

РАЗВИТИЕ РЫНКОВ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СТРАНАХ ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

Дедяева Юлия Александровна

студент, Донской государственной технической университет, РФ, г. Ростов-на-Дону

DEVELOPMENT OF E-COMMERCE MARKETS IN COUNTRIES SOUTH-EAST ASIA

Yulia Dedyeva

Student, Don State Technical University, Russia, Rostov-on-Don

Аннотация. В 2023 году объем мирового рынка электронной коммерции оценивается в 5,8 трлн. долларов, что на 8,9% больше, чем в предыдущем году. В настоящее время ведущая роль в мировой электронной коммерции принадлежит странам Восточной и Юго-Восточной Азии. В статье рассмотрены общие показатели региона на примере стран Юго-Восточной Азии, в котором из 440 миллионов интернет-пользователей 350 миллионов являются цифровыми потребителями.

Abstract. In 2023, the global e-commerce market is estimated at \$5.8 trillion. dollars, which is 8.9% more than in the previous year. Currently, the leading role in global e-commerce belongs to the countries of East and Southeast Asia. The article examines the general indicators of the region using the example of the countries of Southeast Asia, in which out of 440 million Internet users, 350 million are digital consumers.

Ключевые слова: электронная коммерция, развитие, рынок, маркетплейс, Юго-Восточная Азия.

Keywords: e-commerce, development, market, marketplace, Southeast Asia.

В последние десятилетия под воздействием процессов глобализации и цифровизации экономики активно развивается мировая система электронной коммерции. Ряд исследователей склонны даже рассматривать ее как «индикатор развития цифровой экономики». В 2023 году объем мирового рынка электронной коммерции оценивается в 5,8 трлн. долларов, что на 8,9% больше, чем в предыдущем году. Ожидается, что рост электронной коммерции продолжится в ближайшие годы и обусловлен растущим числом покупателей и предприятий, использующих цифровые каналы для приобретения товаров и услуг.

В настоящее время ведущая роль в мировой электронной коммерции принадлежит странам Восточной и Юго-Восточной Азии. На долю этого региона приходится 62,2% мирового рынка. Причина этому — доминирование Китая в мировой торговле. По данным Statista за 2022 год Китай является крупнейшим игроком электронной коммерции в Азии и мире, с объемом

рынка в 1,4 триллиона долларов США, а к 2025 году достигнет 1,6 триллионов долларов США [6].

Пять из десяти крупнейших по объему игроков электронной коммерции находятся в Восточной и Юго-Восточной Азии. При этом топ самых динамично развивающихся рынков e-commerce составляют так называемые «азиатские тигры второй волны»: Филиппины, Индонезия, Малайзия, Таиланд и Вьетнам. рынки стран Юго-Восточной Азии показывают самые высокие темпы роста, что наглядно демонстрируют данные из рисунка 1.

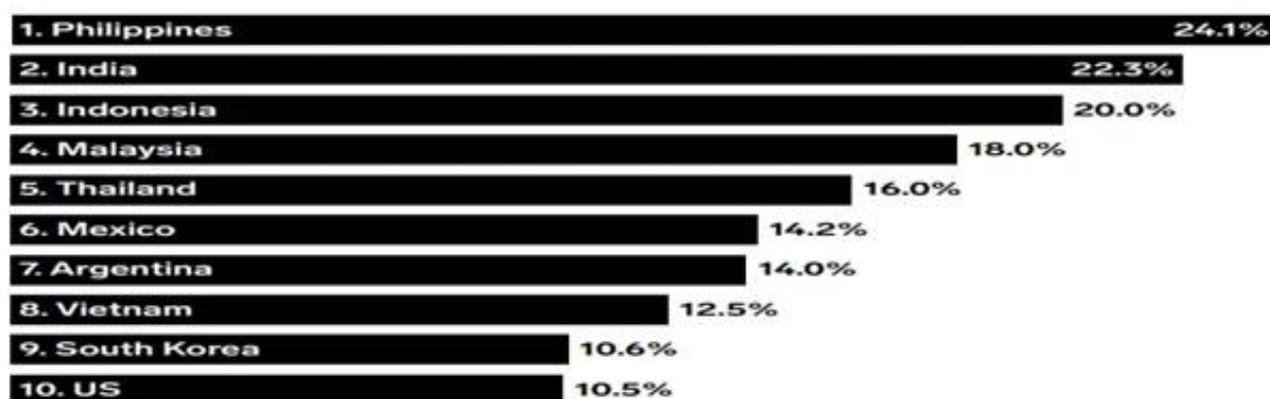


Рисунок 1. Темпы роста розничных продаж электронной коммерции, в 2023 г. [5]

Далее в работе будут изучены общие показатели региона в мировой электронной коммерции.

Определено, что рост электронной коммерции в Восточной и Юго-Восточной Азии обусловлен несколькими факторами: расширение интернет-инфраструктуры; быстрорастущая база пользователей; социальная коммерция;

рост использования мобильных устройств; развитие цифровых платежных систем; расширение инфраструктуры; развитие технологий; расширение трансграничной электронной коммерции.

Остановимся более подробно на показателях развития электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии.

К драйверам роста электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии целесообразно отнести: постепенное проникновение интернета вглубь стран, молодое население и рост благосостояния среднего класса; привлекательность рынка Малайзии; омниканальность и интеграция с соцсетями [3].

По уровню проникновения электронной коммерции в регионе лидируют Индонезия и Сингапур. В этих странах около 30% всех продаж приходится на онлайн-сектор. В Филиппинах, Таиланде, Малайзии и Вьетнаме этот показатель в среднем составляет около 15%. В 2020 году в Индонезии был зафиксирован всплеск объема выручки в сфере электронной коммерции за всю историю — около 59 миллиардов долларов США, и по прогнозам к 2025 году эта цифра достигнет 95 миллиардов долларов США [2].

Крупнейшими игроками на азиатском рынке по данным за 2022 год являются маркетплейсы Китая. Китайские гиганты, такие как Alibaba Group Holding Ltd, JD.com Inc и Pinduoduo Inc, продолжают занимать верхние строчки мировых рейтингов благодаря своей обширной потребительской базе на внутреннем рынке, привлекательным ценам и выгодным условиям для продвижения продавцов.

Выявлено, что рынок электронной коммерции в странах Юго-Восточной Азии имеет ряд

преимуществ перед другими рынками. К наиболее выраженным относятся распространенность английского языка, относительно низкий уровень конкуренции, менее затратный выход на рынки как с точки зрения комиссий на маркетплейсах, так и необходимых маркетинговых затрат при создании собственного интернет-магазина.

Выявлено, что большая часть активности происходит на потребительских торговых площадках, таких как Shopee и Lazada, а также зависит от китайского импорта, что подтверждают данные рисунка 2.



Рисунок 2. Топ самых посещаемых платформ в Юго-Восточной Азии [1]

Как видно из данных рисунка 2, в Топ самых посещаемых платформ в Юго-Восточной Азии входят такие онлайн-платформы как: Shopee (Сингапур), Lazada (Сингапур), Tokopedia (Индонезия), Bukalapak (Индонезия), Tiki (Вьетнам) [4].

К самым прибыльным нишам e-commerce в целом по азиатскому региону относятся: мода, электроника, игрушки, хобби-товары [7].

В целом на основе проведенного исследования можно заключить, что интенсивное развитие розничного рынка электронной коммерции в последние несколько лет в странах Юго-Восточной Азии, как и в целом в мире, было обусловлено изменением покупательского поведения в период пандемии COVID-19 и ростом цифровизации региона. Кроме этих значимых факторов, тенденциям роста розничных онлайн-продаж в регионе способствуют увеличение численности потребителей, относящихся к среднему классу; увеличение использования смартфонов; улучшение покрытия сети Интернет.

Рынки электронной коммерции указанных стран обладают значительными возможностями для развития и привлекают продавцов и покупателей из разных регионов и стран мира.

Список литературы:

1. Ведущие маркетплейсы в Азии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ecomhub.ru/17-vedushhih-marketplejsov-v-azii/> (дата обращения: 18.11.2023)
2. Квасникова В.В. Тенденции развития рынка электронной коммерции стран Восточной и Юго-Восточной Азии // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. - 2023. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-rynka-elektronnoy-kommertsii-stran-vostochnoy-i-yugo-vostochnoy-azii>

yugo-vostochnoy-azii (дата обращения: 21.11.2023)

3. Литвинов, Е.А. Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах // Российский внешнеэкономический вестник. - 2021. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-mezhdunarodnoy-torgovli-na-marketpleysah> (дата обращения: 13.11.2023)

4. Маркетплейсы в Юго-Восточной Азии: уникальный регион для онлайн продаж [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://freshcraft.ru/маркетплейсы-в-юго-восточной-азии/> (дата обращения: 24.11.2023)

5. Обзор электронной коммерции Восточной и Юго-Восточной Азии : проблемы , перспективы, игроки [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://cart-power.ru/blog/obzor-elektronnoj-kommercii-vostochnoj-i-yugo-vostochnoj-azii-problemy-perspektivy-igroki/> (дата обращения: 18.11.2023)

6. Объем розничной интернет-торговли в 2014-2026 гг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://iqtechnology.ru/tpost/yhgfsvhv31-obyom-roznichnoi-internet-torgovli-v-201> (дата обращения: 13.11.2023)

7. Рынок электронной коммерции Китая: Самые популярные китайские торговые площадки [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://prc.today/rynok-elektronnoj-kommerczii-kitaya-samye-populyarnye-kitajskie-torgovye-ploshhadki/> (дата обращения: 30.11.2023)