

УДК 339

Цифровая международная логистика – драйвер цифровой глобализации и цифрового развития ЕАЭС

В статье изучена роль цифровой логистики на современном этапе в глобализации и региональной интеграции на примере ЕАЭС. На статистике ВТО показан быстрый рост международной торговли цифровыми товарами и услугами. Особое внимание уделено логистике электронной торговли, включая международную, и выделена особая роль в трансграничном обслуживании электронной торговли почтовых служб. Описаны факторы, влияющие в наибольшей степени на цифровизацию международной логистики.

Г. Г. ГОЛОВЕНЧИК,
доцент кафедры международных экономических отношений, к. э. н.

Е. Г. ГОСПОДАРИК,
заведующий кафедрой аналитической экономики и эконометрики, к. э. н., доцент

А. А. КОРОЛЕВА,
декан экономического факультета, к. ф.-м. н., доцент

Белорусский государственный университет

Ключевые слова:

цифровая международная логистика, трансграничная электронная торговля, цифровизация почтовых служб,

В работах [1–3] было введено понятие цифровой глобализации как нового этапа глобализации, в [4] частично затронута роль логистики в этом процессе. Кратко под цифровой глобализацией понимаются процессы интеграции национальных рынков товаров, услуг, капитала, труда, инноваций с помощью новых технологий цифровизации (сети, маркетплейсы, цифровые платформы). Аналогично понимается цифровая интеграция региона, в нашем случае ЕАЭС. Цифровая глобализация включает две составные части: первая – торговля посредством интернета цифровыми виртуальными товарами (цифровой контент, т. е. оцифрованные книги, фильмы, музыка и др.)¹ и услугами (компьютерные, информационные, финансовые, включая страховые и пенсионные, интеллектуальные, деловые)²; вторая – использование цифровых технологий в традиционной международной торговле товарами, которые несут революционные изменения, заменив классическую торговлю с помощью оптовых посредников и супермаркетов прямыми продажами производителя товара через интернет-платформу по всему миру без излишних расходов.

Рост доли мировой торговли цифровыми виртуальными услугами представлен на рисунке 1

и в таблице, из которых видно, что их удельный вес в мировом экспорте услуг за 15 лет с 2005 г. вырос с 48 % до 66 %, или с 1289 млрд долл. в 2005 г. до 3280 млрд долл. в 2020 г. Особенно быстрый рост продемонстрировала продажа опубликованного в электронном виде контента (электронные аналоги книг, газет, журналов и т. д.), компьютерных программ, игр и других развлекательных ресурсов, деловых, консультационных и образовательных услуг. Среднегодовой темп роста – 6,5 %, при росте экспорта услуг в целом только на 9,2 %.

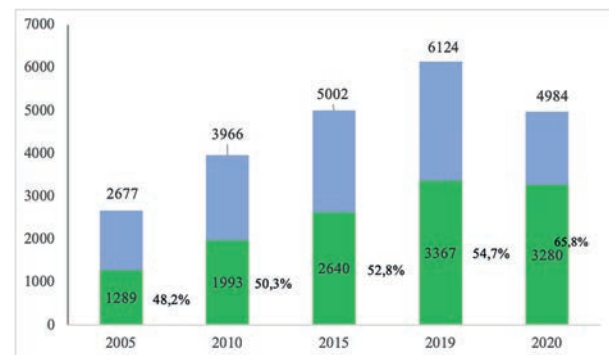


Рисунок 1 – Доля (%) и объем (млрд долл.) цифровых услуг (бизнес-услуги, ИКТ, финансовые, включая страховые и пенсионные, интеллектуальные, промышленные, правительственные) в суммарном мировом экспорте услуг
Источник: расчеты авторов по базе данных ВТО (data.wto.org).

¹ Подходы к измерению цифровой торговли изложены в совместном руководстве Handbook on Measuring Digital Trade, 2020 ОЭСР, ВТО, МВФ [5].

² Торговлю цифровыми услугами частично отражает официальная статистика ВТО.

Таблица – Объем и структура мирового экспорта услуг

Вид услуг	Объем мирового экспорта									
	2005 г.		2010 г.		2015 г.		2019 г.		2020 г.	
	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%	млрд долл.	%
Бизнес (SY)	528	19,7	821	20,7	1090	21,8	1400	22,9	н/д	
ИКТ (SI)	186	6,9	321	8,1	478	9,6	678	11,1	н/д	
Финансовые (SG), вкл. страховые и пенсионные (SF)	295	11,0	454	11,4	580	11,6	657	10,7	н/д	
Интеллектуальные (SH)	171	6,4	247	6,2	328	6,6	409	6,7	н/д	
Промышленные (SA)	58	2,2	83	2,1	92	1,8	125	2,0	н/д	
Правительственные (SL)	51	1,9	67	1,7	72	1,4	78	1,3	74	
Всего (цифровые услуги)	1289	48,2	1993	50,3	2640	52,8	3347	54,7	3280	65,8
Путешествия (SD)	690	25,8	952	24,0	1200	24,0	1442	23,5	533	10,7
Транспорт (SC)	576	21,5	828	20,9	902	18,0	1029	16,8	849	17,0
Строительство	47	1,8	84	2,1	94	1,9	108	1,8	–	
Итого услуги (S)	2677	100	3966	100	5002	100	6124	100	4984	100

Источник: расчеты авторов по базе данных WTO (data.wto.org).

Главная компонента второй составляющей цифровой глобализации – трансграничная электронная торговля и цифровая международная транспортная логистика, именно они берут на себя всю тяжесть трансфера товара от производителя до потребителя. Цифровая международная транспортная логистика есть процесс, сдерживающий стагнацию традиционной глобализации в части торговли товарами, обеспечивая новую форму торговли – трансграничную электронную торговлю (Cross – Border – E-Commerce – CBEC), которая является составной частью цифровой глобализации. Цифровая транспортная логистика – это цифровизация грузоперевозок, которая включает интеллектуальные системы управления перемещением и отслеживания грузов на всех этапах перевозок, безлюдные технологии, полную автоматизацию документооборота (электронные товарно-транспортные документы) при перевозках внутри страны и в международном сообщении с быстрым электронным таможенным оформлением (сравни с [6]). Главный элемент – цифровые транспортные коридоры, по которым параллельно с товаром движется информация, что ускоряет движение товаров, а значит, сокращает время доставки. Цифровая железная дорога, кроме того, увеличивает ее пропускную способность до 50 % и вдвое снижает стоимость перевозок.

Факторы цифровой международной логистики. На ускорение процессов цифровизации международной транспортной логистики, включая логистику ЕАЭС, влияют следующие глобальные факторы.

Первый фактор – сетевизация (networking of the economy) экономики, т.е. географически распределенные производственные процессы создания добавленной стоимости, что привело к росту до 10% логистических издержек в конечной стоимости

произведенного продукта, которые за счет цифровизации необходимо снизить.

Второй фактор – цифровизация мировой экономики, которая создала новые бизнес-процессы, важнейшие из которых электронная торговля B2B и B2C, включая трансграничную, что потребовало создание новой инновационной логистики быстрой доставки товаров, так как существующая экспресс-доставка международных компаний чрезмерно дорога. Региональная электронная торговля стран – членов ЕАЭС только начинает развиваться, но имеет хорошие перспективы [7].

Третий фактор – появление новых цифровых технологий: искусственный интеллект (Artificial Intelligence), «интернет вещей» (IoT), облачные вычисления (Cloud Computing), большие данные (Big Data), роботизация и интеллектуализация складов (Smart Warehouse), цифровые маркетплейсы (Digital Marketplace), которые сформировали новые возможности управления логистическими процессами и позволили перейти к интеллектуализации транспортной логистики (Smart Logistics).

Четвертый фактор – новые технические возможности доставки: беспилотные транспортные средства, включая дроны, 3D-принтеры, которые могут печатать продукцию прямо на логистических складах.

Пятый фактор – принятие в ЕАЭС ряда документов, а также налаживание цифрового и логистического сотрудничества с Китаем в рамках инициативы «Один пояс – один путь», позволяющие активизировать цифровизацию транспортной логистики и начать работы по скоординированному внутри Союза созданию интеллектуальных транспортных систем. По данным ВТО, экспорт транспортных услуг стран ЕАЭС в Китай растет и достиг в 2019 г. у России – 2210 млн долл., Казахстана – 1014

млн долл., Беларуси – 179 млн долл., Кыргызстана – 17 млн долл., Армении – 14 млн долл.

Главный препятствующий фактор – необходимость значительных инвестиций. Все остальные возможно легко преодолеть ввиду догоняющего характера цифровизации логистики ЕАЭС, страны-члены которой значительно отстают в цифровой логистике от мировых лидеров – США и Китая.

Цифровизация общей транспортной логистики стран – членов ЕАЭС создаст дополнительный прирост ВВП ЕАЭС за счет роста чистого экспорта транспортных услуг третьим странам, который уже сегодня составляет около 0,5 % ВВП ЕАЭС [8].

Международная логистика и трансграничная электронная торговля. Процесс торговли состоит из двух частей – покупка (заключение сделки) и доставка товара. В традиционной розничной торговле покупатель сам забирает товар и доставляет домой. Цифровая электронная торговля в корне изменила первую часть торгового процесса – сделки (выбор товара и покупка) стали совершаться в интернете как розничными B2C, так и корпоративными B2B покупателями. Цифровизация торгового процесса позволила тысячам малых фирм продавцов включиться в международную торговлю.

Мировой лидер в трансграничной электронной торговле – Китай (ее доля во внешней торговле страны уже превысила 11 %), для целей СВЕС создавший 105 комплексных зон, основное назначение которых – дать возможность мелкому и среднему бизнесу (МСБ) торговать со всем миром.

В электронной торговле возникло такое понятие, как фулфилмент (fulfilment) – это комплексная услуга по передаче интернет-магазинами логистических функций на аутсорсинг фулфилмент-центру, осуществляющему все операции: хранение товаров на складе, оформление заказов, отслеживание их движения с момента отправки до получения посылки покупателями. Рынок фулфилмента в России по итогам 2020 г. достиг 27,5 млрд руб. (почти 0,4 млрд долл.) со стремительным ростом в 1,8 раза.

Бурное развитие международной электронной торговли потребовало цифровой перестройки логистики, т. е. перехода к цифровой логистике, к созданию или трансграничных систем быстрой доставки заказанных товаров от производителя к зарубежному покупателю, или зарубежных специальных складов в стране покупателя, хранящих товары.

По этому поводу известно высказывание известного экономиста П. Друкера: «В электронной торговле поставка станет той единственной сферой, в которой компании будут отличаться. Она станет основной сферой компетенции и конкуренции. Фирмы будут торговать не тем, что

производят, а тем, что могут доставить быстро покупателю» [9].

Таким образом, главная проблема электронной торговли и в особенности СВЕС – логистика, на которую приходится до 20–30 % стоимости товара. Высокая стоимость логистики СВЕС объясняется, как правило, медленным (в виду недостижения синергии массовости поставок) созданием логистических компаний, специализирующихся в области электронной торговли, особенно СВЕС, что вынуждает интернет-магазины использовать дорогостоящие услуги ведущих международных компаний экспресс-доставки: FedEx, TNT, UPS, DHL, DPD, M&M и др., китайских POSTEMS, SF Express.

Отметим, что международная логистика для СВЕС, кроме транспортировки, должна обеспечивать таможенное оформление в двух странах. Еще одно требование СВЕС к логистике – возможность возврата товара и снова с двойным пересечением границ. Таким образом, цифровая международная логистика – это не только выбор вариантов доставки и инструментов для планирования и поддержки принятия решений, но и информационно-учетные системы, цифровое декларирование на таможне, цифровые склады и распределительные центры, а также пункты выдачи заказов (постаматы).

Один из путей развития цифровой международной логистики для СВЕС – это создание зарубежных умных складов, спрос на которые быстро растет. В этом случае в схемах СВЕС заказанный товар доставляется со склада, расположенного в стране покупателя и принадлежащего зарубежному продавцу или фулфилментовому посреднику с использованием местных, как правило, недорогих средств доставки. В настоящее время Китай изучает вопрос строительства зарубежных складов в зоне действия инициативы «Один пояс – один путь» (проект цифровой электронной торговли).

Рассмотрим на примере России изменения в логистике, вызванные электронной торговлей (по данным Data Insight). В целом за 2020 г. рынок электронной торговли вырос в России на 35 % и потребовал доставки 883 млн отправок: 65 % посылок было доставлено собственными логистическими службами (на Wildberries приходится 34 % заказов, на Ozon – 8 %), «Почту России» – 12 %, логистические компании «до дверей» – 10 % и еще 13 % – на пункты выдачи (постаматы). Среднее время доставки товаров в 2020 г. составило 5 дней (2019 г. – 4 дня). Несмотря на небольшую пока долю «Почта России» поставила цель – выйти на первое место среди поставщиков почтово-логистических операторов мира и войти в топ-5 мировых. Для этого

«Почта России» вместе с «ВТБ Банком» учредила компанию «Национальные логистические технологии», которая запустит сеть из 40 современных и полностью автоматизированных логистических центров в 34 городах России.

Высокопроизводительная цифровая логистическая среда способствует развитию СВЕС, и первоочередная задача стран – членов ЕАЭС создать такую среду, основой которой могут стать почтовые службы.

Роль почтовой логистики в трансграничной электронной торговле ЕАЭС. Значительное место в трансграничной внутренней торговле стран – членов ЕАЭС стали занимать российские лидеры электронной торговли Wildberries, Ozon, которые используют, как правило, собственные системы доставки. Однако основной объем трансграничной розничной торговли ЕАЭС приходится на Китай в виде импорта китайских товаров населением стран – членов ЕАЭС посредством платформы Alibaba (в мировой трансграничной торговле Китая принадлежит более 50 %). Логистику обеспечивают преимущественно почты государств – участников ЕАЭС.

Мощный толчок розничной взаимной электронной торговли внутри ЕАЭС дало бы создание почтами стран – участниц ЕАЭС общего фулфилмент-центра, который будет предоставлять услуги национальным производителям, включая малый бизнес, опираясь на объединенные усилия почт

по доставке товаров. Интеграция почтовых служб стран ЕАЭС как логистических операторов электронной торговли на едином таможенном пространстве – давно назревшая задача. Она требует обновления автопарка, расширения числа железнодорожных маршрутов с почтовыми вагонами, внедрения современных цифровых технологий обработки и отслеживания движения заказанных товаров, расширения сетей постаматов, принадлежащих почтам.

Евразийский межправительственный совет в Решении от 2019 г. «О создании условий для развития цифровой экосистемы торговли ЕАЭС» и других документах значительное внимание уделил цифровым транспортным коридорам. В результате в декабре 2020 г. подписано Соглашение о долгосрочном сотрудничестве «Белпочты», «Почты России» и «Казпочты», цель которого – разработка интегрированных цепочек транспортно-логистических продуктов для транзита международных почтовых отправлений как между странами-участницами, так и по направлениям Азия – Европа, США – ЕАЭС, Европа – ЕАЭС.

Отметим, что откладывать на долгосрочный период мероприятия по превращению почтовых служб ЕАЭС в фулфилмент-операторов взаимной и внешней электронной торговли не следует, иначе быстро появятся конкуренты. Уже в ближайшее время «Белпочта» совместно с БЖД могла бы запустить почтово-багажный поезд Китай – Брест с

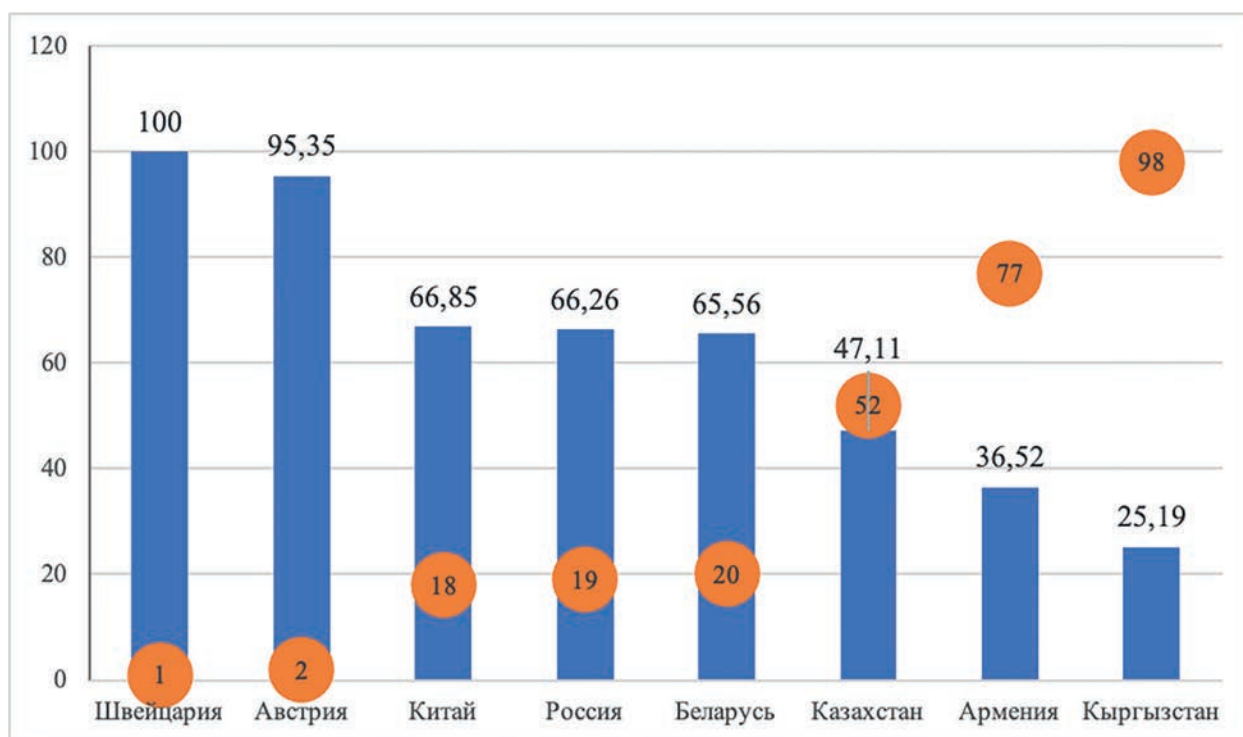


Рисунок 2 – Места и баллы почт стран ЕАЭС и мировых лидеров в рейтинге 2IPD

сортировкой и доставкой из Бреста китайских почтовых отправок автотранспортом в города Евросоюза. Это стало бы мощным конкурентным международным бизнесом. Такие замыслы есть и у «Почты России», однако доставлять из Москвы автотранспортом посылки в ЕС дороже, чем из Бреста.

Логистическая интеграция почт ЕАЭС и расширение их сотрудничества с почтовыми службами Китая и ЕС позволит в том числе повысить и так достаточно высокие места почт трех ключевых стран ЕАЭС в мировом рейтинге Postal Development Index (2IPD) (рис. 2).

Оценка в рейтинге 2IPD проводится по четырем направлениям работы:

1. Reliability (надежность) – качество и скорость доставки.
2. Reach (доступность) – количество прямых международных связей.
3. Relevancy (релевантность) – конкурентность продуктовой линейки, количество отделений.
4. Resilience (сопротивляемость к шокам) – диверсификация доходов за счет развития финансовых, логистических и других услуг.

Цифровизация почтовых служб и быстрое их включение в логистику электронной торговли, включая международную, – неременное условие улучшения позиций в мировом рейтинге почт.

Заключение. Для быстрой цифровой глобализации и региональной интеграции в рамках ЕАЭС необходимо (см. также [10]):

- 1) ускорить скоординированную политику стран – членов ЕАЭС в области интеллектуальных транспортных систем;
- 2) перейти на международные стандарты электронных транспортных и таможенных документов (e-TIR, e-CMR, e-rail Freight и т. д.), совместимые со стандартами ЕС (проект AEOLIX) и китайской LOGINK;
- 3) добиться взаимного признания цифровой подписи, в том числе с Китаем и ЕС;
- 4) ускорить создание цифрового международного коридора Китай – Казахстан – Россия – Беларусь – ЕС;
- 5) перейти на единые правила трансграничной электронной торговли и в рамках инициативы «Один пояс – один путь» создать маркетплейсы для торговли товарами малого бизнеса стран – членов ЕАЭС;
- 6) создать единого логистического оператора электронной торговли ЕАЭС на базе почт стран – членов ЕАЭС;
- 7) организовать цифровую биржевую торговлю транспортными услугами стран – членов ЕАЭС.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ковалев, М. М. Цифровая экономика – шанс для Беларуси: моногр. / М. М. Ковалев, Г. Г. Головенчик. – Минск: Изд. центр БГУ. – 2018. – 327 с.
2. Головенчик, Г. Г. Цифровая глобализация как новый этап в развитии глобального мира / Г. Г. Головенчик // Банк. весн. – 2021. – № 2/691. – С. 57–68.
3. Головенчик, Г. Г. Цифровая экономика / Г. Г. Головенчик, М. М. Ковалев. – Минск: Изд. центр БГУ, 2019. – 395 с.
4. Дутина А. А., Королева А. А. Цифровая глобализация и экспортные перспективы белорусской транспортной логистики // Журнал Белорусского государственного университета. – Экономика. – 2020. – № 1. – С. 49–56.
5. Handbook on Measuring Digital Trade. Version 1 // OECD, WTO, IMF. – 2020. – 156p.
6. Королева А. А. Экономические эффекты цифровой логистики // Журнал Белорусского государственного университета. – Экономика. – 2019. – № 1. С. 68–76.
7. Доклад о развитии цифровой (интернет)торговли ЕАЭС // ЕЭК. – 2019. – 80с.
8. Господарик, Е. Г. Перспективы экспорта транспортных услуг в ЕАЭС / Е. Г. Господарик, А. А. Королева // Банк. весн. – 2021. – № 4/693. – С. 13–20.
9. Drucker P. Can the E-business execute deliveries? // Economist. – 1999. – № 9.
10. О принципах и подходах цифровой логистики в сфере транспортных услуг государств – членов ЕАЭС. Аналитический доклад // М.: ЕЭК. – 2020. – 48 с.

The article examines the role of digital logistics at the present stage in globalization and regional integration on the example of the EAEU. WTO statistics shows the rapid growth of international trade in digital goods and services. Special attention is paid to the logistics of e-commerce, including international trade, and a special role is highlighted to the cross-border e-commerce services of postal services. The factors that most influence the digitalization of international logistics are described.

Key words: digital international logistics, cross-border e-commerce, digitalization of postal services.

Получено 03.05.2021.