



Борис ПАНЬШИН, Хао ЮЙ

*Белорусский государственный университет,
Минск, Республика Беларусь,
e-mail: panshin@bsu.by, yuhao1412@gmail.com*

УДК338.43.02
<https://doi.org/10.29235/1818-9806-2025-3-51-62>

Влияние электронной торговли на рост доходов фермеров и развитие предпринимательства в сельской местности в Китае

Проанализированы факторы, влияющие на развитие электронной торговли в сельской местности Китая: человеческий капитал, социальный капитал и сетевая инфраструктура. Рассмотрены эффекты и механизмы воздействия электронной торговли на предпринимательское поведение фермеров и формирование типовых схем их деятельности. Выявлена значимость электронной торговли для создания новых рабочих мест, развития бизнеса и роста доходов фермеров в сельской местности Китая. Рассмотрены перспективы интеграции электронной торговли на маркетплейсах с цифровой логистикой и социальными сетями. Приведены основные положения государственной политики Китая по развитию электронной торговли в сельской местности.

Сформулированы предложения по применению в Беларуси опыта Китая в электронной торговле в комплексе с совершенствованием транспортно-логистической инфраструктуры в сельской местности.

Ключевые слова: электронная торговля в сельской местности Китая, сельское предпринимательство, доходы фермеров, перспективы развития электронной торговли, совершенствование логистики в сельской местности Китая, государственная политика в сфере электронной торговли.

Boris PANSHIN, Hao YU

*Belarusian State University,
Minsk, Republic of Belarus,
e-mail: panshin@bsu.by, yuhao1412@gmail.com*

The impact of e-commerce on farmers' income growth and rural entrepreneurship development in China

The factors influencing the development of e-commerce in rural China are analyzed: human capital, social capital and network infrastructure. The effects and mechanisms of e-commerce impact on farmers' entrepreneurial behavior and the formation of typical schemes of their activities are considered. The significance of e-commerce for job creation, business development

© Панышин Б., Юй Х., 2025

and income growth of farmers in rural China is revealed. The prospects of integrating e-commerce on marketplaces with digital logistics and social networks are considered. The main provisions of the state policy in China on the development of e-commerce in rural areas are summarized.

Proposals for the application of China's experience in e-commerce in Belarus in combination with the improvement of transportation and logistics infrastructure in rural areas are formulated.

Keywords: e-commerce in rural China, rural entrepreneurship, farmers' income, e-commerce development prospects, improving logistics in rural China, government policy on e-commerce.

Введение

Государственная аграрная политика в Китае, как и в Беларуси, направлена на всестороннее развитие сельских районов как ключевое условие для стабильного роста производства и устойчивого увеличения доходов сельских тружеников. В Китае эти цели определены в государственных документах, таких как формула «трех сельских проблем развития»: сельского производства, сельских территорий и сельских жителей. Решение этих вопросов является важным звеном в комплексном содействии государства развитию сельских районов, а фермерское предпринимательство, электронная торговля и логистика рассматриваются как основные факторы повышения производительности, создания новых рабочих мест и увеличения доходов сельских жителей в условиях «новой нормальности» в Китае.

Электронная торговля в сельских районах Китая, реализуемая вначале в рамках так называемых деревень Таобао (китайское село, которое ежегодно генерирует от 10 млн юаней электронных продаж и контролирует более 100 активных онлайн-магазинов на общем для страны маркетплейсе Таобао [1]), является важным средством распространения преимуществ цифровой экономики на сельские районы и сельскохозяйственные отрасли, что способствует улучшению качества жизни. Исследования китайских специалистов показывают, что посредством электронной торговли можно расширить возможности для сельских тружеников по оценке емкости рынков сбыта и стоимости продукции, определению приоритетов аграрного производства, а также обеспечить рост выпуска продукции и повышение удовлетворенности потребителей.

Применение фермерами инновационных информационных и коммуникационных технологий для реализации продукции создает в сельской местности новые возможности для начала собственного бизнеса, успешного преодоления географических ограничений и непосредственного участия в национальной и даже глобальной экономике [2]. На эти качества электронной торговли обратил внимание Генеральный секретарь КПК Си Цзиньпин, отметив в одном из выступлений, что электронная торговля может не только продвигать сельскохозяйственную продукцию на внутренний и внешние рынки, но и содействовать снижению уровня бедности и способствовать дальнейшему развитию сельских районов [3].

В настоящее время в сельской местности Китая действуют более 17,6 млн интернет-магазинов, размещенных на общенациональных маркетплейсах, а число деревень Таобао составляет более 7000 [4, 5]. Министерство сельского хозяй-

ства и сельских дел Китайской Народной Республики активно сотрудничает с платформами Taobao и Didi Chengxin Selection в целях увязки закупок и продаж сельскохозяйственной продукции, создания сети предприятий-холодильников, укрепления доверия в электронной торговле, дальнейшее повышение эффективности использования которой потребует совершенствования методов оценки ее влияния на предпринимательские возможности фермеров и увеличение их доходов, а также на степень удовлетворенности потребителей. Очевидно, что роль электронной торговли в развитии сельских территорий и локального предпринимательства будет только возрастать.

Основная часть

Сельская электронная торговля определяется как бизнес-модель, основанная на интернет-технологиях, применяемых для соединения и диверсификации каналов сбыта продукции в целях сбалансированного с потребностями рынков роста производства сельхозпродукции и развития сельских районов. Электронная торговля является связующим звеном между китайскими фермерами, потребителями и посредниками, способствуя укреплению местной экономики, развитию сельских территорий и общества путем интеграции их усилий и эффективного взаимодействия.

Актуальность и значение электронной торговли определяются основными проблемами фермеров по организации сбыта своей продукции, это:

недостаток информации о рынке сельхозпродуктов. По сравнению с промышленностью и сферой услуг сельское хозяйство подвержено природным рискам. Также у фермеров ограниченный диапазон социального взаимодействия с потребителями, часто они не имеют возможности оперативно получать информацию об изменениях рынка и его объема, чтобы при необходимости диверсифицировать производство и сбыт продукции;

ограниченные предпринимательские навыки и возможности, например неразвитые способности к межличностной коммуникации, неумение оценивать риски и избегать их, вследствие чего фермеры не всегда в полной мере могут эффективно управлять своим бизнесом [6].

Электронная торговля позволяет решать проблему информационной асимметрии между фермерами, посредниками и потребителями и способствует увеличению прибыли аграриев. Развитие электронной торговли в сельской местности способствует сбору и использованию таких данных, как рыночные условия и предпринимательские знания, а также обеспечивает фермеров более разнообразной и недорогой промышленной продукцией, необходимой для производства и быта сельских жителей.

Кроме того, применение инструментов электронной торговли позволяет осуществлять онлайн-продажи сравнительно небольших объемов сельхозпродукции. Это помогает собирать и использовать информацию, с большей вероят-

ностью оценивать пороговые значения и рыночные механизмы, накапливать знания и опыт предпринимательства, тем самым способствуя повышению эффективности коммерческой деятельности фермеров.

Одновременно растет вероятность того, что они могут переходить к рыночному механизму определения объемов производства и диверсификации способов реализации сельхозпродукции, тем самым увеличивая свои доходы (табл. 1).

Таблица 1. Динамика показателей доходов сельских жителей Китая в контексте роста объемов электронной торговли

| Показатель | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------|
| Численность населения, млрд человек | 1,368 | 1,375 | 1,382 | 1,390 | 1,395 | 1,400 | 1,410 | 1,412 | 1,410 | 1,409 |
| ВВП, трлн долл. США | 9,02 | 9,65 | 10,42 | 11,58 | 12,60 | 13,87 | 14,22 | 16,00 | 16,94 | 17,78 |
| Темп роста ВВП, % | 8,2 | 7,0 | 8,0 | 11,1 | 8,8 | 10,1 | 2,5 | 12,5 | 5,9 | 5,0 |
| Численность сельского населения, млн человек | 609 | 590 | 573 | 556 | 541 | 525 | 509 | 498 | 491 | 477 |
| Средний доход в сельской местности, долл. США | 1468 | 1599 | 1731 | 1881 | 2046 | 2243 | 2398 | 2641 | 2802 | 3017 |
| Количество деревень Таобао, ед. | 212 | 778 | 1311 | 2118 | 3202 | 4310 | 5425 | 7023 | 7780 | Нет свед. |
| Объем сельской электронной торговли, млрд долл. США | 180 | 353 | 485 | 1244 | 1367 | 1705 | 1790 | 2050 | 2170 | 2500 |

Анализ взаимосвязи приведенных в табл. 1 показателей позволил сделать следующие выводы:

1. Объем национального ВВП оказывает влияние на средний уровень дохода населения, в том числе в сельской местности, что подтверждается данными на рис. 1, 2.

2. Средний доход на человека как один из ключевых показателей уровня жизни населения выступает значимым фактором развития сельского региона, оказывая существенное влияние на экономический рост ($R^2 = 0,9454$) и улучшение социальных характеристик ($R^2 = 0,9956$) таких населенных пунктов (рис. 2).

Зависимость доходов сельских жителей от роста числа деревень Таобао показана на рис. 3 и 4.

Оценки Научно-исследовательского центра электронной торговли Китая [7] также показывают, что на долю розничных онлайн-продаж в сельской местности приходится около 30 % общенациональных, при этом увеличивается реализация промышленной продукции для фермеров.

Отметим, что в электронной торговле в сельской местности Китая сформировались некоторые тенденции и перспективные векторы развития.

Фермерские кооперативы активно внедряют инновации в сфере электронной торговли. В настоящее время эта форма организации бизнеса в Китае пере-

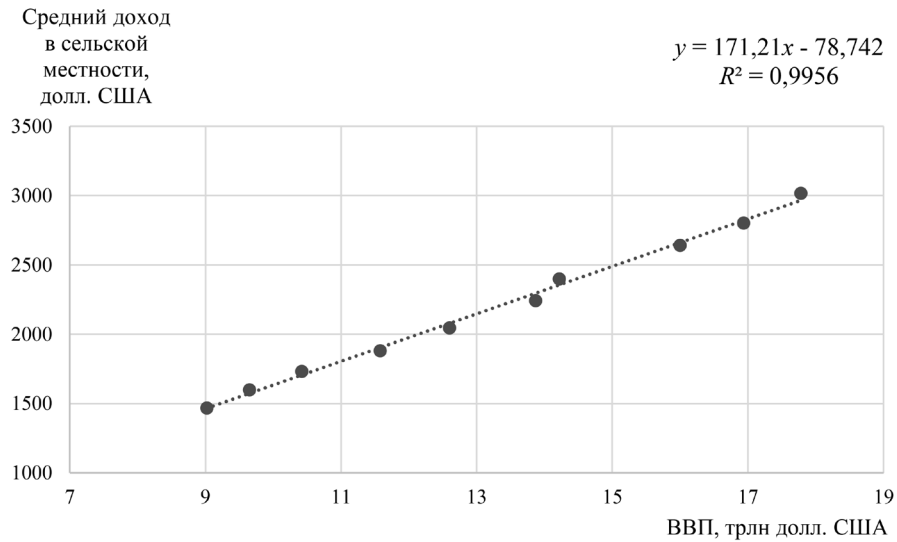


Рис. 1. Взаимосвязь среднего дохода в сельской местности Китая и ВВП страны

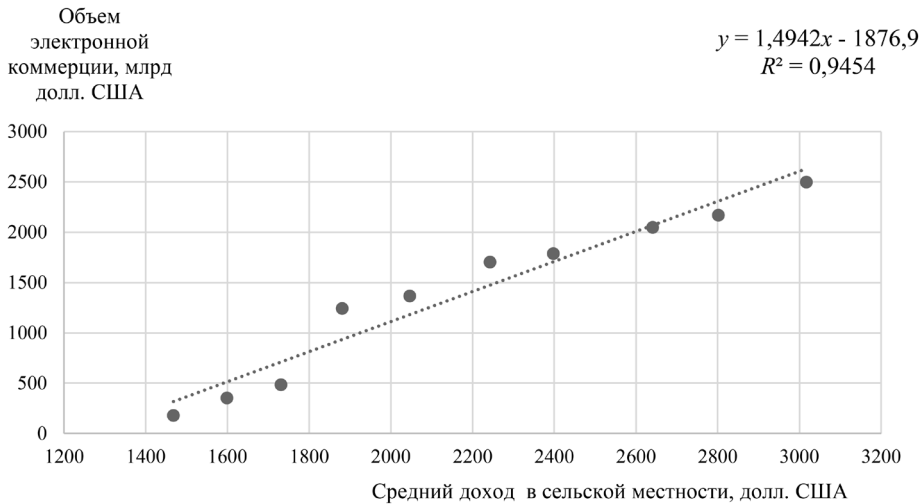


Рис. 2. Взаимосвязь доходов сельских жителей Китая и объемов электронной торговли

живает бум. По состоянию на начало 2020-х гг. в стране было зарегистрировано 2,225 млн фермерских кооперативов и более 10 тыс. подобных объединений, оказывающих вспомогательные услуги (переработка, строительство, хранение, логистика и т. д.) [7].

Создавая различные формы механизмов взаимодействия с платформами электронной торговли, ведущими агропредприятиями, торговыми посредниками на местном уровне, сельскими поставщиками услуг электронной торговли

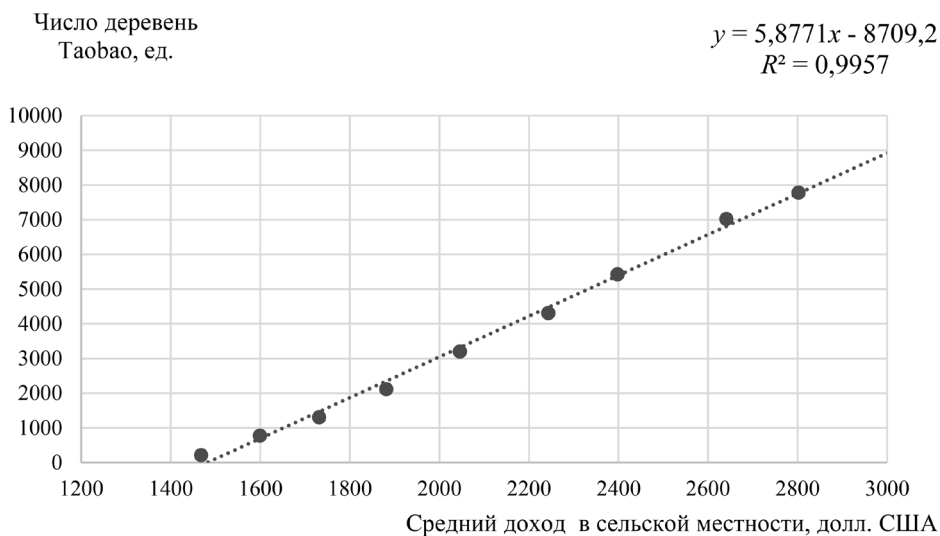


Рис. 3. Влияние роста числа деревень Таобао на рост доходов сельских жителей Китая

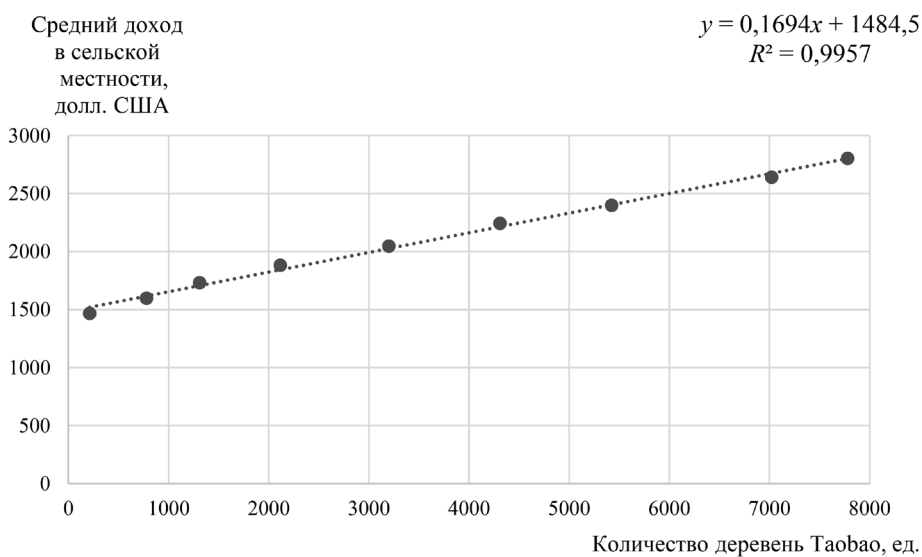


Рис. 4. Влияние числа деревень Таобао на средний уровень дохода сельских жителей Китая

и т. д., фермеры и кооперативы интегрируются в экосистему сельской электронной торговли. Одновременно повышается уровень сотрудничества с научными центрами в сфере агротехнологий и органичной интеграции с внутренним и внешним потребительскими рынками, что обеспечивается развитым функционалом платформ электронной торговли (рис. 5).

| Платформы электронной торговли в Китае | | |
|---|--|--|
| Платформа «Национальные бренды» | Платформа предпринимателей | Обеспечивающие платформы |
| Tmall | Таобао | Alipay (платежи), Alibaba Cloud (информационный сервис), Cainiao (логистика и доставка) |
| Платформы объединяют | | |
| Продавцов (поставщики товаров) | Покупателей | Поставщиков услуг: логистика, упаковка, маркировка, хранение и т. д. |
| Основные функции | | |
| Сетевая координация: формирование сетей взаимодействия потребителей и поставщиков | Интеллектуальная обработка данных – автоматизация выработки и принятия решений о производстве и сбыте продукции | |
| Формы оказания услуг | | |
| Для продавца: консалтинг по поддержке бизнес-процессов и управлению производством | Для покупателя: организация виртуального торгового центра | |
| Функции цифровой трансформации сельского бизнеса | | |
| 1 | Координация мероприятий по формированию цифровой деловой экосистемы | |
| 2 | Внедрение передовых технологий | |
| 3 | Интеллектуальная выработка и принятие решений на основе данных в реальном времени | |
| 4 | Сокращение транзакционных издержек на взаимодействие фермеров с потребительскими рынками | |
| 5 | Преобразование вертикальных иерархических структур организации взаимодействия продавцов и потребителей в более динамические горизонтальные структуры | |
| Инструменты | | |
| Машинное обучение | Автоматизация принятия решений | Мобильный интернет и облачные технологии |

Рис 5. Структура цифровой платформы для торговли фермерской продукцией

Таким образом, цифровые услуги способствуют росту продаж агропродукции, так как все больше фермерских хозяйств используют интернет и различные приложения для продвижения своих товаров. Это оказывает положительное влияние на доходы фермеров и в целом стимулирует сокращение разрыва между развитыми восточными провинциями Китая и отдаленными регионами [8].

Одним из перспективных направлений применения новых технологий и способов ведения бизнеса является онлайн-продажа с помощью стриминговых сервисов в социальных сетях, когда интернет-магазины проводят прямые трансляции непосредственно с производственной площадки или мест, где проживают владельцы. Этот контент вызывает доверие у покупателя и стимулирует сбыт. Согласно исследованию компании Ping An Securities, прямые трансляции на всех платформах только за первый год их использования (в 2020 г.) обеспечили продажи на более чем 1 трлн юаней (158 млрд долл. США).

Другим перспективным направлением развития электронной торговли является использование популярной в Китае социальной сети TikTok. Так, в 2023 г. с ее помощью продали в общей сложности 4,73 млрд различных сельскохозяйственных продуктов, при этом во все части страны ежедневно осуществлялось в среднем 1300 поставок. Количество видов агропродукции, реализуемой через электронную торговлю TikTok, ежегодно возрастает. В конце 2024 г. в сети было зафиксировано свыше 24 000 фермеров с годовым объемом продаж свыше 150 тыс. долл. США, а фермеров, занимающихся электронной торговлей посредством TikTok, по сравнению с предыдущим годом стало на 83 % больше. Особенно увеличился объем покупок представителями поколений 2000-х и 1960-х гг. В этих группах населения прирост приобретаемых товаров в 2024 г. составил более 150 % по сравнению с предыдущим годом [9] (рис. 6).

Другим перспективным направлением механизма сбыта продукции фермеров является интеграция интернет-магазинов с логистикой и другими услугами. Это создает возможности для роста и получения прибыли как для фермеров, так и для компаний, оказывающих посреднические услуги, что становится новым фактором и тенденцией развития сельских территорий в Китае. Постепенное совершенствование современной логистической системы также сделало более значимыми самые важные характеристики электронной торговли – скорость и удобство. Электронная торговля и логистика все более влияют друг на друга, создавая синергетические эффекты.

Помимо технологий, другими важнейшими факторами, влияющими на предпринимательское поведение фермеров, являются человеческий капитал, социальный капитал и сетевая инфраструктура (рис. 7).

Успешное развитие сельского предпринимательства, в том числе локальной электронной торговли, обеспечивается сбалансированной государственной политикой.

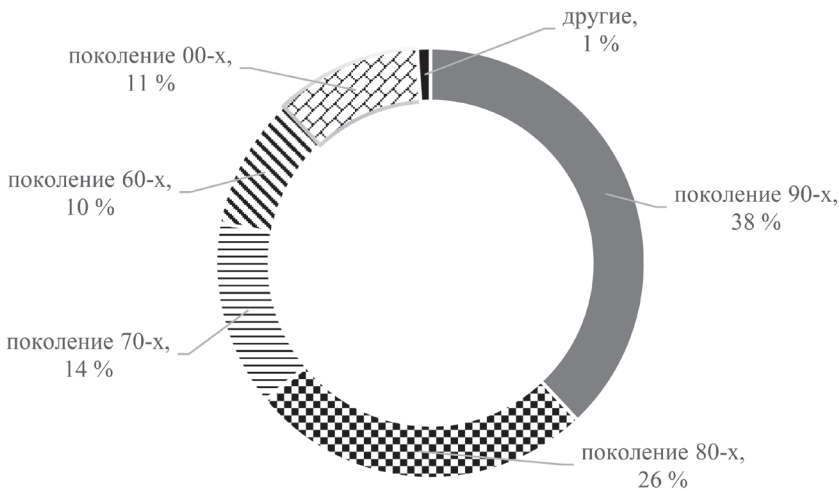


Рис. 6. Доля покупок в TikTok сельскохозяйственной продукции по разным возрастным группам в сельской местности Китая (выполнен по [9])

Начиная с 18-го, 19-го и 20-го Всекитайского съезда Коммунистической партии Китая, Центральный комитет КПК, Государственный совет КНР и различные министерства и комиссии последовательно издавали уведомления о содействии развитию сельских районов. В Документе № 1, который ежегодно публикуется правительством в начале года и посвящается сельскому хозяйству, с 2014 г. и по настоящее время предусматриваются комплексные меры по развитию электронной торговли в сельской местности (табл. 2).

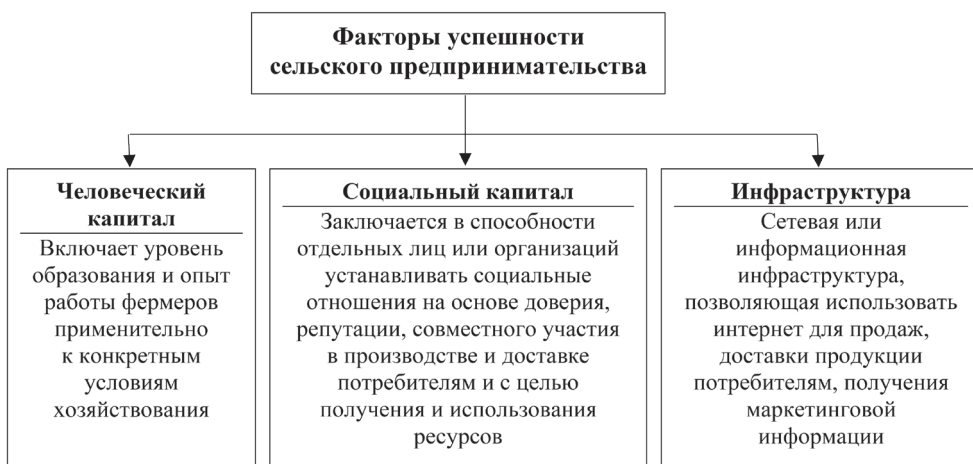


Рис. 7. Организационно-экономические факторы эффективности сельского предпринимательства

Таблица 2. Основные положения Документа № 1 в части электронной торговли в 2018–2024 гг.

| Год | Основной политический документ | Функции |
|---------------|--|--|
| 2018 | Закон об электронной торговле | Регулирование рынка электронной торговли, защита прав и интересов потребителей, а также содействие здоровому развитию отрасли (охватывает регистрацию субъектов электронной торговли, их контракты, права интеллектуальной собственности, электронные платежи и т. д.) |
| 2021 | 14-я пятилетка развития электронной торговли | Направлен на реализацию общих требований ЦК КПК и Государственного совета КНР по развитию цифровой экономики и построению цифрового Китая, а также на дальнейшее содействие качественному росту электронной торговли в период 14-й пятилетки |
| 2024 (апрель) | Трехлетний план действий в области цифровой торговли (2024–2026 гг.) | Развитие инновационных предприятий, содействие онлайн- и офлайн-интеграции, а также расширение цифрового содержания торговли услугами для стимулирования жизнеспособности цифрового потребления и продвижения новых преимуществ во внешней торговле |

Кроме того, существует более 170 государственных документов и инструкций, связанных с развитием электронной торговли [8], реализацией проекта по цифровой торговле в сельском хозяйстве, активным продвижением электронной торговли в сельских районах, ускорением строительства соответствующей инфраструктуры, особенно в рамках программы Министерства коммерции Китая по электронной торговле в сельской местности, в рамках которой разработаны соответствующие руководства и практические инструкции (табл. 3).

Таблица 3. Государственные инициативы по развитию электронной торговли и логистики в сельской местности Китая

| Год | Основные меры и задачи |
|------|--|
| 2019 | Продвижение концепции «Интернет + сельское хозяйство», демонстрация применения сельскохозяйственного интернета вещей, развитие электронной торговли в сельских районах |
| 2020 | Интеграция фермеров в цепочку сельскохозяйственной промышленности через заказное сельское хозяйство, дивиденды по акциям и депозитарные услуги |
| 2021 | Усовершенствование системы сельской логистики, продвижение электронной торговли и укрепление связи между городским и сельским производством |
| 2022 | Развитие сельского туризма, поддержка сельских отелей и рекреационных проектов |
| 2023 | Развитие сферы услуг в сельской местности, строительство торговой системы, усовершенствование системы электронной торговли и логистики |
| 2024 | Развитие сельских перевозок пассажиров, товаров и почты, оптимизация логистики доступа к промышленным холодильникам, развитие электронной торговли на уровне уезда |

Заключение

Для того чтобы инвестиции в фермерские хозяйства стали давать большую отдачу, необходимо сформировать цифровую экосистему выпуска и сбыта сельхозпродукции, эффективность которой зависит от качества человеческого капитала, простоты открытия аграрного бизнеса, развитых механизмов электронной торговли, логистики и инфраструктуры для взаимодействия производителей сельхозпродукции с потребителями и посредниками.

Одновременно важно обеспечить развитие сферы интеллектуальных деловых услуг для фермеров: аналитика, маркетинг, консалтинг и т. д. Малому бизнесу кроме дешевых кредитов, аренды и инфраструктуры нужны быстрые ответы на вопросы «что делать?» и «как делать?». Китайский и мировой опыт показывает, что успешные реформы проводились при мощной интеллектуальной поддержке и с помощью компетентных консультантов и управленцев [10].

Один из путей развития связан с туризмом (в том числе сельским и экологическим), в котором инвестиции на создание новых рабочих мест незначительны. Тут наиболее высока и постоянна мультипликация дохода. Сельский туризм – одно из самых динамичных направлений. Его рост, по оценкам экспертов, составляет до 20 % в год. Важно, что это бизнес, который приносит людям позитивные эмоции, также агроэкотуризм – драйвер развития внутреннего туризма (80 % составляют жители близлежащих к туристским объектам городов).

Целесообразно создать под эгидой государства специализированные электронные торговые площадки (как виртуальное продолжение фермерских рынков) и управляющие компании, которые взяли бы на себя организацию взаимодействия фермеров друг с другом, а также с рынками и государственными структурами. Попутно начнут развиваться производства, наполняться местные бюджеты, вырастет спрос на инновации.

Увеличивающаяся сложность экономики требует постоянного совершенствования ее информационной и интеллектуальной составляющей и создания систем для межорганизационного информационного взаимодействия, накопления знаний и обобщения опыта.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Деревни Таобао» выводят агрокомплекс Китая в будущее // MD-iNSiGHT. – URL: <https://md-insight.ru/news/derevni-taobao-vyvodyat-agrokompleks-kitaya-v-budushhee> (дата обращения: 08.01.2025).

2. Aker, J. C. Can mobile phones improve agricultural outcomes? Evidence from a randomized experiment in Niger / J. C. Aker, C. Ksoll // Food Policy. – 2016. – Vol. 60, № 3. – P. 44–51. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0306919215000330> (date of access: 08.01.2025).

3. Li, Jiwei. New e-commerce formats have great potential in alleviating poverty and promoting agricultural development / Li Jiwei // Xinhua Daily Telegraph. – URL: http://www.qstheory.cn/lhwx/2020-04/22/c_1125889553.htm (date of access: 08.01.2025).

4. Wang, Dan. Understanding China's rural areas through the development of rural e-commerce (Guangming Daily, August 21, page 3) / Dan Wang // Ministry of Agriculture and Rural Affairs

of the People's Republic of China. – URL: http://www.moa.gov.cn/ztzl/ymksn/gmrbbd/202308/t20230821_6434621.htm (date of access: 08.01.2025).

5. Luo, Pan. Ministry of Agriculture and Rural Affairs: There are 2.225 million farmers' cooperatives registered in accordance with the law nationwide / Pan Luo // China News Network. – URL: <http://www.chinanews.com/cj/2020/09-03/9281986.shtml> (date of access: 08.01.2025).

6. Эмпирический анализ готовности фермеров и скотоводов участвовать в электронной торговле в сельских районах / Линь Хайин, Чжао Юаньфэн, Гэ Ин [и др.] // Ресурсы и окружающая среда засушливых земель. – 2019. – № 6. – С. 70–77.

7. The 2021 National County Digital Agriculture and Rural E-commerce Development Report was released in Beijing // Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China. – URL: https://www.gov.cn/xinwen/2021-09/11/content_5636759.htm (date of access: 08.01.2025).

8. Кухаренко, А. А. Опыт развития сельских территорий Китая / А. А. Кухаренко // Вестник БГУ. Экономика и менеджмент. – 2023. – № 2. – С. 98–108. <https://doi.org/10.18101/2304-4446-2023-2-98-108>.

9. Xinyi, Liu. How is E-commerce Live Streaming on TikTok Different from Traditional E-commerce on Alibaba? / Liu Xinyi // DiVA. – URL: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1762710/FULLTEXT01.pdf> (date of access: 08.01.2025).

10. Паньшин, Б. Н. Мозги для роста / Б. Н. Паньшин // Литературная газета. – 2015. – 27 мая. – С. 10.

Поступила в редакцию 31.01.2025

Сведения об авторах

Паньшин Борис Николаевич – профессор кафедры цифровой экономики экономического факультета, доктор технических наук, профессор;

Юй Хао – аспирант

Information about the authors

Panshin Boris Nikolaevich – Professor of the Department of Digital Economy Faculty of Economics, Doctor of Technical Sciences, Professor;

Yu Hao – Postgraduate Student