной академии наук Беларуси,
г. Минск, Республика Беларусь, e-mail: anyaaksenevich@gmail.com*

В условиях усложняющегося миропорядка все большую значимость приобретают передовые цифровые технологии, в том числе в рамках дистрибуции продукции (товаров) до конечных потребителей. Особенно интересен в данном контексте опыт китайских компаний, которые смогли добиться значительных успехов в части цифровизации своих производственно-сбытовых сетей, обеспечить системный подход к цифровой трансформации бизнес-процессов товародвижения.

Ключевые слова: цифровая трансформация; товародвижение; товаропроводящая сеть; производственно-сбытовая сеть; китайский опыт.

MODERN TRENDS IN DIGITAL TRANSFORMATION OF GOODS DISTRIBUTION PROCESSES: EXPERIENCE OF CHINESE COMPANIES

A. M. Aksenevich

*researcher of the Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus,
Minsk, Republic of Belarus, e-mail: anyaaksenevich@gmail.com*

Today's complicated world order, advanced digital technologies are becoming increasingly important, it also concerns the distribution of products (goods) to end-users. Particularly interesting in the context is the experience of Chinese companies, which have been able to make significant progress in digitalizing their supply chains, providing a systematic approach to the digital transformation of goods distribution processes.

Keywords: digital transformation; goods distribution processes; commodity distribution network; supply chain; Chinese experience.

Китайские компании за 25 лет смогли перейти от уровня цифрового развития своих сбытовых каналов, где большинство задач в процессе дистрибуции выполняется вручную, платформенные системы работают независимо друг от друга (не обеспечивается синхронизация данных) – 1996–2000 гг., до современного уровня, когда компании обладают продвинутой

производственно-сбытовой сетью, основанной на комплексной интеграции внутренней и внешней системы управления, цифровом управлении.

На сегодняшний день в Китае сложилась довольно развитая инфраструктура, обеспечивающая цифровую трансформацию процессов товародвижения (таблица).

Китайские компании (поставщики услуг), обеспечивающие цифровую трансформацию товаропроводящих сетей

Тип компаний	Описание
<i>Управление информационными потоками</i>	
Поставщики технических услуг (техническое обеспечение управления информационными потоками)	Национальные поставщики: Inspur, Beisen, Glodon, Kingdee, Salespower, Иностранные поставщики: SAP, Microsoft, IBM, Oracle, Veeva, Salesforce, Shopify
Основные предприятия в сфере предоставления информационных услуг	Главные компании: Midea, Baosteel, Sany, JD Logistics, MeiCloud, Baosight, Rootcloud, Huawei Интернет-гиганты: Alibaba.com, Tencent, Baidu
Консалтинговые компании	KPMG, PWC, Deloitte, EY
<i>Управление логистическими потоками</i>	
Поставщики интегрированных логистических услуг	Планирование логистики: JD Logistics, Express Услуги по складированию: JD Logistics, Express, G7, Transfar, ITL Logistics
Поставщики логистических услуг в контексте международной торговли	4PX, Sinotrans Limited, DHL, FedEx, UPS
<i>Управление потоками капитала</i>	
Поставщики интегрированных платежных услуг	Платежи в промышленности: LianLianPay, UMF Обслуживание малых и микропредприятий: Alipay, Yeahka Финансирование производственно-сбытовой сети: WeBank, MyBank
Поставщики платежных услуг в контексте международной торговли	Alipay, Pingpong, WorldFirst, iPayLinks, Airwallex, Payoneer, LianLianPay

Источник: составлено автором на основе [1; 2].

Значительное содействие цифровизации процессов товародвижения оказывается со стороны китайских правительственных структур. Китайская государственная политика направлена на всецелую поддержку и содействие цифровой трансформации национальных производственно-сбытовых сетей. Осуществляется перманентное совершенствование отраслевых стандартов в части развития инфраструктуры электронной коммерции.

Вспышка пандемии коронавирусной инфекции Covid-19 в конце 2019 г. содействовала беспрецедентному росту электронной торговли: наблюдается ускорение и укрепление тенденции перехода хозяйствующих субъектов к онлайн-торговле изменение характера взаимоотношений между ними (ввиду изменения в социальной структуре и концепциях потребления), бурный рост электронной коммерции, закрепление онлайн-привычек на всех уровнях хозяйственной деятельности экономических агентов.

При сравнении результатов опросов, проведенных iiMedia Research (2019 г.) и Makenzie (2021 г.), было выявлено увеличение онлайн-продаж с 54 % в апреле 2020 г. до 83 % в апреле 2021 г. В то же время, важно отметить, что и до пандемии в Китае наблюдалось активное развитие онлайн-торговли. Важную роль сыграл выход на рынок труда тех, кто родился в 80-х и 90-х гг. Это означает, что в настоящее время существует целое поколение, у которого сформированы цифровые привычки [1].

Все больше компаний предпочитают совершать покупки посредством бесконтактных способов оплаты; наблюдается активное применение новых технологий (облачные вычисления, большие данные, Интернет вещей и искусственный интеллект и пр.) [1]. Наблюдается быстрый рост электронной коммерции малых и средних предприятий. Все более активное распространение получают бизнес-модели формата C2M (customer to manufacturer (клиент-производитель)) и O2O (online-to-offline (онлайн-в-офлайн)).

Одним из инновационных способов организации китайскими предприятиями продаж выступает реализация продукции (товаров) в прямом эфире – *корпоративный онлайн-стриминг*. Размер рынка *livestreaming e-commerce* в Китае достиг 1,2 трлн юаней в 2020 г. (темп роста по сравнению с 2019 г. составил 197 %). Ожидается, что по итогам 2023 г. он превысит 4,9 трлн юаней. Фактически, корпоративный онлайн-стриминг стал одним из основных каналов продаж для многих компаний: в 2020 г. товарооборот по данной категории онлайн-продаж составил 32,1 % от общего объема Интернет-торговли; ожидается, что он достигнет отметки в 50,0 % в 2023 г. [3].

Среди китайских предприятий, внедривших в свою хозяйственную деятельность данный способ реализации продукции, основанный на технологии онлайн-видеотрансляции, следующие: SANY (Пекин), Zoomlion (Чанши), Anhui (Хэли), Liugong Group, XCMG (Сючжоу), Red Collar Group, Haier Group. Это позволило им предоставить своим клиентам *широкий спектр онлайн-услуг*: осуществление онлайн-заказов, предоставление скидок за членство, онлайн-бронирование на обслуживание и ремонт, консультации и тест-драйвы, организация онлайн-фестивалей и выставок своей продукции.

Обеспечение *быстрой логистики* является основополагающим элементом ускоренного развития электронной торговли Китая. Китайская торговая инфраструктура включает в себя множество логистических компаний (Shunfeng, Yuantong и Yunda, пр.). Продвижение продукции и товаров характеризуется довольно сложной и многоуровневой транспортной системой¹, обусловленной большой территорией страны, различным характером местности и используемыми видами транспорта [4]. Тем не менее, Китаю удастся выстраивать эффективную национальную логистическую систему: прежде всего, благодаря цифровым технологиям.

Основными направлениями цифровой трансформации логистических процессов выступают создание *информационных платформ для обеспечения видимости логистических операций*, *оцифрование различных областей системы поставок* (системы складского хранения, трансграничной логистики и пр.), *укрепление цифровой базы и цепочек поставок данных* и пр. [5]. Китай также уделяет приоритетное внимание совершенствованию таможенной очистки в рамках *Общенационального режима интеграции таможенной системы (the Nationwide Customs Clearance Integration Regime)*, делая упор на взаимный обмен информацией, взаимное признание правил и взаимопомощь в правоприменительной деятельности в портовых администрациях [6, с. 131]. Значительное содействие переходу китайской логистики на новый уровень оказывает распространение применения технологии *спутниковой навигационной системы «Бэйдоу»*, применяемой в автомобилях, в т.ч. беспилотных, для доставки товаров электронной коммерции [7].

Среднегодовые темпы прироста грузовых перевозок ожидаются около 2 % в период с 2021 по 2035 гг., почтовых отправок бизнес-экспресс – около 6,3 %. Это станет возможным благодаря интеграции транспортно-логистической системы и промышленности в мировую экономику, посредством укрепления инициативы «Один пояс, один путь» («the One Belt, One Road»), повышения степени интернационализации китайских стандартов и разработки новых механизмов

¹ Выделяют три типа логистических систем в зависимости от развитости транспортной инфраструктуры и географических особенностей: комплексная сеть, обеспечивающая межрегиональное транспортное обеспечение (*backbone transportation network*, включает высокоскоростные железные дороги, автомобильные дороги и воздушный транспорт), национальная транспортная сеть (*general mainline network*, высокоскоростные автомагистрали, скоростная железная дорога и внутренний водный транспорт), местная транспортная сеть (*service network*, местные автомобильные дороги и железная дорога).

управления интеграцией транспортного комплекса, в т. ч. на основе умных технологий¹ [8].

Китайский рынок онлайн-платежей характеризуется высоким уровнем своего развития. Различные поставщики платежных онлайн-услуг предлагают как традиционные финансовые продукты, так и инновационные форматы платежных решений (как на национальном рынке, так и по части трансграничных платежей).

Приобретает все более широкое распространение цифровое управление. С помощью различных цифровых инструментов существует возможность формировать электронные документы, точно и правдиво отражающие жалобы клиентов, их предложения и требования. Распространены *службы поддержки клиентов (предприятий) на основе коротких сообщений*. Данные сервисы позволяют автоматически определять географическое распределение клиентов, обеспечивая более персонализированное обслуживание клиентов. Предоставляют возможность группирования данных о клиентах и их сообщений, что облегчает поиск необходимых данных и управление ими. Так, сервис 91600 представляет собой мощный инструмент по формированию информационно-коммуникационных каналов предприятий со своими контрагентами. Корпоративный процесс регистрации прост и занимает всего 3 минуты. China Mobile, China Unicom и пользователи PHS отправляют контент (информацию) на 91600 унифицированным образом, что обеспечивает простоту управления потоками данных. Преимуществом использования данного сервиса является то, что предприятиям не нужно инвестировать в специальное оборудование, позволяющее обрабатывать необходимую для эффективного управления информацию, стоимость его использования является очень низкой. Существует возможность проведения графического статистического анализа данных. Интерфейс сервиса 91600 прост и понятен [9].

В заключение отметим, что цифровизация сбытовых каналов позволила получить китайским предприятиям следующие экономические выгоды: увеличение влияния компании на рынке и обеспечение роста продаж, расширение клиентской базы, возможность получения сверхприбыли за короткий промежуток времени, значительное сокращение издержек

¹ Развитие национальной комплексной 3-хмерной транспортной инфраструктуры предполагает цифровизацию всех ее элементов и процессов. Завершение формирования повсеместно развитой транспортной и информационной инфраструктуры, реализации пространственно-временной информационной службы Beidou. Технология интеллектуальных поездов, транспортных средств, подключенных к Интернету (транспортные средства, подключенные к Интернету, автономное вождение, координация транспортного средства в пути), интеллектуальных транспортных средств общего назначения, интеллектуальных судов и почтовых экспрессов позволит достичь мирового уровня.

различного характера (временных, финансовых и пр.), возможность формирования канала сбыта не требующего вложений в развитие физической инфраструктуры (что особенно актуально для малых предприятий, не обладающих значительными финансовыми ресурсами) и пр.

Библиографические ссылки

1. B2B eCommerce Series Part 1: Digital Transformation in China [Электронный ресурс] / TMOgroup. URL: <https://www.tmogroup.asia/b2b-series1-digital-transformation-in-china/> (дата обращения: 09.10.2022).
2. 2022 China Supply Chain Digitalization Report [Электронный ресурс] / iResearch Global. June 6, 2022. URL: https://www.iresearchchina.com/content/details8_70435.html (дата обращения: 11.11.2022).
3. China's Livestreaming e-Commerce Industry Report [Электронный ресурс] / iResearch. URL: https://www.chinaeu.eu/wp-content/uploads/2021/11/2021-China-Livestreaming-Ecommerce-Industry-Report_Final.pdf (дата обращения: 17.10.2022)
4. Jiang Y., Zhang L., Jin Y. China's E-commerce Development and Policy Relevance [Электронный ресурс] / Chapter 6 / WTO. URL: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/10_adtera_chapter_06_e.pdf (дата обращения: 18.11.2022).
5. Close the Widening Gap Accenture China Digital Transformation Index 2021 [Электронный ресурс] / Accenture. URL: https://www.accenture.com/_acnmedia/PDF-168/Accenture-China-Digital-Transformation-Index-2021-Executive-Summary.pdf (дата обращения: 19.11.2022)
6. Innovative China: New Drivers of Growth [Электронный ресурс] / World Bank Group, and the Development Research Center of the State Council, P.R. China. – Washington, DC: World Bank, 2019. URL: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/833871568732137448/pdf/-Innovative-China-New-Drivers-of-Growth.pdf> (дата обращения: 24.11.2022).
7. Чжэн Сюй. «Бэйдоу» и транспортные перевозки // Китай. 2020. № 9. С. 31–32.
8. Ibold S., Yun X. National Comprehensive Three-Dimensional Transportation Network Planning Outline: Policy Briefing and English Translation [Электронный ресурс]. URL: <https://transition-china.org/wp-content/uploads/2021/03/Outline-of-the-National-Comprehensive-TDT-network.pdf> (дата обращения: 21.11.2022).
9. China Wireless E-commerce Application Platform (MobEC) Officially Opened [Электронный ресурс] / Alibaba Cloud. URL: https://topic.alibabacloud.com/a/china-wireless-e-commerce-application-platform-mobec-officially-opened_2_69_200381-93.html (дата обращения: 25.11.2022).