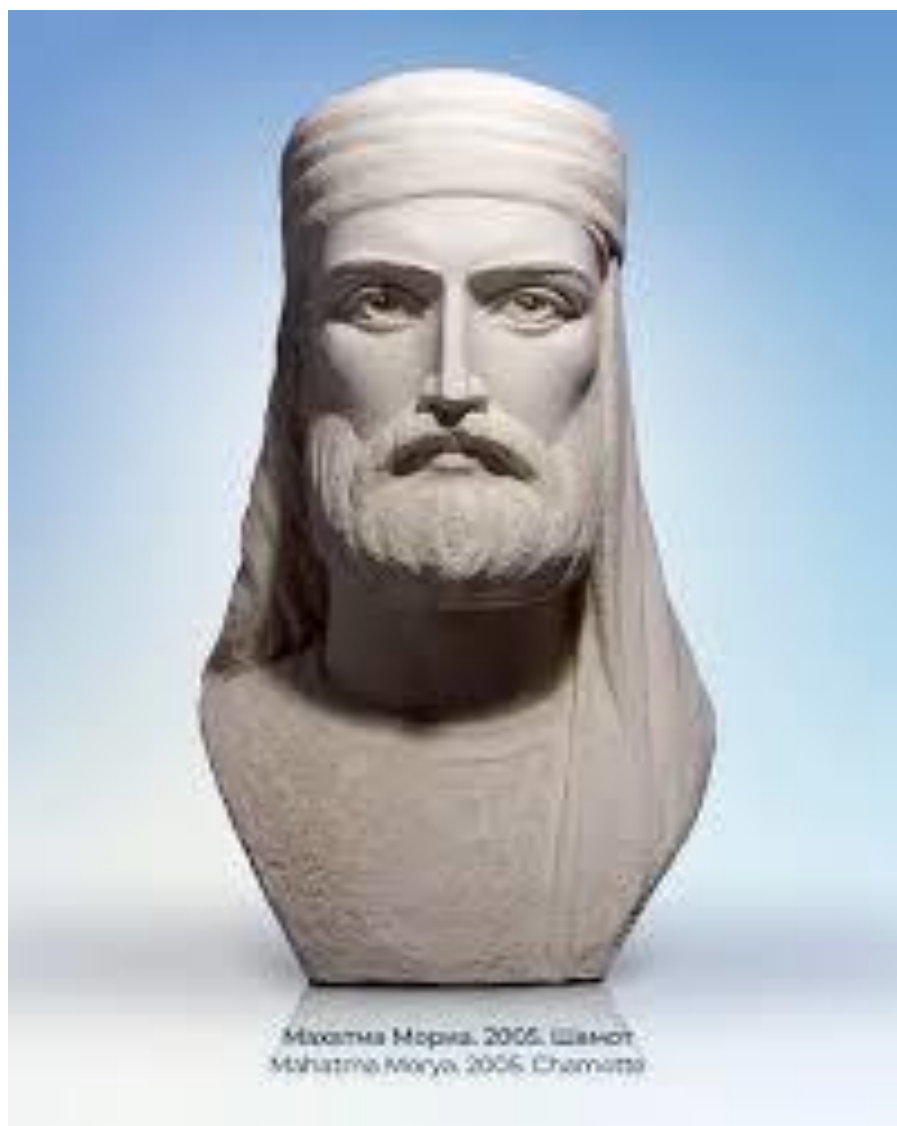


Посвящается Владыке БОЛЕЕ!

Академик АРИТПБ, к.т.н. Кузьмина Вера Павловна.

Книга. **«Рынок юго-восточной Азии»**



2023/24 гг.

В то время, как рынок США становится все более дорогим, а его оценки — все менее привязанными к фундаментальным показателям, локальные венчурные фонды начинают активно искать новые развивающиеся рынки, которые смогут конкурировать за международный капитал. Особенно выделяются *скандинавские страны, Африка, Восточная Европа и Юго-Восточная Азия*, о ней речь. Это неоднородный, но очень перспективный регион с акцентом на следующие рынки — *Вьетнам, Таиланд, Индонезия, Малайзия, Сингапур, Филиппины*.

<https://vc.ru/money/210880-4-prichiny-dlya-vyhoda-na-rynki-yugo-vostochnoy-azii>

Каждая из стран Юго-Восточной Азии находится на своей стадии развития, но их объединяет обилие ниш для внедрения новых технологий; возможности для внедрения бизнес-моделей, которые уже работают на сформировавшихся западных рынках и значительный потенциал для экономического роста. Здесь активно формируется средний класс, что отражается на качестве потребления и определяет рынок сбыта. По данным McKinsey, к 2030 году ожидается **163 млн.** платежеспособных домохозяйств. Развивается и рынок капитала. Если еще в 2011 году венчурного рынка Юго-Восточной Азии практически не существовало — туда только выходили первые игроки, верившие в потенциал региона, количество сделок исчислялось десятками, а объем инвестиций — миллионами долларов, то сейчас это сотни сделок и миллиарды долларов.

История компании McKinsey и её тайного <https://dzen.ru/a/ZDa3KotnwXrZ8HsG> влияния на американский бизнес. Крупнейшая консалтинговая компания мира, McKinsey «не только стала одним из примеров величайшего успеха в наше время, но и помогла изобрести и распространить по всему миру то, что мы считаем американским капитализмом», — считает журналист Дафф Макдональд. Несмотря на то, что McKinsey работала со многими крупными корпорациями, которые потерпели величайшие поражения (например, она отлично заработала на консультировании мошенников-миллиардеров из Enron), её консультантов «редко винят в том, что их советы плохи. Во всяком случае, не публично» (дело в том, что McKinsey предусмотрительно не раскрывает имен своих клиентов, предоставляя им самим право почивать на лаврах или становиться мишенями для презрения). McKinsey, эта «Goldman Sachs в мире консалтинга», ведет свою историю с 1920-х годов. Она обязана своим рождением уникальному человеку, превратившему бухгалтерский учет в настоящую науку — Джеймсу Маккинси. Именно он внедрил в практику американских корпораций бюджетирование (невероятно, но факт: до него

корпоративная Америка, по сути, не знала, что также бюджет фирмы!). «До того времени бухгалтерию считали летописью прошлого. Маккинси обратил бухгалтерию к будущему и сделал её инструментом эффективного управления». Но, этим он не ограничился — и пошел дальше и глубже, в управленческое консультирование.

После ранней смерти McKinsey Фирму (именно так называют McKinsey её сотрудники, нынешние и бывшие) возглавил Марвин Бауэр — человек, по сути, создавший профессию бизнес-консультанта. «Бауэр предусмотрел всё, начиная с облика сотрудников McKinsey, методов их найма и профессиональной подготовки и заканчивая процедурой выбраковки с помощью безжалостной системы, известной как “расти или убирайся!”». Два столь неординарных человека смогли создать самую яркую звезду в консалтинговой отрасли, одновременно создавая и саму отрасль: без McKinsey её точно не было бы в том виде, в котором мы её знаем. И прежде всего эта компания стала первой в отрасли, кто применил научные подходы к управлению и стал решать «проблемы бизнеса методом построения гипотез, сбора данных и доказательства». Эта работа не останавливалась в Фирме ни на минуту, и последние полвека она вкладывает огромные деньги в поддержку своей весьма дорогостоящей Базы знаний. База носит глобальный характер, и глобальны же команды консультантов, которые McKinsey собирает для решения конкретных задач в интересах клиента. Самые яркие и визионерские идеи регулярно выдает Глобальный институт McKinsey, а отбор статей во внутрикорпоративный журнал устроен гораздо жестче, чем в большинстве американских научных журналов. В McKinsey действительно работают одаренные люди, и работают весьма напряженно. «У McKinsey — лучшая в мире армия аналитиков». Благодаря этому Фирма «продает свою компетентность, способность видеть вещи четче и лучше, чем клиенты».

И все-таки директор, приглашая к себе на работу людей из McKinsey, учитывает, что «иногда способность решать проблемы зависит просто от того, кого вы знаете. А в McKinsey знают всех». Фирма тесно вплетена в процессы принятия решений в США, Британии, Германии, Китае и других ключевых странах — и речь идет не только о бизнесе, но и о государственном управлении. Как это получилось? Здесь надо рассказать о том, что в McKinsey умеют делать лучше всего. Дело в том, что там работают лучшие в мире «специалисты по вопросам управления и сокращения расходов, козлы отпущения и катализаторы корпоративных перемен».

Джеймс Маккинси стал одним из первых проповедников «уменьшения размеров предприятий в целях экономии и других методов сокращения расходов, как способа спасти компании, испытывающие трудности». Этот подход оказался весьма к месту во времена Великой депрессии, когда американский бизнес лихорадочно искал пути выживания после печального конца «Просперити» — грандиозного периода расширения и экспансии 1920-х годов. Таким образом, McKinsey с самого начала сумела удачно встроиться в *глобальные циклы капитализма*, каждый раз находя и предлагая клиентам то, в чём они в тот момент нуждались.

/Основные принципы капитализма. Капитализм основан на следующих **основных принципах**:

- частная собственность, которая позволяет людям владеть материальными активами, такими, как земля и дома, и нематериальными активами, такими, как акции и облигации;
- личный интерес, в силу которого люди совершают действия для достижения собственного блага независимо от социально-политического давления.

/ Быстрое расширение бизнеса означало неизбежное снижение управляемости, капиталистам приходилось выбирать: снижать темпы роста или жертвовать качеством управления, передавая власть на места. McKinsey изобрела *дивизиональную структуру управления* и стала продвигать её, / **Дивизионная структура управления** — это структура управления предприятием, в которой управленческие функции распределены по отдельным направлениям, продуктам или услугам, которые предоставляет компания./ как оптимальный способ справиться с болезнями корпоративного роста. Кроме того, 1920-30-е годы стали временем первой «Менеджерской революции», что тоже сыграло на руку McKinsey. *К руководству компаниями, созданными великими предпринимателями, стали приходить наемные администраторы.* Они оказались «идеальными клиентами McKinsey: профессиональные управляющие, чья власть не обладала легитимностью, обеспеченной реальными правами собственности, испытывали страшное давление и стремились показать, что применяют передовые методы». Именно такие методы им и предложили!

После Второй мировой войны McKinsey «первой приняла вызов глобализации и стала подлинно глобальной компанией» в мире консалтинга. Этого бы не удалось достичь без удачной системы управления, которая позволяла масштабировать бизнес: компания представляет собой *партнерскую систему, а не акционерную*. Этого бы не удалось достичь и без уникального имиджа консультантов, решающих самые серьезные проблемы самых крупных компаний мира. И это не сработало бы без специфического «ноу-хау», позволяющего McKinsey удерживать клиентов на протяжении

долгого времени, повторять и увеличивать заключаемые с ними контракты снова и снова. «Как только консультанты McKinsey проникают внутрь компании-клиента, они ловко и искусно выстраивают контур обратной связи, аккумулирующий сигналы о результатах всех их действий». В итоге у боссов компаний-заказчиков «порой вырабатывается настолько сильная привычка к присутствию сотрудников McKinsey, что без этих людей они не могут работать». И даже переходя из одной корпорации в другую, боссы тянут за собой полюбившихся им консультантов. Часто первое, что они делают на новом рабочем месте, — звонят людям из McKinsey. А те, проникнув за периметр компании-заказчика, чтобы выполнить одно конкретное задание, уже никогда (почти) не уходят. Кредо McKinsey — *«настоящие перемены наступают только в результате долговременных отношений»* — прекрасно сказывается на финансовом положении компании-консультанта.

*Кадровая политика* — ещё один важный секрет неизменного рыночного успеха McKinsey. Фирма — «лучшая высшая школа в мире бизнеса, трамплин в карьере, и упоминание о работе в McKinsey — ценнейшее украшение любого резюме». Во многом так сложилось потому, что «Фирма сплела удивительно крепкую сеть бывших сотрудников, занимающих лучшие кабинеты и места в советах директоров по всему миру». Отличительная черта её сотрудников, бывших и нынешних — «ощущение своей исключительности, избранности». Дело не только в престиже и репутации McKinsey, но и в способе подбора кадров. McKinsey первой в отрасли сделала ставку не на консультантов в возрасте и с большим жизненным и профессиональным опытом, а в полном смысле слова на «молокососов». Это стало сознательной политикой Марвина Бауэра, и это сработало — во многом благодаря опоре на конкретный вуз, Гарвардскую школу бизнеса.

Талантливые выпускники, не готовые пока самостоятельно управлять бизнесом, получали выгодное предложение от McKinsey и работали на неё за весьма небольшие деньги, взамен получая пропуск в мир корпоративных топов, навык ведения дел и, конечно же, знание и веру в знаменитую «систему McKinsey» — основанный на науке и опыте управленческий подход, культивируемый в Фирме. Научить молодых проще, чем переучить опытных, молодые стоят дешевле, но при должном стимулировании («развивайся или умри!») готовы работать многократно больше. Через несколько лет они уйдут на сторону клиента, навсегда сохранив пиетет перед

McKinsey и место в её клубе alumni, а еще позже — станут весьма доходными для Фирмы заказчиками. <https://dzen.ru/a/ZDa3KotnwXrZ8HsG>

По данным Cento Research, в 2013 году в стартапы разных стадий проинвестировано суммарно **\$463М (97 сделок)**, в 2019 году – **\$8,7В (700 сделок)**, а только за первую половину 2020 года в период пандемии – **\$5,6В (315 сделок)**.

Помимо роста активности на рынке, есть положительная динамика в изменении среднего чека — от ранней стадии масштабирования и далее. Несмотря на сложную экономическую ситуацию, вызванную коронавирусом, в 2020 году средний чек сделки серии А увеличился на \$1,3М по сравнению с показателями 2019 года, достигнув отметки в **\$5,4М**. Появляется больше капитала и на более поздних стадиях развития компаний. Это, с одной стороны, говорит о **формирующемся пока венчурном рынке** — показатели далеки от мультипликаторов и суммы сделок в США, а с другой — о **росте интереса к этому региону и открытым рыночным возможностям для инвесторов**.

И перспективы продолжают улучшаться, появляются новые участники рынка, *готовые покупать технологичные и быстрорастущие компании в Юго-Восточной Азии*.

Это подтверждает опрос Golden Gate Ventures-INSEAD: 100% опрошенных игроков ожидают продолжение позитивного тренда.

С учетом текущей динамики Golden Gate Ventures в партнерстве с INSEAD оценил потенциал рынка выходов в 700 сделок в промежутке с 2023 года по 2025 год. Такая оценка основана на ряде текущих трендов:

- **появляются «единороги»**, готовые покупать компании (только Go-Jek купил 7 компаний с 2017 по 2019 года);
- **растет участие корпоративного венчурного капитала**, CVC, (инвестиции Toyota в Grab в размере \$1В были признаны крупнейшей CVC-сделкой в мире в 2018 году);
- **формируется рынок выходов в Secondaries с покупателями из Private Equity фондов** (например, Warburg Pincus выделил \$4В долларов на инвестиции в стартапы на рынках Юго-Восточной Азии и Китая);
- **растет интерес со стороны фондовых бирж**, заинтересованных в листинге компаний с данного региона (интерес, возникший в том числе благодаря успешным IPO Sea Group и Razer).

Если обсуждать отдельные страны, давайте начнем с **Сингапура**. Сама по себе страна фактически *инновационный хаб*, подходящее место для ведения бизнеса, но его рынок по емкости небольшой. Поэтому акцент здесь на *deep tech* компании.

**Индонезия, Вьетнам, Таиланд, Филиппины и Малайзия** выделяются, как географии с огромным рынком сбыта и направлений для внедрения бизнес-моделей и технологий, которые уже успешно работают на западе.

Тем не менее, важно учитывать *особенность каждого рынка* — от *платежеспособности населения до каналов коммуникации и поведения*.

Не любая модель здесь будет работать, а большинство требует адаптации, что, например, определило популярность *микросервисов* в Юго-Восточной Азии.

Нужно также учитывать *текущее распределение венчурного капитала между странами*. Так, в первой половине 2020 года **74%** капитала инвестировали в индонезийские стартапы, при этом на стартапы, которые работают на рынках Индонезии и Сингапура, пришлось **67%** от общего числа заключенных сделок. В 2019 повысился интерес к сделкам во Вьетнаме, но в первой половине 2020 года значения вернулись к старым показателям.

Так или иначе, нельзя отрицать значимость региона и растущий интерес к нему в мире. С учетом роста среднего класса, макроэкономических показателей и поддержки локальных игроков, *потенциал рынков Юго-Восточной Азии будет также расти*. Здесь все еще относительно немного сильных стартапов и венчурного капитала, но эта ситуация быстро меняется.

*Посмотреть, кто из локальных VC игроков инвестирует в Сингапуре и на какой стадии, можно на [сайте](#) Map of Money.*

Еще одно важное преимущество всего региона — поддержка бизнеса и инвестиционной активности со стороны внутренней экосистемы. В Сингапуре есть организации (например, **EDB, Enterprise Singapore, Block71**), поддерживающие развитие предпринимательства и венчурного рынка за счет программ акселерации и инкубации, грантов, доступа к лабораториям исследованиям, полезной информации и базе экспертов.

**Block71**, например, помогает разобраться с культурными особенностями и менталитетом в регионе. Организация создана при университете **NUS** — пионер на рынке, который предоставляет платные и бесплатные программы инкубации и акселерации с доступом к технологическим лабораториям в

университете. Для проектов на стадии идеи или формирования команды есть **Antler** и **Entrepreneur First**. Они обучают всем необходимым знаниями на начальном этапе, помогают найти команду, быстро выйти на рынок и, если есть положительный трекшн, поднять раунд.

Игроки венчурной экосистемы в Сингапуре открыто относятся к международным стартапам и инвесторам, если правильно выстроена коммуникация и понятна ценность.

Здесь же и самый низкий культурный барьер. Помимо этого, *Сингапур собрал одних из лучших высококвалифицированных специалистов в области менеджмента*. Отсюда можно эффективно управлять удаленными командами. А вот картина с другими рынками сильно отличается, чаще всего компании и фонды находят локальных представителей для ведения бизнеса, иначе есть риск быть обманутыми и потерять деньги.

Большой выбор технологических ниш. Регион Юго-Восточной Азии в основном бедный, за исключением некоторых локаций. Компьютеров у большинства населения нет, или они сильно отстают по производительности, поэтому стреляют мобильные сервисы, микросервисы и супераппы, экосистемы, в которых объединены сразу несколько функций. Популярность супераппов обусловлена желанием предпринимателей развиваться на одном рынке, вместо того чтобы запускать сервис в новой стране с значительными культурными различиями и высоким риском копирования решения.

Среди популярных направлений на рынке: *multi-verticals, FinTech и платежные системы, RetailTech, eCommerce, Логистика, AdTech&MarTech, Business Automation, EdTech, AgriTech&FoodTech и HRTech*. Однако, востребованность решения зависит от страны, поэтому всегда нужно начинать с оценки проблемы и потенциала рынка, учитывая платежеспособность, конкурентные решения, предпочтения и пр.

Ниже некоторые *особенности*, которыми поделились предприниматели и представители крупных компаний, уже работающие на рынках Юго-Восточной Азии:

- Если вам интересны направление **EdTech, Gaming и Entertainment**, отдавайте предпочтения в пользу контента на мобильных устройствах. Консольные игры и киберспорт — не самые сильные стороны региона.
- Огромный потенциал в **AgriTech и FoodTech**: Сингапур включил данные направления в стратегически важные и оказался первым рынком, где одобрили продажу куриного мяса Eat Just, выращенного в лаборатории.

Если говорить о более насущных проблемах региона, то например, в Индонезии у населения часто нет доступа к фруктам, мясу или рыбе из-за отсутствия возможности хранить продукты и сложностей с логистикой. Такая проблема требует системного подхода, понимания рынка и умения договориться с основными игроками.

- Активно развивается **Social Media** с участием **инфлюенсеров**. Инфлюенсеры играют важную роль почти на каждом из рынков Юго-Восточной Азии.
- **HRTech** решения стали еще более популярны в период пандемии. Часто география присутствия у одной и той же компании включает несколько стран. Из-за этого очень сложно эффективно управлять командами, подбирать кандидатов и выстраивать коммуникацию.

Регион еще значительно отстает от развитых венчурных рынков технологически. Только на маленьком достаточно перенасыщенном рынке Сингапура идет упор на *deep tech* и вертикальный рост уровня технологий. В остальных странах можно наблюдать примеры имплементации западных моделей бизнеса, тем не менее, это не значит, что можно вслепую копировать решения без теста гипотез и адаптации с учетом локальных особенностей.

Прозрачное регулирование и низкие налоги в Сингапуре

Предприниматели, выбравшие Сингапур, отмечают **прозрачность и понятность законодательства и низкие налоги для бизнеса**. Кстати, с помощью специального калькулятора можно рассчитать свои ежегодные налоги и сопоставить с налогообложением в других странах.

По данным Asia Partners, все чаще Сингапур выбирают в качестве офиса управляющей команды (C-suite), технологического хаба и регионального головного офиса. Здесь также растет количество кейсов, когда СТО управляет удаленной командой разработки, распределенной по всему миру.

Как следствие, сегодня *Сингапур рассматривают в качестве альтернативы Амстердаму*. Здесь понятные и четкие правила, есть доступ к инновациям и государственной поддержке, бесплатные программы акселерации и высоко оцениваемый персонал C-level. Не хватает только инженеров и технического персонала в достаточном количестве. И стоимость разработки в Сингапуре будет значительно выше с учетом стоимости жизни и средней зарплаты разработчика с опытом — около 7+ тыс. сингапурских долларов в месяц.

Если вы сейчас рассматриваете для себя новые рынки, обратите внимание на Юго-Восточную Азию. Возможно, страны именно этого региона станут для

вас основными для развития бизнеса. Мы видим, что *все больше российских компаний пробуют свои силы на этом рынке*, более того, нам известны несколько десятков стартапов с хорошим трекшеном в этом регионе.

<https://vc.ru/money/210880-4-prichiny-dlya-vyhoda-na-rynki-yugo-vostochnoy-azii>

**Ключевой задачей США является захват рынков юго-восточной Азии**

Главная задача для Штатов — отжать у Китая рынки юго-восточной Азии.

<https://sputnik.by/20231121/khazin-klyuchevoy-zadachey-ssha-yavlyaetsya-zakhvat-rynkov-yugo-vostochnoy-azii-1081295025.html>

С нынешним состоянием промышленности быть мировым гегемоном США уже не могут.

"Мы видим, как США эту задачу решают. Они очень усиливают свое военное производство на Филиппинах, они заключили новое военное соглашение с Индонезией и они втихомолку закрывают Китаю выход в Индийский океан через Бирму. Таким образом, для Китая остается только путь через Малаккский пролив, который контролируется военной силой США. Это очень не нравится Китаю". Вместе с тем начало более активных действий США против Китая было приостановлено событиями на Ближнем Востоке. Эксперт называет достаточно правдоподобной гипотезу о том, что Соединенным Штатам подпортили игру британцы, намеренно задержав американскую активность США в Юго-Восточной Азии. К тому же информация о том, что боевиков ХАМАС при нападении на Израиль готовили именно британские инструкторы, является достаточно правдоподобной. США — это западный глобальный проект, у них логика гегемонии встроена в политику. А у Китая нет своего глобального проекта, и это создает для Китая очень большие проблемы на внешнем контуре.

"Становится понятно, в чем нужда Китая в отношении России. Если предстоит очень серьезная схватка с США, Китай прекрасно понимает, что главная его сила — это международная торговля... Китаю нужно, чтобы его пустили на западные рынки высокотехнологичной продукции. И здесь американцы это движение закрыли, и это реальная проблема для Китая".

[https://dzen.ru/a/Y34h7CVu3Dw\\_T4-p](https://dzen.ru/a/Y34h7CVu3Dw_T4-p) Новым центром экономического роста стал Вьетнам. Несмотря на недавний обвал местного фондового рынка и валютный кризис, экономика страны по прогнозам вырастет сразу на 7% за этот год. Пока США и Китай разбираются в сложностях экономических взаимоотношений, Вьетнам выступает новым претендентом на звание "мировой фабрики".

Аргументы "за":

- удобное географическое положение,
- наличие соглашений о свободной торговле,
- рабочая сила в 100 млн. человек.

*Каждая вторая пара кроссовок Nike, каждый второй смартфон Samsung делаются во Вьетнаме*

Открывает свои заводы и Apple. На пороге выстраивается в очередь и крупный европейский бизнес. Шольц в ноябре побывал не только в Китае, но завернул во Вьетнам. Не один: с представителями сразу 12 крупнейших немецких корпораций. Предложил помочь в экономических преобразованиях и выразил горячую надежду на участие Германии в строительстве ханойского метро.

Пока немцы только ищут варианты, Россия отмечает десятилетие партнерства. Соглашение о свободной торговле между Евразийским союзом и Вьетнамом стало хорошей форой. Двусторонний товарооборот за прошлый год вырос на 20%: энергетика, нефть, газ, промышленность и сельхозпродукция. Хорошая страховка на текущий момент, пока Запад вводит санкции и закрывается от Москвы, а в Азии ограничения против нас вводят Южная Корея, Сингапур, Тайвань и Япония.

В условиях, перекрытых для товарных потоков западных границ, на карте новых дорог не появится. Но эффективно использовать те, что уже имеются - задача решаемая. Опять же через Азию. Активно ведется работа по установке транспортных связей через северно-восток Китая. Транзитный путь поставок грузов не только в китайские регионы и азиатские страны, но и в ту же Европу.

На максимальной мощности работает нефтепроводная система "Восточная Сибирь — Тихий океан". Выросла отгрузка сырья по азиатскому направлению и через морские терминалы, на четверть больше, чем в прошлом году. В годовом исчислении поставки нефти в Китай выросли на 9,5%, подсчитали в Пекине, ссылаясь на данные таможи. А перспектива введения предельной цены на российскую нефть западными покупателями делает азиатский рынок для Москвы еще важнее.

Реверс на сельхозрынке. Еще до геополитических осложнений, экспортная стратегия России предусматривала рост поставок на восточное и азиатское направления: Китай, Индия, КНДР, Ближний Восток и Средняя Азия. Интерес к закупке российского зерна, мяса, подсолнечного масла активно

проявляет Вьетнам, а среди стран арабского мира - Саудовская Аравия. За последние пять лет российские поставки продовольствия только в государства Азии выросли на 55%.

На опережение действует и США. Еще в мае президент Байден подписал новое соглашение с 12 странами Индо-Тихоокеанского региона. Это 40% мирового ВВП и 60% населения. В списке партнеров практически все наиболее значимые азиатские экономики, включая Южную Корею, Японию, Индию, Сингапур. В их числе и растущий Вьетнам. В стороне остались лишь Китай и Северная Корея.

Эксперты оценили эту инициативу, как попытку усилить роль США в регионе: в то время, как Россия наращивает сотрудничество с азиатскими экономиками, а Китай расширяет мировое влияние. Официальный Пекин наблюдает за западной экспансией в регион с осторожностью. "Сотрудничество США и стран Юго-Восточной Азии не должно никому наносить ущерб", – так прокомментировали в МИД КНР первый за последние пять лет визит вице-президента США Камалы Харрис на Филиппины. "Евросоюз намерен усиливать присутствие в Центральной Азии, где сможет сбалансировать влияние России и Китая," – заявил глава дипломатии ЕС Жозеп Боррель, сообщает EURACTIV после визита по региону. В новых обстоятельствах в Европе вспомнили, как веками Центральная Азия связывала Дальний Восток с Европой через Великий Шелковый путь.

*В планах – строительство транспортного коридора в обход России*

Европейский чиновник, похоже, нашел общие геополитические интересы с доселе неведомым регионом: "Эта часть мира, которую несколько лет назад можно было рассматривать, как находящуюся неизвестно где, теперь находится в центре всего", — заявил глава европейской дипломатии.

Помимо партнеров потенциальных, по геополитической необходимости: есть и экономические связи, проверенные десятилетиями. Германия, самая мощная экономика Европы – полвека активно сотрудничает с Китаем. Пекин стал крупнейшим торговым партнером Берлина уже шестой год подряд.

*Интересная деталь: договариваться в Пекин канцлер отправился без коллег по ЕС.*

Хотя незадолго до визита в европейских СМИ активно обсуждалось предложение президента Франции Эммануэля Макрона отправиться в Китай вместе. Похоже, единство мнений на европейской кухне сейчас только

относительно главного вопроса: вытеснить с глобальных рынков, и в первую очередь из Азии – Россию.

Вот только в самой Азии с такой позицией согласны далеко не все. И в первую очередь крупные игроки. У того же Китая по итогам минувшего года товарооборот с Москвой вырос на 35,8%: до рекордных 146,8 млрд. долларов. Через год ждут уже 200 млрд. [https://dzen.ru/a/Y34h7CVu3Dw\\_T4-p](https://dzen.ru/a/Y34h7CVu3Dw_T4-p) Давайте начнём разбираться с самого простого и очевидного факта - американцы живут в долг, т.е. тратят больше, чем зарабатывают. [https://dzen.ru/a/ZEV\\_aylS3SHUc\\_qI](https://dzen.ru/a/ZEV_aylS3SHUc_qI) В экономике есть специальный термин, которым описывается такой случай - дефицит торгового баланса. У США этот параметр недавно приблизился к рекорду за всю историю - минус 1 триллион долларов. Это означает, что американцы покупают у других стран на 1 триллион долларов в год больше, чем продают им сами. Это большая сумма, и если бы у американцев не было такой возможности, в их экономике и внешней политике произошли серьёзные потрясения. Достаточно привести цифру военного бюджета США - 858 млрд. долларов, и тогда становится понятно, что американцам пришлось бы закрывать свои военные базы за рубежом и сокращать армию, если бы не этот "лишний" триллион.

Теперь давайте поговорим о том, где и как именно США берут лишний триллион в год. Все бы хотели тратить больше, чем зарабатывают, если бы за это ничего не было. Но, в реальности такое возможно только в том случае, если берёшь эти деньги в долг. Либо, как в случае с США, есть ещё одна возможность - пользуясь статусом доллара, они ещё могут напечатать деньги из воздуха. И печатают они даже больше, чем занимают, там речь уже про несколько триллионов, и достаточно привести цифру напечатанных долларов за последние пару лет - почти 6 триллионов долларов. Ещё 2,5 триллиона было напечатано в ЕС. Если бы власти США не могли печатать доллары и раздавать их своему населению, экономика США рухнула бы ещё в 2020 г., и даже раньше - в 2008, когда в Штатах разразился кризис, который тогда залили деньгами.

Дальше давайте поговорим, за счёт каких именно стран, США тратят больше, чем зарабатывают. Наверняка вы до этого слышали фразу, что американцы живут *за счёт всего остального мира*, но необходимо уточнить эту фразу. Американцы не могут жить за счёт всего мира, поскольку в мире кроме американцев есть и другие страны, которые живут в долг. Как один должник может жить за счёт другого, если тот и сам ищет, где занять? Будет

правильно сказать, что американцы берут деньги в долг у того, кто умеет их откладывать. Т.е. у стран, которые тратят меньше, чем зарабатывают и часть денег откладывают.

Эти-то деньги американцы и берут в долг. Выпускают долговые бумаги США, которые кто-нибудь покупает, у кого есть лишние сбережения. И печатают доллары американцы тоже под чьи-то сбережения, если какая-то страна хранит свои деньги в долларах в американском банке. Когда кто-то хранит сбережения в долларах, то можно напечатать доллары, обесценив эти сбережения. Именно так происходит процесс, когда американцы живут за счёт всего остального мира.

Промежуточный вывод - американцы живут за счёт тех, кто тратит меньше, чем зарабатывает и часть заработанных денег даёт США в долг, либо хранит заработанное в долларах, которые США печатают, обесценивая эти сбережения и затыкая дыры в своём бюджете.

Теперь самое интересное - кто же эти страны, которые зарабатывают больше, чем тратят и хранят свои сбережения в долларах, давая США возможность их обесценивать, печатая необеспеченные доллары?

Специально для таких стран, которые зарабатывают больше, чем тратят, придуман другой термин - профицит торгового баланса. По этому параметру пятёрка самых честных и трудолюбивых стран выглядит так:

- Китай - 877 млрд. долларов
- Россия - 334 млрд. долларов
- Саудовская Аравия - 221 млрд. долларов
- Норвегия - 164 млрд. долларов
- Австралия - 123 млрд. долларов

Это те страны, за счёт которых американцы могут занимать деньги, и мы можем тут увидеть, что главным образом это Китай и Россия. Неожиданно, учитывая наши отношения с США, правда? Теперь посмотрим, кто хранит свои сбережения в долларах, помогая американцам печатать ничем не обеспеченные доллары, размазывая на эти страны свою инфляцию. Список отличается не сильно:

- Китай - 3 триллиона долларов.
- Япония - более триллиона долларов.
- Швейцария - около триллиона долларов.
- Россия - 600 млрд. долларов, из которых половина хранилась в долларах и евро, и которую у нас заблокировали.

- Саудовская Аравия - около 500 млрд. долларов.

Есть также список держателей госдолга США, где на первом месте долгие годы присутствовал опять же Китай, давший займы США целый триллион, и при этом американцы умудряются считать Китай врагом, хотя без него последний бы просроченный бигмак без соли доедали.

Как вы могли увидеть выше, американцы живут в долг главным образом благодаря таким странам, как Китай и Россия. Особенно благодаря Китаю. Если бы наши страны резко перестали продавать своих товаров больше, чем мы покупаем, отказались от госдолга США и перешли бы от доллара на хранение сбережений в золоте, юанях и т.д., то американцам стало бы не у кого занимать такие большие деньги или печатать их безнаказанно, и экономика США погрузилась бы в сильнейший кризис. Тогда почему, учитывая агрессивную политику США по отношению к нам, мы до сих пор не воспользовались подобной возможностью?

Причина заключается в том, что американский рынок очень большой, если США погрузятся в кризис, гражданскую войну или что-то подобное, то это ударит и по другим странам. Спрос на нефть и другие товары резко упадёт, цены тоже, и нам самим будет несладко. Поэтому для начала нужно сформировать другие рынки сбыта своей продукции. Как мы могли увидеть по событиям 2022 года, этот процесс активно идёт. Россия резко нарастила торговлю с Индией, Китаем, Турцией, Бразилией и ещё много с кем, сокращая при этом торговлю с США и Западом. Также за последний год ускорился процесс перехода на расчёты в национальных валютах, и рассчитываться в них изъявили желание кроме России и Китая, Индия, Саудовская Аравия, Бразилия и т.д. - всего несколько десятков стран.

Быстрое обрушение экономики США никому не выгодно, но тренд на снижение уровня жизни в США очевиден. Недавно министр финансов США Джанет Йеллен, выступая с речью, даже пригрозила Китаю, конечно не прямо, а намёками, что США сократят торговлю с китайцами, если те не изменят своего поведения. На простом языке это означает, что американцы угрожают снизить у себя уровень жизни, чтобы и нам тоже стало плохо, лишившись огромного рынка сбыта США.

Но, конечно власти США не пойдут на такое в слишком большом масштабе, дабы избежать протестов собственного населения, однако, немного торговлю действительно могут сократить. Но, не в качестве наказания китайцев или русских за "плохое" поведение, а просто у американцев уже нет столько

денег, чтобы и дальше покупать столько товаров у нас и жить на широкую ногу. В США целевой уровень инфляции 2%, и напечатав столько долларов, власти США сильно отклонились от этого уровня и не могут печатать больше, пока инфляция не устаканится. Занять тоже не могут - потому что мы им в долг больше не даём. Россия практически вышла из долговых бумаг США, Китай тоже избавляется от них. А деньги, которые власти США напечатали в 2020 г. и раздали своему населению, уже закончились, и больше денег у американцев нет.

Вот даже нашёл для вас график сбережений американцев, у многих из которых нет даже 500 долларов на чёрный день. Тут вы можете видеть, что розданные в 2020 г. деньги американцы уже потратили.

Еще напечатать столько же власти США не могут - инфляция кусается. В долг американцам тоже давать никто больше не собирается, и вместо этого мы перестраиваем свою торговлю на другие страны. Ограбить американцы тоже никого не могут - у многих стран появилось ядерное оружие, и грабить стало опасно. Остаётся подтянуть пояса, и начать жить на свои. По мере того, как Россия и Китай перестраивают свою экономику, отвязываясь от экономики США, этот процесс снижения уровня жизни в Америке становится, всё более неизбежным, но не таким быстрым, как кому-то хотелось бы. Возможность быстрого обрушения экономики США имеется, но лучше делать это плавно, чтобы это не ударило по нам самим. Стрелять себе в ногу, чтобы было больно оппоненту, это не наш метод.

Такое практикуется, например, в Европе и этим стали в последнее время угрожать власти США, но наши власти не хотят с кем-то бороться путём потрясений и неудобств граждан России или Китая, поэтому мы терпеливо продаём пока свои ресурсы или товары на Запад, но до поры, до времени, пока не перестроимся на альтернативные рынки сбыта, чтобы россияне или китайцы практически не заметили на себе издержки от этого процесса и жили своей жизнью. [https://dzen.ru/a/ZEV\\_aylS3SHUc\\_ql](https://dzen.ru/a/ZEV_aylS3SHUc_ql)

Уже почти год из всех утюгов нам говорят о новом транспортном коридоре "Север-Юг". <https://dzen.ru/a/ZHNL0uIiyRKcnH9O>. Причем говорят так, будто это что-то новое, только что придуманное. Но нет. Это хорошо забытое старое. Просто санкции вынуждают Россию расчехлить наконец и достать из дальнего ящика проект, который нужно было осуществить ещё 20 или даже 50, а то и 120 лет назад.

Сегодня ежегодные грузоперевозки через Суэцкий канал составляют 10-12% всего мирового грузооборота. При этом, несмотря на то, что формально канал проложен и принадлежит Египту, его могут в одночасье закрыть по указке из США. Если это произойдёт, то российским судам придётся либо идти Северным морским путём, огибая всю Евразию, либо огибать всю Африку, что в обоих случаях увеличит как время, так и стоимость доставки грузов. В частности нефти, газа, зерна и удобрений.

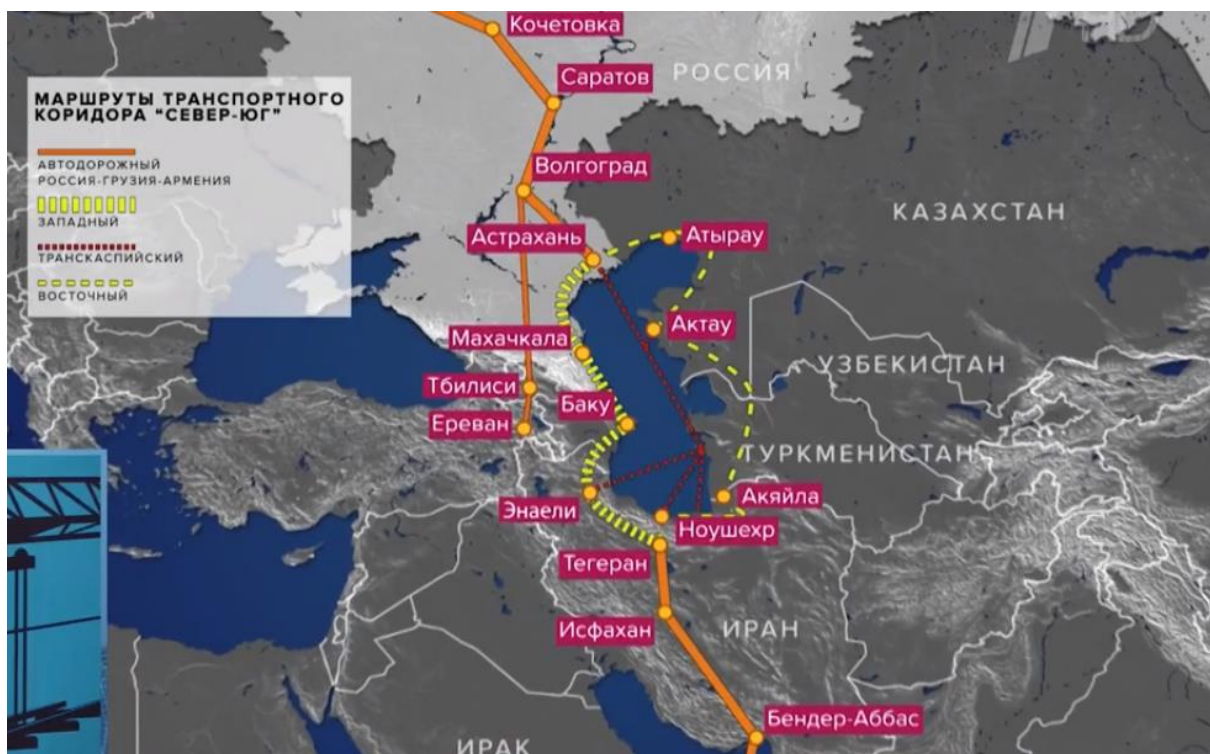
Более того, с последним вариантом существует ещё одна проблема — выход из Балтийского моря российским судам может быть заблокирован странами НАТО. Не военным путём, конечно, экономическим. Говорить о причинах и вероятности не будем, такое просто может быть, так же как и взрыв Северных потоков, и закрытие неба над Европой для России.

Более того, даже если ни Балтийское море, ни Суэцкий канал, ни британский Гибралтар для России не закроют, путь с огибанием всей Европы является далеко не самым коротким и оптимальным. Особенно, если говорить о товарах из центральной части России. К тому же, пользуясь этим морским путём, Россия кормит совсем недружественную Европу и спонсирует Нидерландские порты.

Короткий путь "Север - Юг" через Россию, Каспийское море и Иран с выходом в Персидский залив, далее в Индию — куда более прямой и безопасный с точки зрения геополитики. Если посмотреть на карту, то этот транспортный коридор напрашивался давно.

И готовили его давно. Да и функционирует он, к слову тоже давно. Ещё в советские времена к каспийскому морю была подведена железная дорога и большую часть товаров по ленд-лизу Союз получал именно этим путём через Иран. Тут, правда, есть несколько тонких моментов.

Если посмотреть на карту выше, существует три альтернативных маршрута: центральный — через Каспийское море напрямую, восточный — через Казахстан и Туркменистан и западный — через Азербайджан.



Центральная и восточная ветки функционируют, но поток слишком мал, наиболее эффективным и выгодным маршрутом будет именно западная ветка через Азербайджан. Вот только долгие годы, не существовало железной дороги между городами Решт и Астара.



Но, благодаря западным санкциям, дело сдвинулось с мёртвой точки. Этот торговый путь считается настолько важным для России и Ирана (напоминая, что обе страны под жесточайшими санкциями, Иран уже 44 года), что проект обсуждается не на уровне министерств и ведомств, а лично главами государств.

И вот в середине мая Москва и Тегеран наконец договорились о постройке этого, казалось бы, незначительного участка протяженностью 162 км, который позволит на порядок (десятикратно) увеличить грузопоток между странами. Плюс транзитные грузы, которые могут пойти не только из Индии в Россию, но и в другие страны, в том числе и в Европу.



Путь через транспортный коридор "Север-Юг" в два раза короче пути через Суэцкий канал, а по времени он будет занимать около 10 суток, вместо 30-45. Помимо Ирана в проекте крайне заинтересована Индия. Сейчас она закупает у России товаров (преимущественно энергоресурсы) в 10 раз больше, чем продаёт. Индии нужно выравнять торговое сальдо, а России появится возможность тратить лежащие в индийских банках рупии, так как страны перешли в расчётах на национальные валюты.

<https://dzen.ru/a/ZHNL0uIiyRKcnH9O>



Более того, транспортный коридор "Север-Юг" вместе с "Северным морским путём" позволит закольцевать путь между Мурманском и Персидским заливом, полив своего рода Азию без Европы. Также Россия получает короткий путь в страны южной и восточной Африки, которые тоже переориентируются на Россию.

Теперь к вопросу о том, почему этого не сделали раньше, раз и России, и Ирану это было крайне выгодно? Раньше это не позволяли сделать торговые отношения с Европой. Европа по понятным причинам крайне заинтересована в том, чтобы все товары шли, через контролируемые ими и американцами Суэцкий канал и Гибралтар.

Да и перевозчикам было выгодно — морской путь, хоть и дольше, но был хорошо налажен, там участвовали крупнейшие страховщики, была налажена безопасность. В довесок к этому были серьёзные противоречия между Баку и Тегераном.

Теперь же, когда и Россия, и Иран под санкциями и обе страны вырубают из мирового финансового и торгового пространства, осуществлению международного транспортного коридора "Север-Юг" ничто не может помешать.



Разве что Турция, которая по-прежнему имеет влияние на Азербайджан. И если с Эрдоганом договориться ещё можно, то, если в результате выборов в Турции к власти придет прозападный лидер, ситуация может измениться. Впрочем, тут как посмотреть. С одной стороны, Турция может активно вмешиваться и мешать. С другой стороны, отказ Турции от сотрудничества с Россией может только ускорить проект, дабы был другой маршрут параллельного импорта и торговли. А Азербайджану должно хватить политической воли, чтобы консолидироваться вокруг проекта, который сулит серьезные доходы в бюджет.

Сбывается мечта Жириновского про "омыть сапоги в Индийском океане". Правда по Жириновскому омыwać сапоги должны были солдаты, а в этом случае должно обойтись без этого. Правда, радоваться несколько преждевременно, нужно дождаться окончания строительства и запуска этого транспортного коридора на полную мощность. <https://dzen.ru/a/ZHNL0uIiyRKcnH9O> Сегодня Россия занимает <https://dzen.ru/a/ZHHDLmckGxiojqyQ> 1-е место в развитии передовых технологий в атомной энергетике, 3-е место в мире по

генерации энергии при помощи ядерных станций. Эти данные подтверждает Всемирная ядерная ассоциация (WNA).



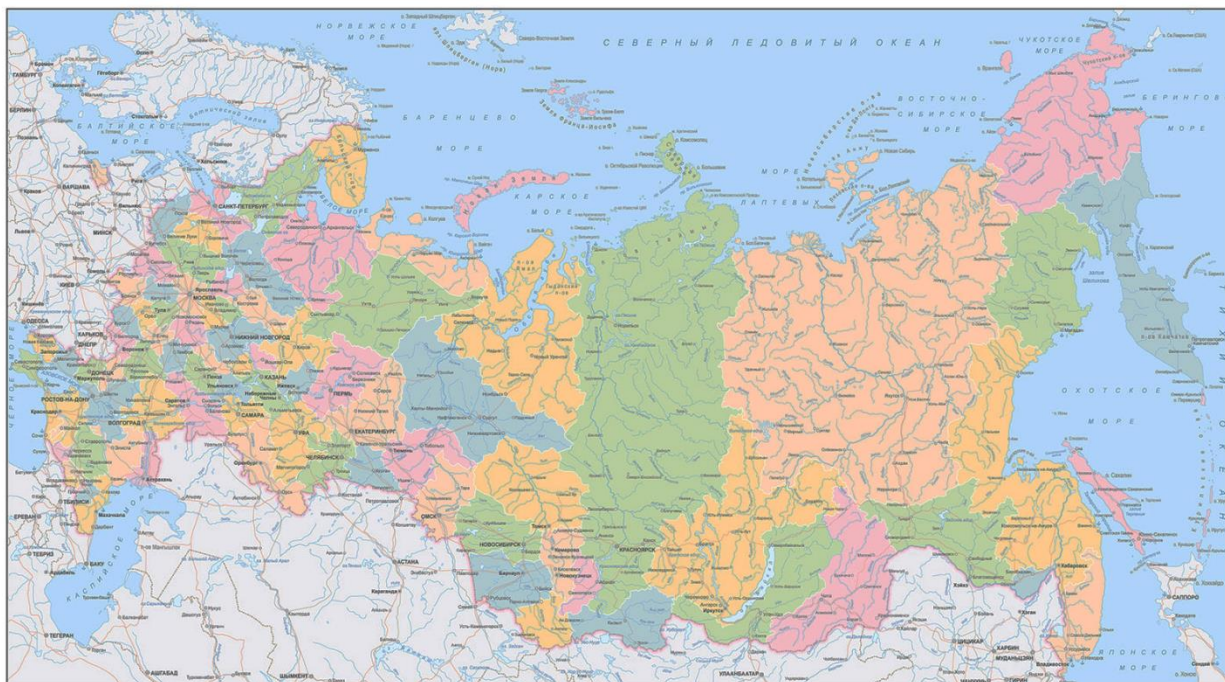
о экспорту ядерного топлива и производству необходимого для ядерной энергетики высокообогащённого урана, Россия так же в лидерах. Применяемые в стране способы обогащения урана при помощи специальной центрифуги наиболее эффективные и совершенные во всём мире.

По одновременному строительству АЭС за границей Россия впереди планеты всей — больше, чем Россия, не строит никто. Внутри страны также возводится огромное, даже по мировым меркам, количество объектов, связанных с атомной энергетикой. В числе прочего — высокотехнологичные реакторы, работающие на быстрых нейтронах. Также проводится отработка технологии замкнутого топливного цикла, за счёт которого значительно увеличивается ресурсная база российской атомной энергетики. В России уровень технологий безопасности АЭС — наивысший. Недопущение аварий, аналогичных Чернобыльской, здесь в приоритете.

Лидирует Россия и в сфере переработки отработавшего ядерного топлива, так как имеет хорошо проработанные технологии в данной сфере.

Россия является лидером среди всех стран мира во многих сферах деятельности. Далеко не все они зависят от наличия большой территории и огромного количества полезных ископаемых, но все существуют в прямой

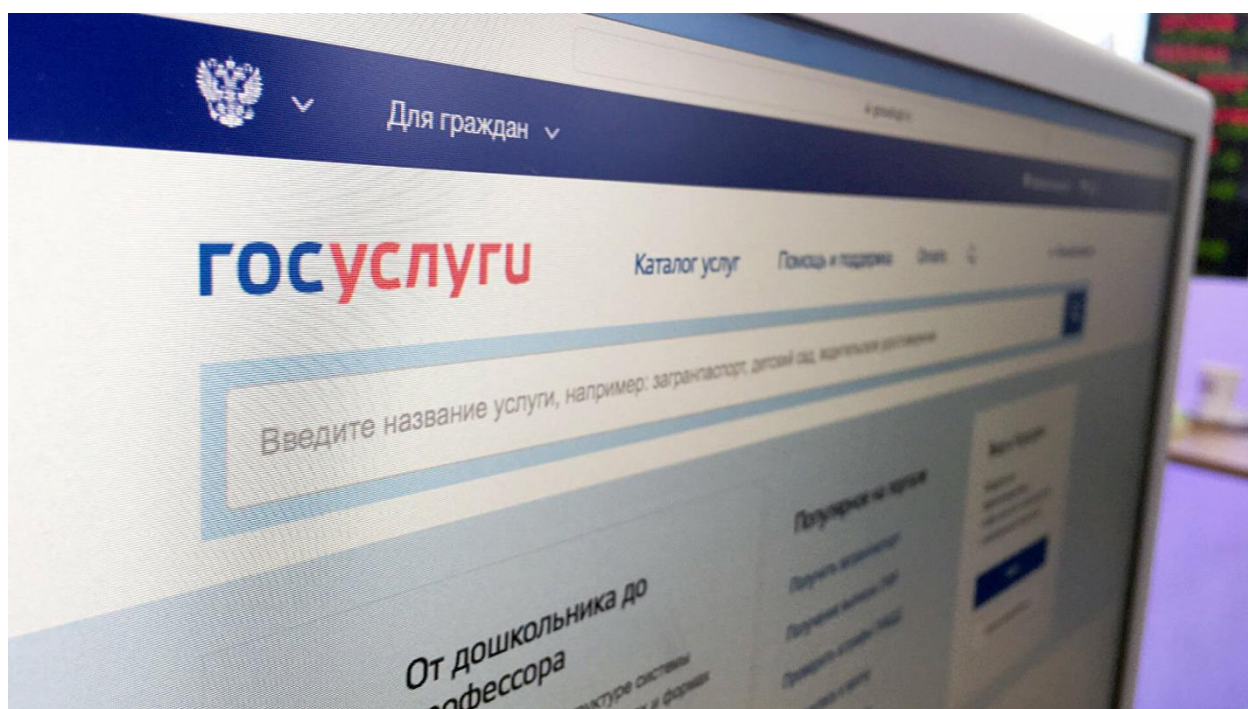
зависимости от стремительно изменяющихся условий современной экономики и геополитических процессов в целом.



Сегодня Россия считается одним из передовых платежных рынков Европы и мира. В соответствии с опросами технологической компании Mastercard, на пике COVID-19 около 43% россиян сообщили, что вдвое реже стали расплачиваться наличными за товары и услуги, 22% вообще отказались от наличных в пользу пластиковых карт. Почти 36% жителей России в последние годы стали расплачиваться бесконтактно, при помощи смартфонов.

По количеству людей, использующих онлайн-оплату, Россия вышла на первое место: даже в Польше, которая считается лидером Европы по этому показателю бесконтактная оплата составляет всего 28% всех платежей. В 2022 году рост количества интернет-платежей увеличился на 38%, что составило более чем 5,7 трлн рублей. Опережает Россию, пожалуй, лишь Китай.

Полномасштабная цифровизация документов началась в России с 2010 года. Ожидается, что к 2025 году более 90% накладных, счёт-фактур и прочих подобных бумаг будут существовать в электронном виде. Российский бизнес будет переведён на онлайн-документооборот с подачи ФНС.



Считается, что от лидеров цифровой трансформации Россия отстаёт лет на семь, но в отдельных областях Россия опережает большинство стран. Например, сайты, аналогичные российским Госуслугам, через которые можно записаться на приём в госучреждения и поликлиники, оплатить штрафы, налоги, узнать актуальную информацию в разных сферах, существуют далеко не во всех странах. Многие иностранцы искренне удивляются, как просто это организовано в России.

В рейтинге стран по военной мощи Россия на втором месте после США. В последнее десятилетие именно Россия лидировала в сфере экспорта новых боевых танков и производства военной авиатехники. Количество военных кораблей, танков, реактивных систем залпового огня, ядерных боеголовок и боевого транспорта пехоты у России одно из самых больших в мире.

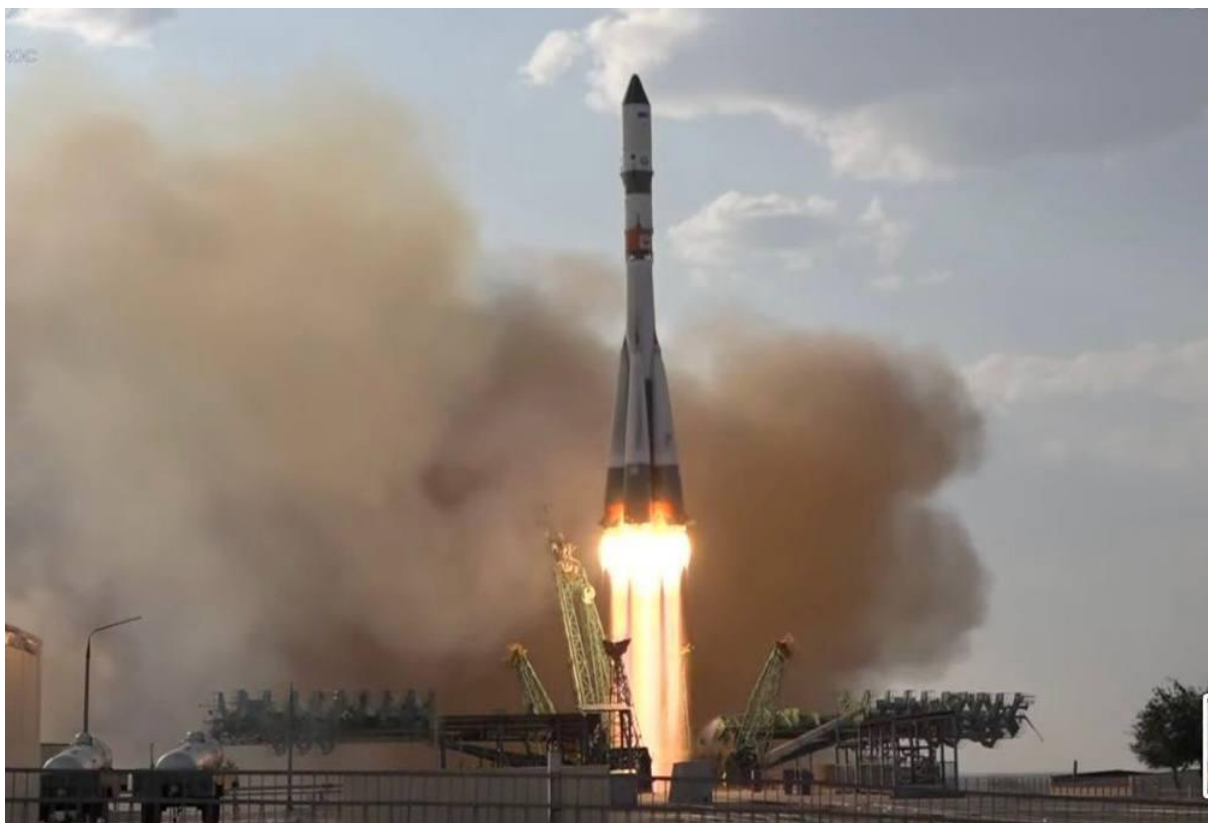
В плане наличия и добычи природных ресурсов Россия также занимает первые места в мировом рейтинге. Россия лидирует по запасам древесины и природного газа, но именно эти ресурсы создают максимальные расходы. Наибольшее количество леса добывается в отдалённых от центра регионах (например, Сибири), а доставка оттуда обходится в солидные суммы. Транспортировка природного газа требует постройки трубопроводов, что также весьма затратно.



Кроме дерева и газа у России велики запасы угля (второе место в мире), золота (третье место), редкоземельных металлов (четвёртое место). По добыче нефти Россия также много лет остаётся в лидерах.



Российская космонавтика долгое время оставалась безусловным лидером в мире ещё со времён СССР. В пилотируемой космонавтике на сегодняшний день Россия безоговорочный лидер. С 2004 по 2015 год именно российские корабли совершили больше всех космических полётов, временно уступив лишь США в 2016 году.



возможно, в ближайшем будущем Россия может стать одним из лидеров в медицине, в частности — в сфере протезирования. Этому косвенно способствует СВО.

Аграрная промышленность России также стремительно развивается, потому страна имеет все шансы стать крупнейшим производителем плодоовощной продукции и зерна. С начала 2000-х годов экспорт продовольствия в РФ возрос в 16 раз. <https://dzen.ru/a/ZG-bpYkF6Crptb80>

Также Россия стремится к «зелёной экономике», хотя её достижения в данной сфере пока незначительны. Сегодня «зелёная энергия» вырабатывается всего на 200 объектах (ветровые мельницы и солнечные батареи) — это всего 1,6% всей добываемой в стране энергии. В ближайшие

годы планируется как минимум удвоить производство «зелёной энергии», одновременно снизив количество выбросов парниковых газов.



<https://dzen.ru/a/ZG-bpYkF6Crptb80>

После 2010-х годов Россия вновь стала лидировать во многих областях сельского хозяйства. Имея 3-е место в мире по размерам обрабатываемых земель (более 80,5 млн га по данным 2017 года), страна последние несколько лет занимает 1-е места по производству зерновых культур — ячменя, гречихи, овса, ржи, пшеницы.

Первые места у России по возделыванию сахарной свёклы, семени подсолнечника, производству малины, крыжовника и смородины. В немного меньших масштабах страна выращивает лён, лубяное волокно, вишню, огурцы разных сортов, капусту, картофель, морковь, тыкву и репу.

В 2022 году в РФ собран рекордный урожай зерна — 150 млн тонн, что полностью обеспечивает не только потребности внутреннего рынка, но и делает рекордным экспорт зерна в другие страны. В 2020—2022 годы страна заняла 1-е место среди стран мира по экспорту пшеницы, 3-е — по экспорту ячменя.



Россия в последние годы — лидер по экспорту минеральных удобрений. Это единственный и крупнейший экспортёр всех основных видов удобрений. Именно РФ сегодня находится на 4-м месте по добыче фосфатов, 3-м — по экспорту удобрений на их основе. На долю России в общемировом экспорте удобрений приходится более 17% (данные 2016 года), более свежих данных нет, но, судя по репликам отдельных чиновников, доля российских удобрений на мировом рынке доходит до 25%. Для страны это наиболее значительная статья дохода в плане экспорта химической продукции. Уже в 2014 году Россия экспортировала минеральных удобрений на сумму более \$11 млрд.

Значительная часть фосфатных удобрений поставляется в страны Азии: России это удобно по причине сравнительно близкого географического расположения. Следующими по объёмам экспорта идут рынки США, Бразилии и Аргентины: туда экспортируются такие фосфатные удобрения как диаммонийфосфат и аммофос. А вот этот пункт для многих станет вообще откровением. В общественном сознании как-то принято считать, что Россия только продаёт ресурсы, которые копились у неё веками и тысячелетиями. Но на самом деле это даже близко не так.



Восстановление биологических ресурсов в России, вопреки бытующему мнению, идёт намного быстрее, чем в любой(!) из стран мира. Об этом сообщает Всемирный фонд дикой природы (WWF). Несмотря на параллельный рост использования этих возобновляемых ресурсов, их количество возрастает, ведь необходимые меры (пусть не везде и пусть не всегда успешно) принимаются. Например, в 1995—2015 годы площадь российских лесов увеличилась на 79 млн. га.



Искусственно в 2021 году восстановили 242 тысяч га леса в зонах, пострадавших от лесных пожаров. В 2021 году в 58 регионах РФ уровень восстановления лесов происходил быстрее, чем вырубка, гибель от вредителей и огня. Ситуацию омрачает лишь то, что использовать в лесозаготовительной промышленности свежевывсаженные деревья можно будет ещё не скоро.

Водные биоресурсы также восстанавливаются. Реки и озёра очищаются от естественных (ил, водоросли) и искусственных загрязнений, в ряд природных водоёмов страны ежегодно выпускается молодняк рыбы, выращенный на специализированных предприятиях. К примеру, в реки и озёра Ростовской области в 2020 году выпущено 19,5 млн штук мальков сазана, толстолобика, белого амура, в 2020 году, в числе прочих, 144,5 тысяч штук осетровых разных видов. Вылов рыбы также регулируется: в период размножения тех или иных видов в СМИ объявляется запрет на добычу рыбы, идущей на нерест.

Специалистами ведётся восстановление численности редких видов животных и птиц, сохранение исчезающих видов, организуются природоохранные зоны. Борьба с браконьерами ведётся успешно и практически повсеместно.



В сфере услуг по восстановлению биоресурсов (лесных, водных и пр.) ежегодно проводятся тендеры. Работы по снижению вредных выбросов в атмосферу также ведутся, но их эффективность ещё не достаточно высока.

### **Наука и технологии**

Годом науки в России был объявлен 2021. Именно на 2021 год был запланирован ряд мероприятий, направленных на популяризацию науки, привлечение в данную сферу будущих молодых специалистов.

Из последних достижений российской науки — единственный в мире космодром на воде, самый дешёвый проводной интернет (данные 2015 года среди стран с самым большим ВВП).

Россия занимает 1-е место в XXI веке по числу открытых химических элементов. В 2012 году именно в РФ был создан мощнейший в мире инфракрасный лазер. Кроме того, недавно страна на собственном оборудовании поставила мировой рекорд дальности передачи данных через Интернет: 1Тб/с на расстояние 500 км. По данным исследователей, только в России имеются эффективные технологии создания быстровозводимых радиолокационных станций, позволяющих отслеживать взлёт ракет.



У России 1-е место в сфере обогащения изотопов урана (до 40% от всего мирового объёма).

Посвящается Владыке БОЛЕЕ!

Россия лидирует по числу позиций по числу выигранных студентами международных олимпиад по программированию.



В ближайшие годы Россия планирует выйти в лидеры и в сферах, успехи в которых пока весьма скромные. К 2030 году планируется полноценно поставить на поток производство робототехники, микрочипов, электроники для станков с ЧПУ, беспилотников, техники для авиации и космоса, высокотехнологичного ПО, медицинского оборудования, лекарственных средств. Предполагается, что уже в 2025 —2027 годах доля этих товаров отечественного производства приблизится к 70%.

<https://dzen.ru/a/ZNHDLmckGxiojqyQ>

Долгие годы Европа процветала, во многом благодаря дешевым ресурсам из России. <https://dzen.ru/a/ZCwlu6kuVmsvZewg>

Схема была предельно проста - мы им ресурсы за дешево, они нам товары за дорого. Да и не только нам. Но миропорядок начал меняться, а вместе с ним роль и место России. Наступает наше время.

Участь Европы в новом мире уже предрешена. Американцы давно готовили ее в жертву на случай серьезного финансового кризиса, который наступил в 2020 году, и продолжается по сей день. Но, мы решили побороться с США за возможность самим обогатиться за счет Европы.

И это очень даже благородное дело. По двум причинам. Во-первых, Европу все равно ограбят американцы. А во-вторых, европейцы ничего хорошего нам не сделали, а только демонстрируют сейчас свои худшие наклонности, поставляя оружие Украине и подливая бензина в огонь.

Европейские политики сегодня совершают фатальную ошибку. Если бы они поддержали нас в этой ситуации, тем более на нашей стороне правда, то сохранили бы производства, долгосрочные контракты, запустили бы СП-2 и еще много лет проблем не знали. Но, они пошли на поводу у США.

Не имея при этом в достаточном количестве ни собственных ресурсов, ни собственных вооружений, особенно систем ПРО и ПВО, ни нормальной централизованной армии, говорящей на одном языке, ни настоящего единства, ведь в Европе на самом деле каждый сам за себя и себе на уме.

Т.е. Европа на самом деле очень уязвима. И разрушить европейское благополучие проще простого. Американцы уже начали это делать, когда навязали европейцам "зеленую повестку", вынудив их закрыть угольные и атомные станции, чтобы они стали больше зависеть от импорта газа.

Дальше по плану США предполагалось устроить цветные революции в тех странах, через которые транзитом идет российский газ, чтобы Европа покупала за безумные деньги больше американского СПГ, но с этим планом возникли проблемы - наш газ продолжает исправно поступать.

И тут Россия начала свою игру. Раз Европа попала в такую зависимость, угробив свою энергетику, то под видом ущерба от санкций мы решили поднять цены на газ почти до предложения американцев с их дорогим СПГ. По итогам 2021 года Газпром заработал 2,7 трлн. рублей прибыли.

По итогам 2022 года аналитики ожидают роста чистой прибыли еще на 35%. Ну а что - деваться Европе все равно некуда. Газ это тепло и еда, а не магнит на холодильник, без которого можно запросто обойтись. Т.е. это тот товар, который в любом случае будут покупать - жизненно важный.

Американский СПГ в силу логистики и жадности американцев все равно будет еще дороже. Разумеется, при таких ценах часть производств на территории самой Европы придется закрыть - они станут нерентабельны.

Значит, аналогичные производства вместе с достойными рабочими местами появятся в РФ. Причем, некоторые из них уже давно пора было открывать у нас, задолго до энергокризиса в Европе. Например, переработка нефти в бензин, солянку, пластики и другую продукцию.

Зачем гнать в Европу сырую нефть, если можно ее перед этим переработать и

продать значительно дороже? А ведь этим и жили европейцы, продавая продукты переработки наших ресурсов.

Также из своего природного газа мы можем производить метанол и водород. Ведь американцы свою "зеленую повестку" не отменяли. И Европе придется переходить на "чистые" источники энергии, чтобы ее товары могли продаваться на мировом рынке без углеродного налога.

Разумеется, водород будет стоить дороже природного газа, т.к. это продукт с добавленной стоимостью, его ведь не из земли добывают, а получают различными методами, затрачивая энергию - тот же газ.

Значит европейцам он обойдется дороже, и мы на этом хорошо заработаем. А если не купит Европа, то купит Китай и окончательно задавит Европу в конкурентной борьбе. Также в Европе с такими ценами на газ и топливо становится невыгодным сельское хозяйство, поэтому у них стали фермеры бастовать в последнее время - все подорожало.

Уже закрываются некоторые предприятия, теплицы, заводы. А у нас с этим проблем нет, так что можно в недалеком будущем начать экспортировать свои продукты питания в Европу, разумеется, за очень хорошие деньги.

У нас в этом плане огромный потенциал - множество земель и пресной воды, дешевый газ, доступное топливо, куча предприятий по производству недорогих и доступных удобрений для хорошего урожая.

Спецоперация на Украине тоже сыграла тут свою роль. Раньше Европа закупала зерно, кукурузу и подсолнечник на Украине, а теперь придется договариваться о поставках с Россией, потому что в сумме с Украиной наша доля поставок зерновых на мировой рынок вырастет до 30%. Что позволит нам установить выгодную для себя цену на продовольствие, без которого никак. И с лихвой окупить затраты на проведение спецоперации.

Зерновые это не только хлеб, но и питание для животных, т.е. производные продукты - мясо, птица и молоко, от которых европейцев сейчас активно призывают отказаться политики. Как призывают их еще не мыться и ходить пешком или ездить на велосипеде, что в совокупности уже больше похоже не на призыв экономить, а на политический маразм, который долго не продлится, потому что даже мы в 90-ые так плохо не жили. А изнеженные европейцы с непривычки тем более долго не продержатся.

Что же касается угроз Евросоюза отказаться от нашей нефти, то им стоит напомнить, что нефть постепенно заканчивается, а за новой надо плыть в

Арктику. Но, ледоколов у них для этого практически нет, а у нас целый ледокольный флот, благодаря которому мы можем освоить новые месторождения. Так что и тут европейцам придется идти к нам на поклон.

А ведь есть еще такое понятие, как энергоемкое производство. Например, выплавка стали. Подобные вещи на ветряках и солнечных панелях не наладишь. А это не только сама, собственно, сталь, а еще корабли, например, для вылова рыбы и крабов. Т.е. опять же продовольствие.

Уже сейчас Европа испытывает огромные проблемы с производством, и потому вынуждена больше закупать у других, чем производит сама.

Например, с Россией у Европы отрицательный торговый баланс в размере 120 млрд. евро, с Китаем - минус 180 млрд., и который покрывается печатным станком. Но, мы переходим на нац. валюты, потому что нам такая торговля себе в убыток надоела. А торговать честно европейцам нечем.

И дальше этот дисбаланс из-за дефицита ресурсов, неразумности европейских политиков, желания Штатов ограбить Европу и нашего лопнувшего терпения, будет лишь расти, вынуждая европейцев начать на всем экономить. Призывы не мыться, впрочем, звучат уже сейчас.

В Италии ввели лимиты на отопление и кондиционирование ради экономии газа - летом нельзя выставлять температуру ниже +25 градусов, а зимой выше +19. Иначе прилетит штраф - от 500 до 3000 евро. Назвали это "операция Термостат".

В общем, проамериканское марионеточное правительство Европы какое-то время еще поупирается, до первых массовых протестов европейцев.

И нам придется некоторое время непросто, пока они там не созреют до нужной кондиции. Но вскоре обязательно приползут на коленях, потому что без нас они даже еды себе не добудут. Мы им, конечно, поможем, но помня то, что они против нас делали, как следует на этом заработаем, и поднимем свою страну, выменяв у них на газ и еду станки и технологии.

А выменяв станки, оборудование и технологии для производства современных товаров у немых, голодных и замерзающих европейцев, можно будет наладить более рентабельное производство, чем в самой Европе. Помимо своего дешевого газа, на нашей стороне сама география.

С территории России доставлять товары гораздо короче и дешевле в любую точку, чем, к примеру, из Европы везти их в Китай через всю планету, или наоборот - из Китая через всю планету в Европу. Значит, российские товары будут дешевле и доступнее, и пользоваться хорошим спросом. А европейцам

и на прополке свеклы в России будет неплохо. <https://dzen.ru/a/YmGbCAwyyG2t9NxQ>  
Самым привлекательным зарубежным рынком для развития бизнеса 49% крупных российских компаний считают Китай, следом идут ОАЭ (41%) и Турция (36%). Такие результаты показал опрос, проведенный исследователями Высшей школы бизнеса НИУ ВШЭ и Ассоциации менеджеров. О том, что они уже работают с азиатскими рынками, сообщили 70% респондентов. <https://dzen.ru/a/ZBiSWpcCO0lQuyV3>

«В условиях ужесточения санкций российские компании продолжают развиваться и находят замену традиционным рынкам. Отечественный бизнес расширяет свое присутствие в деловых проектах Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии, увеличивает объем экспорта в эти регионы», — сказал исполнительный директор Ассоциации менеджеров Вячеслав Евсеев.

По словам эксперта, для решения части проблем построения новых экономических связей требуется помощь государства, а где-то надо подтянуть образовательную сферу, освоить новые знания, понять специфику работы на азиатских рынках.

Тем не менее, для 62% крупных российских компаний смена ориентации на рынки Азии идет без критических трудностей. Для 5% смена вектора оказалась легкой и безболезненной. Однако, каждый третий участник опроса сообщил, что осваиваться в Азии им крайне тяжело.

Самые большие сложности связаны с недостатком знаний о новых рынках — более 40% респондентов сослались на это обстоятельство. Примерно такая же доля компаний пока еще не смогла наладить полноценную коммуникацию с потенциальными зарубежными партнерами на Востоке. Кроме того, бизнесмены говорили про «клещи санкций/контрсанкций», «отсутствие координации ВЭД в стране пребывания», «демпинг цен со стороны местных партнеров», «конкуренцию внутри России, которая переносится на внешние рынки» и «недостаток денежных средств».

Ранее президент РФ Владимир Путин заявил, что Россия сможет преодолеть возможные угрозы, связанные со среднесрочным негативным влиянием санкций Запада. Кроме того, как отмечал глава государства, бизнес и экономика РФ адекватно реагируют на санкционные меры.

<https://dzen.ru/a/ZBiSWpcCO0lQuyV3>

Российские стартапы все чаще присматриваются к рынкам развивающихся стран. Среди них отдельного внимания заслуживает Юго-Восточная Азия — предприниматели, которые до недавнего времени знакомились с этим

регионом лишь в качестве туристов, теперь изучают его бизнес-потенциал и деловую культуру. <https://www.forbes.ru/mneniya/480099-kasty-dress-kod-i-problemy-s-matematikoj-kak-zapustit-biznes-v-ugo-vostocnoj-azii>

Основатель платформы для создания голосовых роботов Tomogu Денис Балюра делится своим опытом работы в Индонезии и на Филиппинах и рассказывает, к чему надо готовиться перед выходом на эти рынки.

При выборе географии для развития важно определиться с бизнес-целями компании. Например, если ваша задача — стать IT-гигантом с оценкой капитализации в \$1 млрд., вам понадобится большой рынок. Мы посчитали, что нашей компании для достижения таких целей нужно привлекать около 9000 новых пользователей в месяц. Если оставаться только в России, то не избежать внутреннего «каннибализма». Маркетологи и продажники начнут конкурировать за клиентов и «пожирать» друг друга. Для роста нужно выйти на четыре-пять новых рынков, по объемам, как минимум не уступающим России.

Мы стали изучать, куда идти. США отмели сразу — это огромный рынок с хорошими мультипликаторами, но сейчас он перегрет. По данным исследования венчурного инвестора Томаша Тунгуза, в 2022 году у четверти софтверных компаний мультипликаторы упали ниже уровня 2016 года. Европейский рынок, который привлекает российские стартапы, на мой взгляд, слишком зарегулированный и консервативный. Так, согласно отчету BCG, 72% европейских стартапов считает, что у местных инвесторов есть проблемы с инвестициями в современные технологии. Кроме того, местные компании часто пользуются устаревшими технологиями. По данным McKinsey & Company, крупный европейский бизнес тратит на R&D на 40% меньше, чем компании из Америки.

Переход на новые инструменты, например, голосовые роботы, для них болезненный и дорогой процесс. Гораздо интереснее растущие рынки — российские стартапы могут попытаться «внедриться» в их цикл роста и снять сливки, когда рынки взлетят. Раньше таким рынком был Китай, но сейчас он зарегулирован едва ли не больше, чем американский. Компании, которые пошли туда, уже отработали премию за риск раннего входа. Перспективность сохраняет рынок Индии, но наш анализ показал, что все местные стартапы из нашего сегмента перебрались в США.

Болливудские драмы и МВА из подвала: к чему готовиться предпринимателю в Индии.

Юго-Восточная Азия — огромный регион, по населению превосходящий Россию. Потенциальный рынок Индонезии в 2,5 раза больше российского, а Филиппины — еще половина от российского рынка. С точки зрения населения больше рынки только в Индии, Китае и США. При этом наш анализ рынка показал, что технологически местные компании пока от нас отстают. Это значит, что продавать продукт по сравнению с развитыми рынками легче. Кроме того, сейчас экономика этих стран уверенно развивается. Всемирный банк прогнозирует, что экономика Индонезии в 2022 году вырастет на 5%. Стартапы, которые присматриваются к этому рынку, могут привлечь большое количество компаний-«единорогов». По данным ИСИЭЗ НИУ ВШЭ, та же Индонезия входит в топ-15 стран по общему числу «единорогов». Благоприятный бизнес-климат упрощает привлечение венчурных инвестиций.

Культурный шок. Две основные сложности, с которыми мы столкнулись при выходе на рынок — это поиск местных сотрудников и налаживание деловой коммуникации с партнерами.

Первая связана с тем, что у специалистов региона, например, продакт-менеджеров, часто бывает хуже с аналитическим мышлением, чем у российских. Мы сталкивались с кандидатами, у которых была беда с простой математикой. На собеседовании они «сыпались» на элементарных вопросах про юнит-экономику.

Это касается и покупателей на местном рынке. В России мы часто продавали технологии голосовых роботов через метрики эффективности, конверсии, расчет отдачи на инвестиции. В Индонезии и на Филиппинах нам пришлось серьезно упрощать технику продаж. Потенциальные клиенты плохо понимали, например, как вложения в автоматизацию помогут им увеличить число продаж. Поэтому менеджеры по продажам сейчас пишут скрипты, которые должны быть понятны и пятилетнему ребенку.

В итоге руководят проектами и отвечают за маркетинг в регионе российские специалисты из нашего международного отдела. Они отточили навыки и погрузились в продукт, работая с российскими клиентами. Сейчас перенесли эти знания и опыт на страны Юго-Восточной Азии. Еще у нас работает по два-три человека из местных в каждой стране региона. Они важны в первую очередь для того, чтобы обучить роботов. Вот для чего они нужны:

- Работа с семантикой. Голосовой робот должен понимать смысл речи. Он должен разбираться в диалектах и особенности речи местных.

- Озвучка роботов. Зарубежные специалисты озвучки вряд ли точно передадут богатство живого языка. Поэтому у нас работают местные актеры озвучания. Как основатели Qmarketing продали EdTech-бизнес в России и запустили аналог в Азии  
В Юго-Восточной Азии есть много тонкостей, связанных с процессом переговоров. Вот несколько ключевых:
- Непродуктивные бизнес-встречи за едой. В Индонезии любят есть во время переговоров. При этом беседа о бизнесе длится минут 15. Потом приносят еду, а во время трапезы про дела говорить не принято. Она может затянуться: обед или ужин заканчиваются, когда кто-нибудь первым встает из-за стола. После этого все расходятся, а продолжают общение в WhatsApp. Мне такой формат переговоров абсолютно не подходит. Я все встречи стараюсь проводить в Zoom: возможно, я недооцениваю, как это может сказаться на личных отношениях с партнерами, но я вижу, что в данный момент эффективность таких онлайн-встреч существенно выше.
- Дресс-код. Чтобы с тобой вообще начали говорить, нужно одеваться на деловые встречи так, как принято в местной деловой культуре. Например, нельзя приходить на деловые встречи в шортах или в рубашке с коротким рукавом. Несмотря на жаркий климат, к партнерам нужно приходить в костюме и плотной рубашке белого или нейтрального цвета. По одежде здесь действительно встречают, и это правило не стоит игнорировать — это сочтут оскорблением.
- Традиции. Кроме того, нужно определенным образом передавать деньги и даже визитку. Принято это делать строго правой рукой и желательно человеку своего пола — это связано с религией. Если вам необходимо передать визитку и/или деньги человеку противоположного пола, можно попробовать воспользоваться помощью местного посредника. Если он к тому же хорошо знает ваших потенциальных партнеров — это работает как рекомендательное письмо.
- Кастовость. В регионе не очень любят иметь дело с чужими, даже местными из другой касты. Например, индонезиец из одной касты никогда ничего не купит у индонезийца отличного происхождения. Чтобы иностранцу начали доверять, нужно быть вежливым, эмоционально сдержанным, не говорить о религии или политике. Ведите себя спокойно — торопливость здесь могут счесть признаком неуважения. Больше шансов на успех появится, если клиенту тебя представит уважаемый человек его касты. Заручиться таким

контактом можно двумя способами: медленно, но верно развивать общение с профессионалами в регионе или сразу рассказать таким профессионалам про большой бюджет проекта.

Восток и Запад

Дешевые лиды и прорывное развитие: чем еще ЮВА привлекает бизнес

Одно из ключевых преимуществ региона — эффективность маркетинга. Им в регионе у нас занимаются российские специалисты из международного отдела. Мы переносили все каналы, которые активно использовали в России. Первый запуск был не самым удачным. Мы тестировали гипотезу и использовали старые креативы, которые перевели через онлайн-переводчик. Но, даже он показал, что лиды стоят гораздо дешевле, чем в России. А во второй итерации после адаптации маркетинговой кампании стоимость лида оказалась в пять раз ниже российской.

Другое преимущество — рост активных венчурных ангелов и фондов, инвестирующих в молодые стартапы. По данным ASEAN, сумма частных и венчурных инвестиций в компании региона выросла с 36 млрд \$ в 2017 году до 66 млрд \$ в 2021 году. При этом число стартапов, которые привлекли более 1 млн \$, выросло с 652 до 192 (2015 и 2021 год соответственно). Поэтому для инновационных компаний этот быстро развивающийся рынок сулит большие возможности. Из-за того, что рынок только развивается, на нем нет эффекта «кровавого океана», как, например, в США или в Европе. Поэтому стартапам будет легче на него выйти, даже если у них нет инновационной идеи. Так, например, сейчас в регионе прорывными темпами развивается финтех. По данным Банка Индонезии, в январе 2022 года число электронных транзакций выросло на 66,5% год к году.

Архипелаг «единорогов»: зачем бизнесу идти в Индонезию и к чему быть готовым. О чем важно помнить при запуске компании в регионе.

Основное правило — дешевое и постоянное тестирование гипотез. Декомпозируйте процессы и проверяйте каждый этап, прежде чем вливать большие бюджеты.

Кроме того, параллельно проведите базовые исследования, чтобы узнать менталитет страны. Без него можно совершить фатальные ошибки там, где вообще не ожидаешь. Например, использовать в креативе цветовую палитру, которую местные жители воспримут негативно. Часть жителей Индонезии верит, что белый и зеленый цвета — цвета королевы Южных морей, которая забирает людей в море. Такое сочетание может оттолкнуть потенциальных

клиентов.

Другой важный совет — найдите тех, кто уже выходил на этот рынок. Их опыт может избавить вас от многих потенциальных ошибок. Кроме того, специфику бизнес-культуры в каждой стране сложно выяснить в теории. Часто она познается только на практике. Искать таких людей можно несколькими способами:

- Через личные контакты. Проведите опрос знакомых по рынку и постарайтесь собрать пул из предпринимателей, которые выходили в регионе.
- Через публичные сделки.
- Crunchbase, публикации в российских медиа и тематических Telegram-каналах — как правило, факт выхода на рынок или анонс планов не остаются незамеченными.

Если вы не можете найти на местном рынке конкурентов в вашей сфере — это должно стать поводом задуматься. Возможно, это означает, что в регионе много факторов риска или индустрия пока мало востребована. Перед запуском проверьте, нет ли таких стоп-факторов.

<https://www.forbes.ru/mneniya/480099-kasty-dress-kod-i-problemy-s-matematikoj-kak-zapustit-biznes-v-ugo-vostocnoj-azii>

Начну с Тайваня. Китаю нет смысла нападать на Тайвань, потому что Китай развивается значительно быстрее США и уже через 5-10 лет, китайская экономика превзойдёт экономику США и это при условии, что экономика США не впадёт в рецессию, что очень даже вероятно. [https://dzen.ru/a/ZAvhRcsT2RU\\_gqi](https://dzen.ru/a/ZAvhRcsT2RU_gqi) Несколько лет назад просочились данные из Пентагона, что в случае китайской агрессии, нужно будет разрушить компанию TSMC, чтобы производство и технологии не достались Китаю. Это встревожило тайваньцев, потому что в этом случае они теряют собственность, производства, рабочие места. Китай, в случае необходимости, может реализовать морскую блокаду Тайваня и в этом случае американцам не удастся вести опосредованную войну с Китаем.

Если американцы попытаются прорвать морскую блокаду, то это приведёт к "горячему" конфликту США-КНР, о последствиях которой Блинкен выразился, как о катастрофе для обеих сторон. Тайваньцы также понимают, что в случае конфликта между двумя ядерными державами, конфликт будет происходить на их территории, а значит, Тайвань пострадает больше всех. Именно перечисленные причины привели к победе партии Гоминьдан

выступающей за сближение с Китаем. В Тайване нет желающих, страдать за интересы США, что и другим странам невредно перенять.

Но, почему же так спешат американцы в тайваньском вопросе? В 2024 пройдут выборы и если не случится чего-то экстраординарного, президентом станет представитель партии Гоминьдан. В этом случае американцы теряют последние рычаги влияния на Тайвань, и уже ни о какой защите тайваньского суверенитета и демократии не может быть и речи, потому что Гоминьдан выступает за сближение с Китаем. Китай является крупнейшим рынком сбыта тайваньской продукции и в случае его потери, тайваньцам придётся кушать микросхемы, пусть и высокотехнологичные, но низкокалорийные. Мне встречались мнения, что Гоминьдан политически несовместим с Китаем, но мы живём не в 50-е годы прошлого века и с тех пор всё коренным образом изменилось. Так что Китаю нужно дождаться выборов 2024 года и тайваньская проблема может решиться сама собой. Китай 70 лет ждал воссоединения и год, 5-10 и даже 15 лет он запросто подождёт, потому что время работает на него, а вот у американцев этого времени нет. Если к этому добавить, что с созданием производства полупроводников в США есть проблемы, то для американцев всё выглядит очень печально.

Ниже я приведу цифры по которым вы сможете проверить выводы, но чтобы было проще разобраться, проблемы американцев в случае конфликта с Китаем я обозначу заранее. Американцы зависят от Китая практически во всём. Если прекратятся поставки из Китая оборудования, комплектующих, расходников для пищевой промышленности США, уже через пол года в Америке наступит реальный голод. Именно голод из-за невозможности производить продукты. Электросети США работают на всём китайском: от силовых трансформаторов, до простых выключателей, а те выключатели, что в небольших количествах производятся в США, производятся из китайских пластмасс. Компьютерное оборудование и большая часть автоматики, тоже импортируется из Китая и в случае разрыва с Китаем, американцев ждёт весёлое будущее - остановка производств, нарушения работы транспорта и энергоснабжения, народные волнения из-за тяжелейшей экономической ситуации и всё с этим связанное. Конец истории. Импорт из Китая в 2022 году составил 581,7 млрд. долларов, экспорт в Китай-177,6 млрд., общий объём торговли-759,4 млрд. долларов. Как мы видим, китайцы без США могут обойтись, а вот американцы без китайцев нет. Для тех, кто переживает

за потерю американского рынка Китаем-общий мировой товарооборот Китая составлял в 2022 году 6,309,6 трлн. долларов и потеря 759,4 млрд., для китайцев не критична. Неприятно, но ради наказания всемирного должника у которого торговый дефицит в 2022 году 948,1 млрд. долларов, вполне приемлема.

Но американцы не любят одиночества и всегда готовы, чтобы за их интересы платили и страдали другие и поэтому они решили ударить по экономике Китая посредством ЕС. Уже идут разговоры о том, чтобы ЕС ввёл санкции против Китая. Ничего не напоминает? Я об антироссийских санкциях. Как и в предыдущем абзаце, вначале выводы, затем цифры. Китайский рынок жизненно важен для ЕС и с его потерей, ЕС столкнётся с теми же проблемами, что и США. Остановка производств из-за недостатка комплектующих, запасных частей и расходников, отсутствие денег из-за невозможности сбыта своей продукции, голод, нарушение работы транспорта и энергоснабжения, что приведёт к народным волнениям, которые приведут к смене руководства в ведущих странах ЕС: Германии, Франции и др. Далее: беспорядки небывалый экономический спад и нищета, что приведёт к распаду ЕС. Конец истории. Импорт из Китая в ЕС в 2022 году составлял 561,9 млрд. долларов, экспорт в Китай 285,3 млрд, общий объём 847,3 млрд долларов. Как видим, потерю рынка ЕС Китай переживёт, а вот потерю китайского рынка ЕС не потянет. Какой торговый дефицит в США я написал, а теперь посмотрим, как обстоят дела в ЕС. В 2022 году, в торговле с остальным миром у ЕС был дефицит 284,7 млрд. евро. И здесь дефицит. Неожиданно, правда? Мне одному кажется, что США и ЕС кушают намного больше, чем зарабатывают? Не буду мучить вас цифрами, но и у практически всех остальных "друзей" США тоже торговый дефицит и они тоже кушают больше, чем зарабатывают.

Вроде с Китаем и прекрасными перспективами противостояния ему стран Запада, мы разобрались и теперь можно перейти к действиям России, которые неразрывно связаны с рядом других невраждебных ей стран. Чтобы не произошло быстрого падения экономики США, Китай и Россия создают альтернативные Западу экономические структуры: ШОС, БРИКС и другие, в которых страны коллективного Запада не представлены. В эти структуры вступить с каждым годом желают всё большее количество стран, причём стран с реальной, не бумажной экономикой. В отличие от западных структур, в этих структурах взаимоотношения построены на

взаимовыгодных принципах сотрудничества, без всякой "принудиловки", что привлекательно для большинства стран глобального юга, а это практически весь незападный мир.

Путин ни раз говорил, что мы остудим горячие головы и мы в сотрудничестве с другими странами это делаем, но делаем это постепенно, чтобы процесс не привёл к серьёзным беспорядкам в США и чтобы его можно было контролировать. США ядерная держава и беспорядки, которые могут привести к потере контроля над ядерным арсеналом, ни нам, ни китайцам, ни остальному миру, не нужны. Созданные параллельные экономические структуры позволят развиваться странам в них входящим, а страны Запада, во главе с США, могут развиваться параллельно и сохранить долларовую систему взаиморасчётов между собой. Будет очень интересно посмотреть, как пойдёт их развитие, потому что у стран Запада большие проблемы с ресурсами и без стран "восточного блока" им не обойтись.

Если раньше страны Запада могли грабить колонии, то теперь появилась альтернатива США, в лице России и Китая, с которыми бывшие колонии готовы сотрудничать на взаимовыгодной основе. Эти страны понимают, что "порядок основанный на правилах" им больше не нужен, да и кто выдумал эти правила? Время работает не только на пользу Китая, но и на пользу России и если оставить всё так, как это идёт сейчас, то США и его союзники настолько ослабнут, что им придётся думать уже не о конфронтации, а о сотрудничестве. С прежним уровнем жизни им, конечно, придётся распрощаться и жить "на свои", но такой подход сможет обеспечить переход к многополярному миру без особых потрясений. Именно этого пытаются достичь Путин и товарищ Си Цзиньпин и страны глобального юга. Война не нужна никому и, таким образом, её можно избежать, и относительно безболезненно перейти к многополярному мироустройству.  
[https://dzen.ru/a/ZAvhRcsT2RU\\_gqi](https://dzen.ru/a/ZAvhRcsT2RU_gqi)

По мнению аналитиков JPMorgan, в 2023 году рынки Юго-Восточной Азии будут двигаться подобно аттракциону «банджи-джампинг» — падение перед ростом во второй половине года. <https://dzen.ru/a/Y5dHOo1gKhKs04tX>

Это, вероятно, будет характеризоваться «резким падением, за которым последует быстрый набор высоты (ралли медвежьего рынка), за которым последует еще один спад, пока в конечном итоге рынки не остановятся на самом дне», — написали в отчете аналитики во главе с Радживом Батрой (Rajiv Batra). Они объяснили это ослаблением покупательной

способности в свете ужесточения денежно-кредитной политики, сокращения сбережений и повышения стоимости заимствований. JPMorgan ожидает, что индекс MSCI ASEAN «повторно протестирует минимумы этого года и, возможно, опустится еще ниже» в первой половине 2023 года из-за более слабого внешнего спроса, ужесточения финансовых условий и «угасающего» импульса к открытию, среди прочих факторов. Индекс MSCI ASEAN упал на 22% с максимума февраля до минимума этого года в октябре. Впоследствии индекс восстановился на 10%, чему способствовали надежды на открытие Китая и смягчение риторики со стороны Федеральной резервной системы США. Индекс измеряет доходность акций крупных и средних компаний на четырех развивающихся рынках, одном развитом рынке и одном пограничном рынке. В общей сложности он включает 170 участников в Сингапуре, Индонезии, Малайзии, Филиппинах, Таиланде и Вьетнаме.

Ожидается, что процентные ставки ФРС достигнут 5% к маю, а рецессия в США ожидается в конце года.

Но, «вопреки мнению инвесторов, фондовый рынок не сможет полностью оценить рецессию до тех пор, пока она не произошла», — говорится в отчете. Ориентированные на торговлю экономики, такие как Сингапур, Таиланд, Вьетнам и Малайзия, особенно пострадают от предстоящего замедления глобального роста и снижения спроса на потребительские товары длительного пользования.

Кроме того, ожидаемое ослабление Китаем антиковидных ограничений вряд ли компенсирует прогнозируемое падение.

Например, ожидается, что экономика Таиланда пострадает от «значительного снижения» экспорта, частных инвестиций и объема производства, при этом аналитики JPMorgan понизили свой прогноз роста валового внутреннего продукта в 2023 году с 3,3% до 2,7%.

Ожидается, что Сингапур также столкнется с более сложными макроэкономическими условиями.

«Мы ожидаем, что ослабление внешнего спроса будет продолжать замедлять сектор производства товаров [Сингапура], даже несмотря на то, что сектор услуг обеспечивает некоторую компенсацию», — пишут аналитики в отчете. По словам JPMorgan, предстоящее повышение налога на товары и услуги в Сингапуре с 7% до 8% также ослабит спрос и перспективы потребительского сектора.

«Импульс от открытия Китая» также оценивается как скромный, учитывая условия глобальной рецессии.

На прошлой неделе материковый Китай ослабил многие из своих строгих мер по сдерживанию Covid-19, а национальные власти объявили о множестве масштабных изменений, таких как упрощение поездок внутри страны, сохранение работы предприятий и разрешение пациентам с Covid-19 находиться на карантине дома.

«Выгоды от открытия Китая будут нивелированы рецессией на развитых рынках», — заявили CNBC аналитики JPMorgan, добавив, что рынки Юго-Восточной Азии сильно зависят от экспорта и спроса со стороны экономик развитых рынков.

Но открытие Китая для международных поездок, если это произойдет, станет «положительным катализатором» для экономики Сингапура. Китайские граждане составили около 20% туристов, прибывших в Сингапур в 2019 году, чье возвращение также может «оказать косвенное воздействие на [Сингапур] потребление и сектор туристических услуг». Тем не менее, по оценкам JPMorgan, рост все еще, вероятно, будет ограничен вышеупомянутыми условиями глобальной рецессии и проблемами внешнего спроса, с которыми сталкивается страна.

Согласно отчету, полное открытие границы с Китаем также добавит «потенциал» для восстановления туризма в Таиланде, и это может привести к инфляции.

«Есть аргумент, что более раннее, чем ожидалось, открытие границы Китаем связано с инфляцией», — сказал JPMorgan. Тем не менее, несмотря на то, что туризм может стимулировать рост заработной платы и потребление, он не так тесно связан с инфляцией в таких странах, как Таиланд, где характер инфляции в основном определяется предложением, добавили аналитики банка. <https://dzen.ru/a/Y5dHOo1gKhKs04tX>

Юго-Восточная Азия занимает центральное место в глазах глобальных инвесторов. Это самый <https://pro.rbc.ru/demo/62d9051c9a7947c07c5b857f> многообещающий рынок венчурного капитала в мире. На что обратить внимание при выходе на него, рассказывает Елена Волотовская, руководитель Softline Venture Partners. Технологический рынок Юго-Восточной Азии — относительно молодой, крайне разнообразный и очень перспективный, несмотря на общую волатильность мировых венчурных рынков. К ключевым регионам инновационного предпринимательства

относятся Вьетнам, Таиланд, Индонезия, Малайзия, Сингапур и Филиппины. Согласно данным отчета сингапурской венчурной фирмы Cento Ventures «Технологические инвестиции Юго-Восточной Азии — 2021» (Southeast Asia Tech Investment-2021), 2021 год был рекордным по числу сделок — 942 инвестиции по всему региону против 700, зарегистрированных в 2020 году. Общий объем инвестированного капитала увеличился почти на 70% по сравнению с 2020 годом и достиг \$14,2 млрд. Почему Юго-Восточная Азия — хорошая цель для масштабирования. Азиатский рынок довольно сложный. Европейские предприниматели опасаются выходить на него из-за разницы в менталитете и непонимания правил ведения бизнеса. Тем не менее есть три веские причины держать страны ASEAN в поле зрения.

1. Население региона продолжает расти и активно подключаться к интернету. В 2021 году в регионе появилось 40 млн. новых пользователей интернета помимо 40 млн. человек, вышедших в Сеть в 2020 году. Таким образом, проникновение интернета достигло 75%. Кроме того, в странах ЮВА стремительно формируется средний класс, что отражается на качестве потребления. По данным McKinsey, к 2030 году в странах Юго-Восточной Азии появится 163 млн. платежеспособных домохозяйств.

2. Растущая экономика.

ВВП пяти крупнейших членов Ассоциации государств Юго-Восточной Азии — Индонезии, Малайзии, Филиппин, Сингапура и Таиланда, как ожидается, вырастет на 5,1% в 2022 году. Прогноз роста ВВП на 2022 год для Филиппин недавно был пересмотрен с 6,6 до 7,1%, для Таиланда — с 3,4 до 3,7%.

3. Экосистема стартапов растет, как на дрожжах. Правительства азиатских стран активно стимулируют развитие стартапов. К примеру, Таиланд в рамках программы Thailand 4.0 предлагает технологическим компаниям визовые и налоговые льготы.

Какие ниши не заняты полностью. Консалтинговая компания Bain в совместном исследовании с Google и Temasek «Электронная экономика Юго-Восточной Азии 2021» (e-Connomy SEA 2021) выявила ключевые потребительские сектора, которые стимулируют рост цифровой экономики региона. <https://pro.rbc.ru/demo/62d9051c9a7947c07c5b857f>

Всего 50 лет назад страны Юго-Восточной Азии были одними из беднейших в мире. За эти годы произошёл фантастический прорыв: совокупный ВВП региона увеличился в 10 раз, а западные инвесторы вкладывают сотни миллионов долларов в доселе крайне рискованные рынки.

<https://www.pvsm.ru/sovety/99276>

Сегодняшнее благоприятное положение дел — результат долгого пути, который пройден регионом, прежде чем он стал инвестиционно-привлекательным и перспективным для вложений. Об этом отлично написано в таких замечательных книгах Джо Стадвелла (Joe Studwell), как «Азиатские крёстные отцы: деньги и власть в Гонконге и Юго-Восточной Азии» и «Как работает Азия: успехи и провалы самого динамичного региона в мире». В рамках же текущего исследования, мы будем опираться на те факты, которые смогли выяснить сами в открытых источниках и у экспертов по региону.

Страны Юго-Восточной Азии по многим параметрам являются очень привлекательными, как для международной экспансии компаний, так и с точки зрения инвестирования в технологические проекты. Не малую роль в этом играет ощутимая поддержка правительствами азиатских стран. В последнее время многие инвестиционные компании открывают или рассматривают возможность открытия офисов в Сингапуре и Куала-Лумпуре, так, безусловно, проще не пропустить интересные проекты на ранних стадиях, которые стали появляться значительно чаще.

Что касается экспансии российских компаний и проектов на азиатские рынки, то, на мой взгляд, это достаточно амбициозные планы. При всей привлекательности: прогноза экономического роста, увеличивающейся доли среднего класса и, безусловно, численности населения и т. д., самой большой сложностью является ментальность азиатского рынка, которую сложно учесть в необходимом объеме при адаптации продуктов и сервисов. Именно поэтому я считаю более простым и быстрым решением при экспансии покупку местных игроков или партнерство.

Довольно интересный отчёт. Индонезию ждёт бурный рост. Туда сейчас готовятся зайти крупные игроки международных рынков, включая даже российские компании типа Касперского. В Сингапуре очень круто развита стартаперская инициатива: местная Кремниевая долина — Blk 71–79, гранты для стартапов от MDA i-Jam (255K) + NRF/TIS — 600K. Маленькие налоги, отсутствие налогов на прибыль до 250K, не надо платить налог за сотрудников, возможность уволить мгновенно. Короче, для стартапов Сингапур — самый рай, их тут полно, и вся среда работает на них. В Малайзии тоже запустился венчурный госфонд, плюс довольно много инвесторов в Куала-Лумпуре.

Итак, в чём же секрет экономического чуда ЮВА?

**Во-первых**, это демографические особенности. Численность населения стран региона около 600 миллионов человек, при умеренном ежегодном приросте (в отличие от спада в Европе или демографического бума — без экономического базиса — в Африке). Плюс молодость, достаточно высокий уровень образования, специфическое, но всё же явно выраженное азиатское трудолюбие и вклад правительства некоторых стран в развитие технологической инфраструктуры.

**Во-вторых**, в регионе достаточно спокойно, относительно перманентно воюющих Африки и Ближнего Востока. Нельзя сказать, что здесь совсем нет вооружённых конфликтов и прочих очагов напряжённости, но их уровень не настолько опасен, чтобы затруднять экономическую жизнь региона.

Тем не менее, их следует перечислить: сейчас идёт фактически гражданская война в Мьянме, южная часть Таиланда на границе с Камбоджей — тлеющий очаг раздора, южная часть Филиппин, периферия Индонезии иногда сталкивается с проявлениями экстремизма и вооружённой борьбы.

Жёсткий контроль информационного пространства позволяет публиковать подобные новости, дозировано, и в цензурируемой части, поэтому настроения инвесторов и ситуацию на рынках они почти не трогают. Благосостояние жителей стабильно повышается, а это гарантия защиты от социальных потрясений.

Экономика не зависит от экспорта природных ресурсов в той же степени, как у многих развивающихся стран, например, экспортёров нефти. Уровень диверсификации производства, кроме Сингапура и Филиппин, достаточно высокий. В равной степени развиты добывающая отрасль, промышленность и сфера услуг, потому мировые колебания спроса на сырьё не угрожают странам в критичной мере.

При этом нельзя не отметить, что соседство исследуемых стран с таким экономическим великаном, как Китай, привело к серьёзной зависимости от его ключевых показателей. Страны ЮВА чрезвычайно чутко реагируют на конъюнктуру «соседа», что вполне объяснимо гигантским объёмом, как товарного предложения, так и спроса, генерируемого китайской стороной, сильными (прежде всего экономически и политически) китайскими диаспорами в странах. Поэтому состояние экономики Китая прямо сказывается на экономике стран ЮВА, и этот фактор всегда следует принимать во внимание. Прогноз темпов экономического роста стран

АСЕАН (Ассоциация государств Юго-Восточной Азии) — 5,1% в 2015 году. Это превышает средне-мировые показатели! Причём в силу уже названных причин, стабильность региона делает любые прогнозы очень высоко вероятными к исполнению.

О положительных перспективах свидетельствует и увеличение доли среднего класса, что подстёгивает потребительский рынок, в том числе онлайн-торговлю — регион целиком находится на разных стадиях потребительского бума: от зарождения, как на Филиппинах, до зрелого, высокого уровня потребления в Сингапуре.

Средний доход на душу населения ~ 1 000 долларов в месяц (хотя средние данные сильно смещены из-за богатых Малайзии и Сингапура), и он продолжает повышаться.

В местном информационном поле очень активно популяризируется тематика интеграции стран, рассказывается о взаимном сотрудничестве и успехах. Однако, в реальности этот процесс имеет куда меньшие успехи, так как регион сформировался в нынешних границах относительно недавно и большинство стран имеют ряд отложенных, но отнюдь не забытых исторических претензий друг к другу. Отчего интеграция проводится в большей степени в сфере политических инициатив и рамочных соглашений, но не в реальном положении дел.

Давайте теперь кратко рассмотрим каждую из исследованных нами стран.

## ТАИЛАНД

Королевство Таиланд немного выпадает из характеристики ЮВА, как региона политической стабильности: за 80 лет в Таиланде произошло 13 военных переворотов (последний в 2014 году). Однако, революционных перемен в укладе жизни не произошло, и страна продолжает планомерно развиваться.

Исключение — финансовые кризисы, из которых Таиланд выбирается труднее соседей.

Внутренний рынок во многом растёт за счёт туризма. Таиланд экспортирует сельскохозяйственную продукцию (рис), тропические фрукты, каучук и некоторые виды электронных компонентов. Также правительство серьёзно поддерживает лёгкую промышленность. Численность населения — 70 миллионов человек, 80% из которых — тайцы.

ВВП страны растёт на 3% в год, а средняя заработная плата приближается к 500 долларам.

Специфичность страны заключается не только в общеизвестных плюсах местоположения и давних контактах с иностранными компаниями, но и в жёсткости местного законодательства и бизнеса к тем, кто не принадлежит к тайскому обществу по праву рождения. Это проявляется не только в законодательных запретах для иностранцев на владение собственностью и бизнесом в некоторых доходных сегментах, но и в общей закрытости местной бизнес-среды.

Объясняется это тем, что Таиланд — королевство с многовековой историей, немногим младше Китая. Тайская элита, так же как китайская, считает своё государство центром Земли, окружённым океаном варваров. Высшие слои здесь сформировались давно, и они почти не меняются, несмотря на перемены в стране. Специфическая культура, языковые барьеры также не располагают к контактам с внешним миром. Оттого, при кажущейся открытости миру, Таиланд, особенно в плане бизнеса, по сути представляет собой замкнутую касту с очень консервативными правилами, попасть в которую удаётся далеко не всем и не сразу.

## ИНДОНЕЗИЯ

Это 4-я в мире страна по численности населения (237 миллионов по итогам переписи 2010 года). Потребительский уровень не настолько высокий, как в Сингапуре или Малайзии. При этом стремительно растёт средний класс, что говорит об отличных перспективах для развития бизнеса.

Государство располагается на нескольких тысячах больших и маленьких островов, 55% проживает на острове Ява. В стране 11 городов-миллионников. Компактное проживание наиболее активной части населения благоприятствует внутренней логистике.

Индонезия — мировой лидер в выработке каучука и пальмового масла, что привлекло сюда ведущих производителей автомобильных шин и резиновой оснастки. Развиваются деревообрабатывающая и мебельная промышленность.

Кризис 2008 — 2010 годов страну почти не коснулся за счёт ставки на внутреннее потребление и независимости от импорта. ВВП в 2014 году вырос на 6%. Единственный минус — расслоение жителей по доходам.

Средняя зарплата 250 долларов, но в крупных городах средний класс зарабатывает около 1 000 долларов, а жители сельскохозяйственных районов — намного меньше.

## **СИНГАПУР**

Город-государство — лидер не только ЮВА, но и всего мира по основным показателям развития экономики и качества жизни. В первую очередь этому способствуют высокодоходный финансовый рынок и предоставление налоговых льгот крупным компаниям. Другие источники доходов Сингапура: предприятия электронной промышленности, судостроительные верфи и международные логистические терминалы.

Небольшая территория и дефицит внутренних ресурсов ограничивают рост населения. ВВП Сингапура ежегодно увеличивается на 7%, и такие темпы сохранялись с конца 90-х годов. Тем не менее, кризис 2008 года сильно ударил по экономике страны — сказалась зависимость от западных финансовых рынков. Сейчас прирост ВВП составляет 3,9% в год.

Уровень доходов населения превосходит и азиатские, и европейские показатели. Средняя оплата труда — 2 600 долларов в месяц, а высокая зарплата по местным меркам начинается от 5 000 долларов.

## **ВЬЕТНАМ**

Лидер региона по развитию лёгкой промышленности, крупный мировой экспортёр кофе, риса, орехов кешью и мебели.

ВВП прибавляет на 5,5% в год. Среди стран ЮВА здесь самая низкая средняя зарплата (185 долларов). Впрочем, экономия издержек на оплате труда выгодна экспортёрам и эта ситуация используется для ускорения роста страны.

Более дешёвая, даже чем в Китае, продукция позволила Вьетнаму за счёт более низкой себестоимости производства стать номером один в лёгкой промышленности.

## **МАЛАЙЗИЯ**

Факторы успеха Малайзии: приток инвестиций и оптимальная численность населения.

Страна борется за лидерство в Юго-Восточной Азии с Сингапуром и Индонезией. И если у Сингапура есть преимущество в виде небольшой

численности населения и фокуса на западные рынки, а у Индонезии почти 250 миллионов жителей и багаж социальных проблем, то Малайзия — нечто среднее между этими крайностями.

ВВП растёт на 5% в год, а средняя зарплата — 960 долларов (уступает лишь Сингапуру). Квалифицированные специалисты зарабатывают 1 500 — 2 000 долларов в месяц.

Страна занимает первое место в мире по экспорту каучука, производству электронных чипов и бытовых кондиционеров. Можно сказать, Малайзия — «сборочный цех» электронных гигантов Японии и Китая, чья продукция экспортируется в Европу и США. Также бюджет пополняется за счёт лесной и тяжелой промышленности, добычи газа.

Зависимость от спроса у западных партнёров подвела Малайзию во время кризиса 2008 года. Впрочем, она быстро из него выбралась.

## **ФИЛИППИНЫ**

Это государство ещё недавно катастрофически отставало в развитии по сравнению с соседями. Сегодня Филиппины можно отнести к среднеразвитым странам, естественно по меркам Юго-Восточной Азии. Основные статьи экспорта: продукция сельского хозяйства, плюс сборка электроники от иностранных заказчиков.

Население — 100 миллионов человек. Потребительский рынок ещё формируется, средний класс только зарождается. В перспективе это самый быстрорастущий рынок в ЮВА. В 2014 году ВВП прибавил на 7%.

Кроме того, молодой возраст филиппинцев стимулирует спрос на высокотехнологичные продукты и способствует развитию e-commerce.

Мы сравнили перечисленные выше страны по основным экономическим и демографическим показателям. Результаты в таблице ниже.

## **ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ**

На мировой карте развития интернет-технологий место стран Юго-Восточной Азии определяется неоднозначно — страны имеют разную траекторию развития и текущие позиции, однако в целом всё достаточно положительно.

Малайзия, Таиланд и Вьетнам отнесены к группе стран, которые ожидают в ближайшем будущем бурного роста, их текущие позиции относительно

## Посвящается Владыке БОЛЕЕ!

| Государство | Население в 2015, млн | Этническая/ Языковая однородность                            | Соотношение полов           | Средний возраст, лет | ВВП 2013 и его динамика к прошлому году, млрд долларов США | ВВП на душу населения, долларов США | Средняя зарплата в стране в долларах США по ППС |
|-------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Таиланд     | 68                    | Однороден (80% тайцы)                                        | незначительно больше женщин | 34                   | 388.6 (+2,9%)                                              | 5696                                | 489                                             |
| Индонезия   | 248                   | Неоднородна, но большинство населения говорит на одном языке | преобладают мужчины         | 28                   | 869 (+5,8%)                                                | 3506                                | 250                                             |
| Сингапур    | 5.4                   | Очень неоднородна, но английский язык-официальный            | незначительно больше женщин | 39,6                 | 297,9 (+3,9%)                                              | 55184                               | 2616                                            |
| Вьетнам     | 89.7                  | Однороден                                                    | незначительно больше женщин | 27,4                 | 169,9 (+5,4%)                                              | 1894                                | 185                                             |
| Малайзия    | 30                    | Неоднородная, несколько крупных этнических и языковых групп  | преобладают мужчины         | 26,5                 | 313 ( +4,7%)                                               | 10616                               | 961                                             |
| Филиппины   | 97,5                  | Неоднородная, несколько крупных этнических и языковых групп  | равенство полов             | 22,7                 | 272 (+7,2%)                                                | 2790                                | 279                                             |

низки, однако, с точки зрения перспектив, эту группу стран (включающую указанные) можно назвать наиболее многообещающими в мире.

По данной методологии, Сингапур — страна с уже высоким уровнем развития, наряду с Южной Кореей, США или Швейцарией, но продолжающей развиваться, хотя и не такими быстрыми темпами. Филиппины и Индонезия несколько отстают от соседей и испытывают затруднения для взрывного роста (прежде всего институционального плана), однако сохраняют свою перспективность

Примечательно, что Россия, а также Бразилия и Турция относятся к этой же группе стран, согласно Digital Evolution Index.

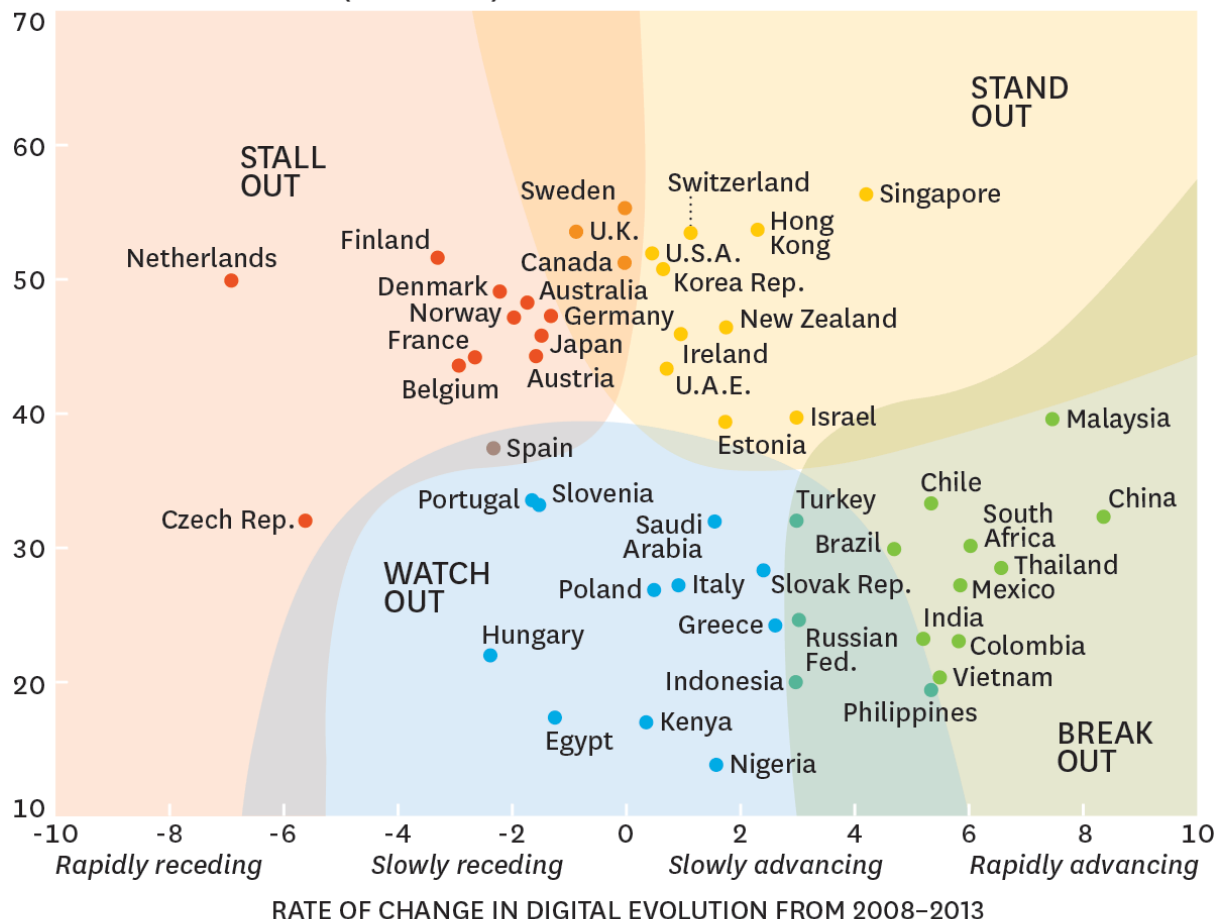
Все страны региона объединяет несколько географических, демографических и политических признаков: сложный ландшафт (непроходимые леса, пересечённые реками), неравномерность расселения жителей, скудные инвестиции местных властей в технологическую инфраструктуру. Все эти признаки повлияли на то, что спрос на онлайн-услуги опережает предложение. В начале активного развития интернета большинство стран не могли обеспечить гражданам доступ к скоростному соединению даже

в крупных городах.

## COUNTRIES ARE BUILDING DIGITAL CAPACITY AT UNEVEN RATES

A group of 50 countries reveals four main areas of digital readiness.

HOW COUNTRIES SCORED ACROSS FOUR FACTORS ON THE DIGITAL EVOLUTION INDEX (OUT OF 100)



SOURCE DIGITAL EVOLUTION INDEX, THE FLETCHER SCHOOL AT TUFTS UNIVERSITY

HBR.ORG

До прихода мобильного интернета сетью пользовались лишь самые обеспеченные жители мегаполисов. Это сдерживало и развитие онлайн-коммерции. С появлением технологии 2G, 3G и снижением цен на смартфоны онлайн-аудитория увеличилась в десятки раз. Появился полноценный интернет-рынок.

Сейчас мобильное подключение, судя по данным местных операторов, является основным в Юго-Восточной Азии, поскольку оно самое доступное. Это сильно стимулирует спрос на мобильные версии сайтов, приложения и сопутствующую среду.

Все страны региона предпочитают, вернее сказать, вынуждены пользоваться мобильным доступом, но не везде его пропускная способность достаточна для полноценной работы, как, например, на Филиппинах. Однако, не смотря на это, данный вид связи позволяет развиваться всему местному интернету.

В этом отношении отличается Сингапур. Богатое государство изначально развивало ШПД (широкополосный доступ), и сейчас зона его покрытия составляет 100% домохозяйств. Естественно, развивается и мобильный интернет.

Однако, по мнению экспертов, работающих в данном регионе, первичным способом подключения к интернету остаются традиционные модемы и ADSL (дома, из интернет-кафе и т. д.), которые резко выросли в популярности в 2010—2011 году по мере того, как запустились новые кабельные мощности (в т.ч. Matrix Cable System из Сингапура в Джакарту), обрушив цены на wholesale broadband в 10 раз.

Когда развернулись 3G-сети, те же самые пользователи подключились ещё и с мобильных устройств и начали «переводить» своё время с ноутбуков и компьютеров на телефоны. Таким образом, пользователей, использующих только мобильный интернет, пока, наверное, процентов 20%.

По словам Дмитрия Левита (инвестиционный фонд DMP), реальная статистика посещаемости e-commerce сайтов с мобильных телефонов в Малайзии и Таиланде составляет примерно 50%, в Сингапуре — 80% и только 30% - в остальном регионе. Mobile first markets — это Бангладеш, Африка. ЮВА проскочила этот момент. Часть статистики, которую мы видим в официальных источниках — это данные местных телекомов, которым рассказы о мобильном интернете полезны для stock price. Они продают 3G-модемы, используемые в обычных компьютерах, а называют результат «mobile data subscribers» (особенно в Индонезии).

Тем не менее, для исследования мы вынуждены работать с официальными данными, которые и приводим в таблице.

Сводная таблица данных о технологической базе сети Интернет в изучаемых странах.

## Посвящается Владыке БОЛЕЕ!

| Государство | Наиболее популярный тип подключения | Распространенность ШПД                    | Средняя скорость передачи Mbps | Распространенность мобильного доступа (публичные данные), млн. чел. | Распространенность мобильного доступа (данные от работающих в регионе экспертов), млн. чел. | Средняя скорость моб. передачи данных, Mbps | Провайдер-лидер кабельного сегмента | Провайдер-лидер мобильного сегмента |
|-------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Таиланд     | 3G                                  | 23% домохозяйств (4.2 млн. пользователей) | 19.1                           | 55                                                                  | 20                                                                                          | 4.8                                         | Cattelecom                          | AIS (1-2 Call)                      |
| Индонезия   | 3G и 2G                             | около 11 млн. стационарных подключений    | 6,26                           | 145 (прогноз)                                                       | 50                                                                                          | 3,69                                        | Telkomsel                           | Telkomsel                           |
| Сингапур    | ШПД и 4G                            | 1.3 млн. домохозяйств (более 100%)        | 108                            | 8.1                                                                 | 5.5                                                                                         | 24                                          | Singtel Starhub                     | SingTel                             |
| Вьетнам     | 3G                                  | 4.3 млн. человек                          | 17,5                           | 27.5                                                                |                                                                                             | 1,46                                        | Vittel                              | Vittel                              |
| Малайзия    | 3G                                  | 6 млн. человек                            | 7                              | 14                                                                  |                                                                                             | 6.39                                        | Celcom                              | Maxis                               |
| Филиппины   | 2G,3G                               | 2.6% населения (около 2 млн. человек)     | 3.62                           | 30                                                                  |                                                                                             | 4                                           | Globe                               | Globe                               |

Исследование региона, как уже было сказано, сопряжено с многочисленными случаями «корректировки» со стороны местных игроков для увеличения показателей отрасли и рынка, поэтому для получения корректной картины следует использовать иные данные, в том числе кажущиеся заниженными, чтобы видеть пределы колебаний в оценках, например, количество активированных 3G-подключений.

Для сравнения приведём данные сингапурского инвестиционного фонда DMP, нашего партнёра по исследованию:

| all in USD                                   | SEA | Singapore | Indonesia | Thailand | Malaysia | Vietnam | Philippines |
|----------------------------------------------|-----|-----------|-----------|----------|----------|---------|-------------|
| Internet users (in mil) 2010                 |     | 3.60      | 45        | 21       | 19       | 24      | 28          |
| Internet users (in mil) 2010 in capital city |     | 3.97      | 18        | 11       | 5        | 9       | 11          |
| Internet users (in mil) in 2012              | 179 | 4.02      | 61        | 24       | 25       | 31      | 34          |
| Broadband (in mil) in 2012                   | 22  | 4         | 2         | 4.3      | 6        | 4       | 2           |
| Mobile subscribers in 2013                   | 461 | 8         | 149       | 91       | 41       | 72      | 100         |
| 3G & Data Subscriptions (in mil) in 2013     | 83  | 6.5       | 29        | 11       | 15       | 12      | 10          |

Источники здесь в основном первичные, сверенные с более надёжными сторонними источниками (ITU — Международный союз электросвязи и др.). Данные собраны в интервью с экспертами по каждому рынку. К сожалению, более свежих цифр нет — DMP как раз собирается в 2015 году их обновить. Для приведения цифр 2012 года в состояние 2014, рекомендуем добавить 5% в год к Сингапуру, 20% - в Малайзии и Таиланде и 15% в год — в остальном регионе.

Очень важно, наверное, отметить, что кавардак с цифрами в регионе огромный, верить прессе нельзя, поскольку проверкой цифр никто не занимается, а пресс-релизы телекомов и т. д. крайне ангажированы. Истории про «mobile first» и «mobile data subscriptions» часто раздуты в интересах повышения рыночной стоимости «telco», и доходит до того, что число мобильных пользователей лучше всего оценивать по количеству смартфонов на рынке или по числу активных пользователей Opera Mini. Opera честно предоставляет эти данные, которые являются хорошей базой для определения пользователей фича-фонов.

К тому же многие исследования проводятся по принципу опроса нескольких десятков человек в крупных городах, у которых, как правило, есть доступ в сеть и современные гаджеты.

Затем эти выводы транспонируются с тем же процентном вовлечённости на всю страну в целом, что приводит к явно курьёзным оценкам рынка.

На фоне всего этого ШПД по-прежнему очень значительно отстаёт от общего уровня проникновения интернета.

## ХАРАКТЕРИСТИКИ ИНТЕРНЕТ-АУДИТОРИИ

Малайзия, Филиппины и Индонезия входят в мировой Топ-15 по количеству пользователей Facebook. Кроме того, последние две страны — в Топ-10 фолловеров Twitter.

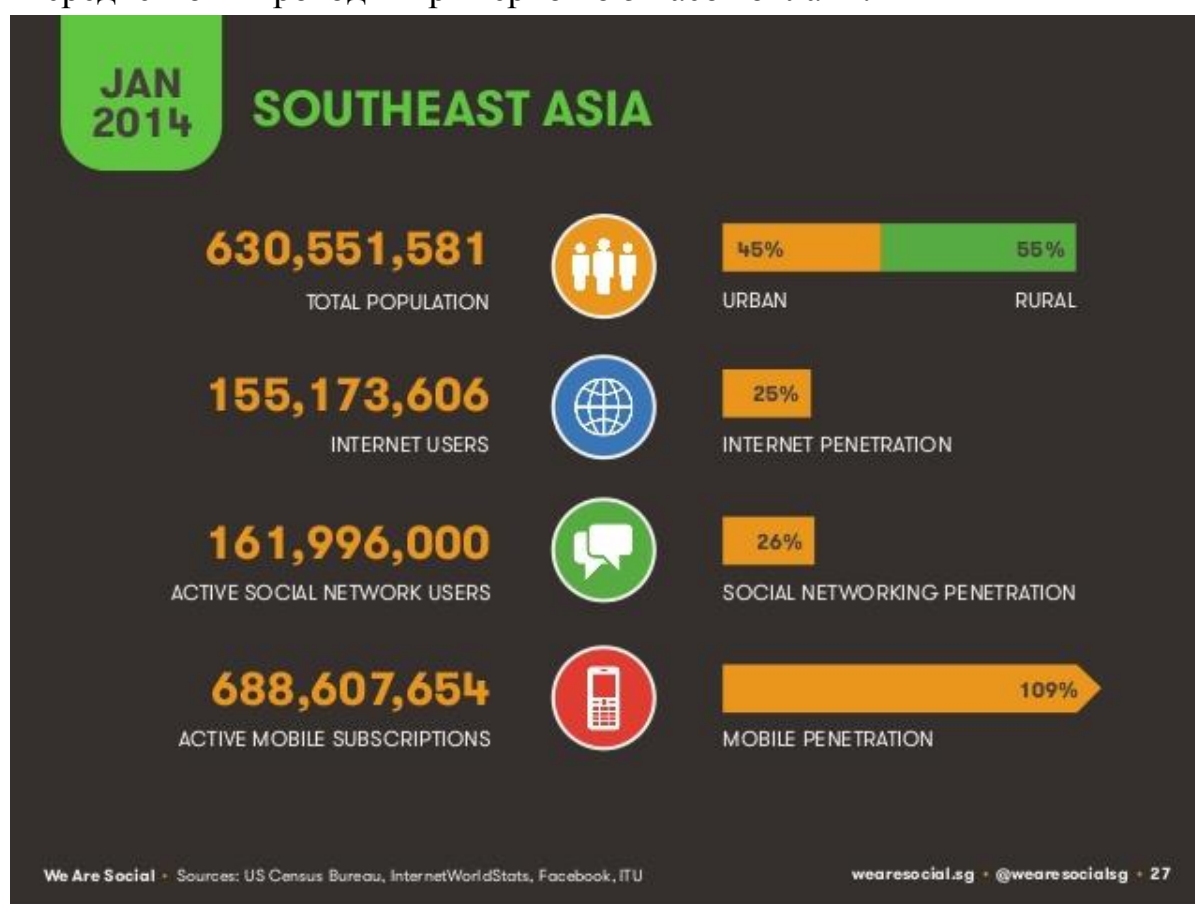
Вообще все страны региона гиперсоциальны и гипербобщительны, что приводит к беспрецедентной популярности социальных сетей. Одной из причин этого является отсутствие другого, «не социального» контента, наработанного на местных языках.

Речь идёт о том, что, например, на языках bahasa, visaya, tagalog, да по большому счёту и на тайском, и на вьетнамском не написано пока десятков тысяч книг и не сняты тысячи фильмов, как на русском или китайском, поэтому в поисковиках местные жители не могут найти интересный контент. Это в свою очередь ведёт к тому, что

пользователи вынуждены больше общаться в соцсетях, чем сёрфить в одиночку, как это часто делают жители «более развитых» стран.

Охват аудитории в регионе крайне неравномерный. Лишь в Малайзии и Сингапуре более 50% жителей находятся в онлайн. В остальных странах — около 40%. Причём в Индонезии ещё меньше из-за очень низкой скорости соединения и огромного населения, разбросанного на тысячах островов. Это компенсируется фактической численностью: онлайн-аудитория Индонезии равна всему населению Франции. При этом цифра продолжает расти. Прогноз на 2015 год по Юго-Восточной Азии — 200 миллионов пользователей!

В среднем они проводят примерно по 5 часов онлайн.



Темпы роста интернет-аудитории ЮВА — от 8 до 20% в год (за исключением Сингапура, где достигнут «потолок»).

Высокая вовлечённость и молодой возраст аудитории способствуют развитию электронной коммерции в странах ЮВА. Возрастная группа 25–34 лет наиболее склонна к онлайн-покупкам, а также лидирует по уровню доходов, они — новый общественный класс молодых профессионалов с высокими потребительскими запросами, который возник на базе

традиционного общества, поэтому к региону давно присматриваются инвесторы, что особенно заметно на рынке стартапов.

Стартап-движение очень активно развивается в ЮВА. Филиппины, например, дают очень большое для такой бедной страны количество молодых технологических компаний, а в Таиланде и Вьетнаме, хотя и с меньшим внешним вниманием, это движение тоже хорошо развивается. Вьетнам даже начинает «отнимать» звание столицы фрилансеров у Таиланда. А Сингапур и Малайзия давно уже являются одними из технологических центров современного мира.

Демографические характеристики аудитории интернет в исследуемых странах

| Государство | Численность интернет-аудитории 2013, млн. чел. | Темпы роста в год, % | Процент населения имеющего доступ в сеть, % | Доминирующая возрастная группа, лет           | Время нахождения в сети у ежедневно бывающей онлайн аудитории, часы |
|-------------|------------------------------------------------|----------------------|---------------------------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Таиланд     | 26                                             | 8                    | 38,8                                        | 15-24 (45%)                                   | 5                                                                   |
| Индонезия   | 74                                             | 20                   | 28,9                                        | 20-35 (37%) 35-55 (36%)                       | 5.07                                                                |
| Сингапур    | 4,06                                           | 1                    | 73                                          | 25-34 (31%)                                   | 5.16                                                                |
| Вьетнам     | 36,1                                           | 9                    | 39                                          | 25-34 (67%)                                   | 4.37                                                                |
| Малайзия    | 20                                             | 15                   | 67                                          | приблизительно равны все категории, кроме 55+ | 5.36                                                                |
| Филиппины   | 37,6                                           | 10                   | 36                                          | 15-24 (40%)                                   | 6.12                                                                |

## ПОПУЛЯРНЫЕ РЕСУРСЫ, ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ, ТОП САЙТОВ

В этом пункте есть ряд общих моментов у всех исследованных стран. Во-первых, глобальное доминирование поисковика от Google. Во-вторых, массовая увлечённость населения общением в социальных сетях, особенно Facebook. Там зарегистрированы 9 из 10 интернет-пользователей ЮВА. Вообще социальные сети заметно лидируют в рейтинге интересов наряду с поиском информации, чтением новостей, отправкой почты и просмотром видео на Youtube. Данные о предпочтениях пользователей в социальных сетях очень быстро устаревают, к тому же отличаются в разных источниках.

Значительный пласт данных о самых популярных сервисах поставляют местные ангажированные источники, чьи данные содержат некорректную

информацию, которая моделируется, исходя из соображений привлечения внимания к отрасли или проекту. Данные, собираемые Alexa, также не отражают реального положения вещей, и потому провести работу по выявлению лидеров местного интернета крайне сложно.

Мы попробовали собрать наиболее достоверные сведения, учитывая все источники.

Сравнение предпочтений пользователей ЮВА относительно топовых мировых сервисов

| Государство | Доминирующая поисковая система | Аудитория использующая Facebook, % | Аудитория использующая Youtube, % | Аудитория использующая Instagram, % | Аудитория использующая Twitter, % | Аудитория использующая Google+, % | Аудитория использующая Linkedin, % | Всего аудитория соц.сетей, млн. чел. |
|-------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| Таиланд     | Google                         | 96                                 | 60                                | 40                                  | 57                                | 70                                | 23                                 | 24                                   |
| Индонезия   | Google                         | 93                                 | 41,6                              | 32                                  | 30                                | 37                                | 32                                 | 62                                   |
| Сингапур    | Google                         | 92                                 | 76                                | 25                                  | 54                                | 45                                | 36                                 | 3,2                                  |
| Вьетнам     | Google                         | 97                                 | н/д                               | н/д                                 | 45                                | 76                                | 22                                 | 20                                   |
| Малайзия    | Google                         | 82                                 | 80                                | 40                                  | 57                                | 77                                | 32                                 | 16                                   |
| Филиппины   | Google                         | 97                                 | н/д                               | 42                                  | 81                                | 69                                | 39                                 | 34                                   |

Ниже мы рассмотрим подробнее самые популярные локальные и региональные ресурсы.

## ТАИЛАНД

Японский мессенджер Line уступает по популярности лишь Facebook. В Топ-10 из местных сайтов входят портал Sanook и интернет-магазин Lazada. Сервис SimilarWeb, публикующий данные о популярности ресурсов, даёт несколько иную картину:

## ИНДОНЕЗИЯ

Третья в мире страна по активности в Twitter. Очень популярны мобильные мессенджеры MigMe (около 10 миллионов пользователей) и Line (около 6 миллионов), порталы detikcom и Kaskus.

Версия SimilarWeb рейтинга популярных сайтов страны:

 **THAILAND** ▼

| Rank  | Domain              |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                      |  facebook.com       |
| 2                                                                                      |  google.co.th       |
| 3                                                                                      |  youtube.com        |
| 4                                                                                      |  google.com         |
| 5                                                                                      |  live.com           |
| 6                                                                                      |  pantip.com         |
| 7                                                                                      |  sanook.com         |
| 8                                                                                      |  yahoo.com          |
| 9                                                                                      |  onclickads.net    |
| 10                                                                                     |  kapook.com       |
| 11                                                                                     |  dek-d.com        |
| 12                                                                                     |  hao123.com       |
| 13                                                                                     |  twitter.com      |
| 14                                                                                     |  ask.com          |
| 15                                                                                     |  mthai.com        |
| 16                                                                                     |  news.sanook.com  |
| 17                                                                                     |  wikipedia.org    |
| 18                                                                                     |  kaidee.com       |
| 19                                                                                     |  ilividnewtab.com |
| 20                                                                                     |  manager.co.th    |
| 21                                                                                     |  lazada.co.th     |

| Rank  | Domain                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                      |  facebook.com              |
| 2                                                                                      |  google.co.id              |
| 3                                                                                      |  google.com                |
| 4                                                                                      |  youtube.com               |
| 5                                                                                      |  yahoo.com                 |
| 6                                                                                      |  lazada.co.id              |
| 7                                                                                      |  twitter.com               |
| 8                                                                                      |  ask.com                   |
| 9                                                                                      |  wordpress.com             |
| 10                                                                                     |  detik.com                 |
| 11                                                                                     |  youradexchange.com      |
| 12                                                                                     |  kaskus.co.id            |
| 13                                                                                     |  onclickads.net          |
| 14                                                                                     |  wikipedia.org           |
| 15                                                                                     |  olx.co.id               |
| 16                                                                                     |  instagram.com           |
| 17                                                                                     |  indonesia-community.net |
| 18                                                                                     |  tokopedia.com           |
| 19                                                                                     |  flirchi.com             |
| 20                                                                                     |  kompas.com              |
| 21                                                                                     |  gmail.com               |

## СИНГАПУР

Здесь конкурентами уже традиционно популярным соцсетям являются блогошопы — e-commerce площадки с возможностями общения. И хотя пик их популярности остался позади, так как они вытесняются корейским Qoo10, принадлежащему e-Bay, блогшопы ещё способны влиять на пользовательские интересы.

Популярен также новостной портал Stomp, принадлежащий местному информационному холдингу Singapore Press Holdings и маркетплейс Stclassifieds. Версия SimilarWeb рейтинга популярных сайтов страны:

| SINGAPORE |                        |
|-----------|------------------------|
| Rank      | Domain                 |
| 1         | google.com.sg          |
| 2         | facebook.com           |
| 3         | youtube.com            |
| 4         | google.com             |
| 5         | yahoo.com              |
| 6         | live.com               |
| 7         | wikipedia.org          |
| 8         | db.com.sg              |
| 9         | twitter.com            |
| 10        | qoo10.sg               |
| 11        | 30daychange.co         |
| 12        | adcash.com             |
| 13        | xhamster.com           |
| 14        | binaryprofessional.com |
| 15        | youradexchange.com     |
| 16        | tumblr.com             |
| 17        | guidetogoldenapp.com   |
| 18        | instagram.com          |
| 19        | onclickads.net         |
| 20        | linkedin.com           |
| 21        | amazon.com             |

## МАЛАЙЗИЯ

С большим отрывом лидируют мировые порталы и социальные сети. Из местных проектов можно отметить новостной сайт Tantan News, торговую площадку с возможностью кэшбэка MilkaDeal и авиа-лоукостер AirAsia.

Версия SimilarWeb рейтинга популярных сайтов страны:

 **MALAYSIA** ▼

| Rank  | Domain                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                                                      |  facebook.com                                                                                    |
| 2                                                                                      |  google.com                                                                                      |
| 3                                                                                      |  youtube.com                                                                                     |
| 4                                                                                      |  google.com.my                                                                                   |
| 5                                                                                      |  yahoo.com                                                                                       |
| 6                                                                                      |  maybank2u.com.my                                                                                |
| 7                                                                                      |  live.com                                                                                        |
| 8                                                                                      |  mudah.my                                                                                      |
| 9                                                                                      |  youradexchange.com                                                                            |
| 10                                                                                     |  ask.com                                                                                       |
| 11                                                                                     |  wikipedia.org                                                                                 |
| 12                                                                                     |  lazada.com.my                                                                                 |
| 13                                                                                     |  moe.gov.my                                                                                    |
| 14                                                                                     |  myroyalewin.com                                                                               |
| 15                                                                                     |  cimbclicks.com.my                                                                             |
| 16                                                                                     |  airasia.com                                                                                   |
| 17                                                                                     |  twitter.com                                                                                   |
| 18                                                                                     |  msn.com                                                                                       |
| 19                                                                                     |  onclickads.net                                                                                |
| 20                                                                                     |  adcash.com                                                                                    |
| 21                                                                                     |  agoda.com  |

## ВЬЕТНАМ

Популярен местный поисковик СосСос, созданный с участием российских инвесторов и разработчиков. Вьетнамские ИТ-компании довольно активны, и страна богата собственными проектами, в отличие, например, от Малайзии, которую «оккупировали» ресурсы преимущественно из-за границы.

Широкую аудиторию имеют купонные сервисы: CungMua, HotDeal, Muachung; маркетплейс Runhau; игровая площадка Soha Store. Но наиболее широкую популярность имеет портал vinaGame — игровой агрегатор, которому также принадлежит популярный новостной сайт Zing и мессенджер Zalo.

### Top Sites in Vietnam 🇻🇳 ?

|                             |                                                                                                                                                            |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Global                      | 1 <a href="#">Coccoc.com</a><br>Trang tích hợp công cụ tìm kiếm, trang cài đặt và trang chủ của người dùng trình duyệt Cốc Cốc                             |
| By Country                  | 2 <a href="#">Google.com</a><br>Enables users to search the world's information, including webpages, images, and videos. Offers... <a href="#">More</a>    |
| <a href="#">By Category</a> | 3 <a href="#">Facebook.com</a><br>A social utility that connects people, to keep up with friends, upload photos, share links and ... <a href="#">More</a>  |
|                             | 4 <a href="#">Youtube.com</a><br>YouTube is a way to get your videos to the people who matter to you. Upload, tag and share your... <a href="#">More</a>   |
|                             | 5 <a href="#">Webtretho.com</a><br>Webtretho (WTT) – một thành viên của Project Lana, là một hệ thống những website dành cho phụ n... <a href="#">More</a> |
|                             | 6 <a href="#">Google.com.vn</a><br>Dịch vụ cung cấp chính của công ty Google. Dịch vụ này cho phép người truy cập tìm kiếm thông t... <a href="#">More</a> |
|                             | 7 <a href="#">Vnexpress.net</a><br>Thông tin hàng ngày ở Việt Nam và thế giới. Các chuyên mục khoa học, sức khoẻ, đời sống và giải... <a href="#">More</a> |
|                             | 8 <a href="#">Zing.vn</a><br>Cổng thông tin, mạng xã hội & giải trí online (xem video, nghe nhạc, viết blog, đăng ảnh, hát k... <a href="#">More</a>       |
|                             | 9 <a href="#">24h.com.vn</a><br>Thông tin giải trí và cuộc sống thường ngày Việt nam. Đồng người truy cập nhất tại HCM                                     |
|                             | 10 <a href="#">Doisongphapluat.com</a><br>Thông tin đời sống và pháp luật. Cơ quan trung ương của Hội Luật Gia Việt Nam                                    |
|                             | 11 <a href="#">Lazada.vn</a><br>Mua hàng trực tuyến từ Lazada.vn với mức giá, khuyến mãi hấp dẫn và nhiều mặt hàng đa dạng từ l... <a href="#">More</a>    |

## ФИЛИППИНЫ

Очень популярен, лишь чуть уступая мировым поисковикам, местный информационный сайт ABS-CBN News на родном для филиппинцев языке, а также портал ведущей филиппинской газеты Inquirer.

Онлайн-молл № 1 на Филиппинах — MetroDeal. Действует интересный проект Galleon, продающий дефицитные для Филиппин товары из других стран. Торговая площадка с функциями социальной сети и доски объявлений OLX — один из самых посещаемых сайтов локального сегмента интернета, хотя и не является местным проектом. Активно используются жителями и местная авиакомпания Cebu Pacific Air.

Версия SimilarWeb рейтинга популярных сайтов страны:

| 🇵🇭 PHILIPPINES ▼ |                                                                                                        |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rank ⓘ           | Domain ⓘ                                                                                               |
| 1                |  facebook.com         |
| 2                |  youtube.com          |
| 3                |  google.com.ph        |
| 4                |  yahoo.com           |
| 5                |  google.com         |
| 6                |  lazada.com.ph      |
| 7                |  ask.com            |
| 8                |  ilividnewtab.com   |
| 9                |  youradexchange.com |
| 10               |  y8.com             |
| 11               |  aliexpress.com     |
| 12               |  onclickads.net     |
| 13               |  olx.ph             |
| 14               |  wikipedia.org      |
| 15               |  twitter.com        |
| 16               |  adcash.com         |
| 17               |  alibaba.com        |
| 18               |  flirchi.com        |
| 19               |  freelotto.com      |
| 20               |  xvideos.com        |
| 21               |  msn.com            |

Интеграционные процессы в местном интернете идут значительно быстрее, чем в политической плоскости, и онлайн-рынок быстро становится глобальным, но всё равно пока остаётся региональным — лидеры здесь занимают доминирующее положение сразу в нескольких странах и часто не видны, если рассматривать только местные ресурсы.

Таковыми региональными лидерами являются:

- дейтинг — [Flirchi](#);
- e-commerce — [Lazada](#) и [Aliexpress](#);
- мессенджеры — [Line](#), [Viber](#), [Mig](#), [Whatsapp](#);
- поисковик — [Google](#);
- социальные сети — [Facebook](#);
- поиск работы — [Jobstreet](#) и [JobsDB](#) (у порталов один владелец из Австралии);
- тревел — [Priceline/Agoda](#) (также владелец компаний представляет Австралию);
- доски объявлений — [ST701](#) и [OLX](#);
- недвижимость — [Property Guru](#) и [iProperty](#);
- игры — [Garena](#).

## МОБИЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ РАЗРАБОТЧИКОВ

Азиатский регион идёт по пути увеличения доли мобильного интернета, часто с замещением стационарного доступа. Проникновение сотовой связи во всех странах региона более 100%. Здесь огромная аудитория мобильного интернета с большим потенциалом потребления соответствующего контента. Особенно в связи с экспансией технологии 4G.

Не везде ещё достигнута высокая доля использования смартфонов: если в Сингапуре сложно найти человека с «обычным телефоном», то на Филиппинах современными устройствами пользуется лишь треть населения. Однако, рост продаж смартфонов здесь идёт на сотни процентов! Ещё одна общая черта — доминирование ОС Android, которая ежегодно наращивает позиции и вытесняет остальных игроков. В Юго-Восточной Азии есть страны, где доля смартфонов близка к 100% населения, и есть, где она едва перевалила за 15%. При этом суммарная аудитория — 600 миллионов человек!

Так как рынки стран чрезвычайно похожи, нет смысла выделять каждую страну с целью описания возможностей для мобильных

разработчиков, поэтому мы объединили страны, за исключением Сингапура, стоящего на иной ступени благосостояния и технологического уровня.

Основные сегменты рынка (кроме Сингапура):

- разработка платёжных систем, в том числе мобильных;
- создание мобильных приложений для местных компаний;
- инструменты для мобильной аналитики;
- мобильная реклама.

В Сингапуре более развитая инфраструктура и очень сильный уклон в финтех, что объяснимо, зная о его «специализации» в финансовом секторе. Впрочем, и здесь «мобилизация» интернета требует поддержки разработчиков.

Сравнение проникновения мобильной связи и особенностей пользовательских предпочтений в исследуемых странах

| Государство | Число абонентов сотовой связи, млн. чел. | Проникновение сотовой связи, % | Аудитория мобильного интернета, млн. чел. | Доля смартфонов, % | Доля Android, % | Доля iOS, % | Доля Blackberry, % | Доля Windows, % |
|-------------|------------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------------|--------------------|-----------------|-------------|--------------------|-----------------|
| Таиланд     | 96                                       | 144                            | 55                                        | 36                 | 61              | 28,7        | 5                  | 5               |
| Индонезия   | 278                                      | 130                            | 145                                       | 23                 | 53              | 4           | 35                 | 9               |
| Сингапур    | 8.3                                      | 156                            | 8.1                                       | близка к 100       | 43              | 48          | 1                  | 8               |
| Вьетнам     | 134                                      | 145                            | 27.5                                      | 36                 | 21              | 21          | 26                 | 4               |
| Малайзия    | 41,3                                     | 140                            | 14                                        | 80                 | 65              | 13          | 9                  | 13              |
| Филиппины   | 100                                      | 101                            | 30                                        | 15                 | 45              | 25          | 1                  | 1               |

ЮВА — один из самых перспективных рынков для мобильных разработчиков, где сочетаются высокий спрос и пока ещё небольшое предложение с большими проблемами монетизации, когда узкий слой платёжеспособных граждан пользуется глобальными продуктами, а малообеспеченное большинство не имеет возможности оплачивать услуги.

## ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ

С e-commerce связаны главные перспективы Юго-Восточной Азии после мобильных технологий. Бум онлайн-коммерции сопровождается увеличением доходов населения, что ещё более стимулирует рынок.

По показателю потенциала интернет-рынка (произведение ВВП на число пользователей) только в Индонезии он составляет 131 миллиард долларов.

Однако регион сложен в плане оценок его потенциала и особенно в части ёмкости рынка.

Следует учитывать и тенденцию местных экспертов к завышению показателей, например, в объём электронной коммерции включаются данные по онлайн-транзакциям туристов, покупающих билеты, номера отелей и т. п., что учитывая курортную популярность стран, может очень сильно искажать реальные данные, хотя равно как и подтверждать то, что туристическая отрасль в регионе способна генерировать огромные финансовые потоки.

Ожидание бума электронной коммерции подстегнуло и взрыв инвестиций в отрасль, что привело к высоким формальным показателям, однако, в реальности, без учёта инвестированных средств, данные об обороте рынка были бы значительно ниже. Пока же оценки содержат в себе и фактические субсидии от инвесторов.

А теперь аргумент с другой стороны: данные о рынке не только разнятся и фактически исчисляются по закрытым методикам, но и не учитывают объёмы таких гигантов местной коммерции, как OLX и ему подобных. Их реальные обороты известны только владельцам, но на уровне слухов они могут значительно превышать оценки всего рынка электронной коммерции!

Темпы роста рынка электронной коммерции разнятся: от 15% в высокоразвитом Сингапуре до 80% во Вьетнаме и 100% на Филиппинах. Ежемесячно делают онлайн-покупки от 25% до 60% интернет-пользователей. Рост e-commerce на данный момент тормозит лишь слабое развитие платёжных систем. Недостаточно распространены пластиковые карты и электронные кошельки. Поэтому львиная доля транзакций совершается с помощью банковских переводов и через ритейл сети (сбор кэша через прилавки — популярный способ расчётов). Однако, при обозначенных проблемах ситуация на рынке e-commerce всё равно активно развивается.

Хорошим стимулом работать на местном рынке является распространённость английского языка. Он является официальным в Сингапуре, в Индонезии и Малайзии. В ходу также смешанные с родными языками диалекты, а Филиппины — третий в мире англоязычный рынок после США и Великобритании.

Единственный негативный фактор — небольшой средний чек онлайн-покупок. Если в Сингапуре он составляет 871 доллар в месяц, то в Индонезии

и Филиппинах цифры гораздо скромнее. Компенсируют недостаток массовость аудитории и быстрое увеличение доходов.

#### Сравнение рынка электронной коммерции в изучаемых странах

| Государство | Рынок эл. коммерции,<br>млрд. долларов | Интернет-аудитория,<br>совершающая покупки<br>онлайн ежемесячно, % | Рост рынка в год, % |
|-------------|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|---------------------|
| Таиланд     | 1                                      | 30                                                                 | 30                  |
| Индонезия   | 1,8                                    | менее 6                                                            | 80                  |
| Сингапур    | 2,7                                    | 58                                                                 | 15                  |
| Вьетнам     | 2,2                                    | 61                                                                 | 80                  |
| Малайзия    | 1                                      | 54                                                                 | 50                  |
| Филиппины   | 1                                      | 25                                                                 | 101                 |

Что касается размеров среднего чека покупки или расходов на электронную коммерцию на душу население, то как и с расчётом объёма рынка, здесь царит разнообразие мнений: от более чем 100 долларов на душу населения в среднем до не более чем 20 долларов. Учитывая реальные (довольно низкие) доходы населения ЮВА (кроме Сингапура), для корректности информации следует указать только ориентировочные цифры по странам: Таиланд — около 50 долларов, Индонезия — 20, Вьетнам — не более 20, Малайзия — 50–70, Филиппины — около 20. Что касается Сингапура, то его показатели существенно выше и колеблются по разным оценкам от 800 до 1500 долларов.

#### ТАИЛАНД

Данные об объёме рынка значительно отличаются в разных источниках. Приблизительно он равен 1 миллиарду долларов, что составляет 0,2% от общего объёма розничной торговли в стране. Это выше, чем у остальных стран региона. Итоговый прогноз при максимальном развитии электронной коммерции — 12–15 миллиардов долларов. Своеобразной изюминкой онлайн-ритейла Таиланда является торговля через Facebook, Line, Instagram.

#### ИНДОНЕЗИЯ

Потенциально самый большой рынок в регионе. Пиковый прогноз — 130 миллиардов долларов. Рост сдерживается низкой скоростью доступа, дорогой логистикой и отсутствием инструментов для мобильных платежей. Объём

е-commerce, несмотря на ежегодное удвоение, составляет менее 1% от всей торговли в стране.

## **СИНГАПУР**

Самые низкие темпы роста — 15% в год, плюс огромная конкуренция. На местные сайты приходится около 40% онлайн-продаж. Оставшаяся часть — это трансграничные покупки, поскольку Сингапур является крупным международным логистическим центром.

Рынок зрелый, близок к насыщению. 50% сингапурцев ежемесячно делают покупки онлайн (средние расходы 1 000 долларов), половина из которых через мобильный доступ.

Местный феномен — блогшопы, которые постепенно сходят на нет, но ещё остаются влиятельным игроком сингапурской сцены. Это интернет-магазины, мы уже упоминали о них, выросшие из блогов и совмещающие торговлю и общение с покупателями. Вы можете изучить рейтинг блогшопов [вот тут](#).

## **МАЛАЙЗИЯ**

Объём рынка — 1 миллиард долларов при росте 50% в год. Для относительно небольшого населения это хорошие показатели.

Местная аудитория с высоким уровнем платёжеспособности. Малазийцы заказывают товары и через собственные ресурсы, и через Сингапур, и через Китай с Южной Кореей. Доля онлайн-покупателей — 42% от всего населения. Вместе с Сингапуром страна делает половину онлайн-продаж в Юго-Восточной Азии. Рынок зрелый, развивается без скачков. Как и в Сингапуре, здесь популярны блогшопы.

## **ВЬЕТНАМ**

В 2015 году объём рынка электронной торговли ожидается на уровне 1,3 миллиарда долларов, но данные сильно разнятся, доходя и до 2,2 миллиардов долларов максимум, однако, это выглядит чрезмерным преувеличением. 61% всей интернет-аудитории совершают покупки онлайн. 60% вьетнамцев делали покупки с помощью своего телефона, и этот фактор очень важно учитывать при входе на местный рынок.

## **ФИЛИППИНЫ**

Самый быстрорастущий рынок региона, прибавляет ежегодно более 100%, вырастет до 8 — 12 миллиардов долларов в течении ближайших 5 лет

с нынешнего ~1 миллиарда и прогнозируемых 2 миллиардов на конец 2015 года. При этом 73% населения страны не имеют банковского счёта и лишь 3% пользуются кредитными картами. Средний чек покупки очень низок — не более 20–40 долларов (по разным оценкам), и всего 25% интернет-населения совершают покупки в Сети.

#### ТОЧКИ РОСТА: РАСТУЩИЕ СЕГМЕНТЫ, СВОБОДНЫЕ НИШИ

В Юго-Восточной Азии есть несколько общих моментов. Как и в случае с мобильными возможностями, лишь Сингапур выбивается из общей для стран региона картины.

Во-первых, доминирует мобильный доступ, поэтому спросом пользуются соответствующие технологии. В Малайзии и Сингапуре его удовлетворяют местные и зарубежные разработчики. Они создают приложения, инструменты аналитики и рекламы.

Во Вьетнаме и Филиппинах, наоборот, мобильный сегмент только формируется, рынок нуждается в более простых услугах, а мобильный интернет пока ещё здесь не стал самостоятельной сферой, которая бы диктовала условия рынку.

Во-вторых, стремительно развивается онлайн-коммерция. Для неё актуален весь спектр сервисов и инструментов: от конструкторов интернет-магазинов до средств аналитики, повышения конверсии, автоматического продвижения в поисковиках и социальных сетях.

В-третьих, гиперсоциализация местной аудитории. Это открывает отличные возможности для разработчиков в сфере digital-рекламы, специалистов по продвижению в социальных сетях, создателей приложений, мессенджеров, маркетплейсов.

Основные точки роста по странам:

#### ТАИЛАНД

- мобильные приложения;
- системы приёма и обработки онлайн-платежей;
- инструменты для электронной коммерции.

#### ИНДОНЕЗИЯ

- в стране нет качественных стартапов, и она заинтересована в их появлении;
- интернет-магазины с узкоцелевыми товарами вместо онлайн-гипермаркетов и маркетплейсов;
- мобильные приложения;
- системы приёма и обработки онлайн-платежей через мобильный телефон.

#### СИНГАПУР

- инструменты онлайн-управления финансами, биржевой аналитикой и т. п.;

- реклама в мобильном интернете;
- инструменты для электронной коммерции через блоги;
- также есть дефицит успешных стартапов.

### **МАЛАЙЗИЯ**

- системы приёма и обработки мобильных платежей;
- сайты для малого и среднего бизнеса: у 70% предпринимателей их нет;
- мобильные приложения и инструменты коммерции.

### **ВЬЕТНАМ**

- сайты для малого и среднего бизнеса, который преобладает в стране;
- торговые площадки с возможностью общения между пользователями;
- системы приёма платежей для e-commerce (хотя среда уже конкурентна);
- разработка мобильных игр;
- сфера туризма: сайты, онлайн-бронирование, продажа туров;
- мобильная реклама (вьетнамцы очень хорошо её воспринимают).

### **ФИЛИППИНЫ**

- электронная коммерция на подъёме: создание интернет-магазинов, агрегаторов, инструментов повышения конверсии и т. п.;
- инструменты онлайн-платежей для лиц, не имеющих банковского счёта;
- локализация здесь колл-центров для англоязычных рынков;
- открытие интернет-кафе и инструментов управления ими;
- созданием систем оповещения населения о частых здесь стихийных бедствиях.

### **ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ СТАРТАПОВ**

Инновационная деятельность поощряется в Сингапуре, Малайзии, Вьетнаме и Таиланде. Филиппины развиваются в этой сфере также активно, но больше на энергии самих предпринимателей.

В первых трёх странах создаются хорошие условия и возлагаются большие надежды на высокотехнологичные стартапы. Инвесторы из Японии и Австралии не только вкладывают средства в местные проекты, но и занимаются их поглощением. Здесь достаточно развитая среда и низкие издержки на персонал по сравнению с Западом (со статистикой зарплат по IT можно ознакомиться в отчёте HAYS).

Впрочем, грандиозных, всемирного масштаба успехов среди стартапов пока не наблюдается. Есть хвалебные отзывы в прессе, но это не то, о чём мечтают инвесторы.

Однако, есть несколько проектов, которые достаточно хорошо «выстрелили» и сейчас занимают видные места в регионе, в их числе: VinaGame, Garena, iProperty, Mig.

Уровень и число качественных стартапов местного рынка можно, наверное, сравнивать с Россией. Во-первых, лидер региона — Сингапур — привлекает за счёт налоговых льгот крупные корпорации, которые не поддерживают стартапы. Молодые же компании просто не в состоянии выжить в очень дорогом городе, несмотря на налоговые послабления. В итоге избыток инвесторов при дефиците исполнителей.

Во-вторых, местные кадры в силу своей ментальности не отличаются предпринимательским духом, склонностью к риску и предпочитают работу в корпорациях, поэтому среди стартаперов большинство иностранцев. Эксперты говорят, что это миф, однако ими часто объясняется некоторое отставание среды от ожидаемых темпов.

Власти Малайзии создали ультрасовременные городские зоны для инноваций, но отдачи они не приносят, так как уровень коррупции в стране очень высок, а умение строить «потёмкинские деревни» сравнится с родиной этого термина. При этом другие страны располагают гораздо меньшими возможностями.

С другой стороны, пассивность местных предпринимателей благоприятствует вхождению иностранного капитала.

С другой стороны, относительная пассивность местных предпринимателей благоприятствует вхождению иностранного капитала. Тем более, что рынок в 600 миллионов человек (плюс близкие Индия и Китай с 2,5 миллиардами) — идеальное место для развития бизнеса. Это поистине фантастические возможности. Эксперты проводят аналогию с Китаем 80-х годов, когда только зарождалась будущая мощь мирового гиганта. Суперсовременный мегаполис Киберджая в Малайзии, доступ к самым богатым инвесторам в Сингапуре, низкие расходы для содержания бизнеса в Таиланде и Вьетнаме, огромный быстро растущий рынок Филиппин — это лишь основные преимущества.

Рассмотрим возможности для старта по странам.

## ТАИЛАНД

Бизнес-среда хорошо организована: существуют коворкинги, сообщества фрилансеров, проводятся тематические мероприятия для начинающих

предпринимателей. В Таиланде работают команды разработчиков из разных стран мира.

Минусы: в стране нет собственных инвесторов, местный рынок по сравнению с соседями не настолько перспективен, тайские законы очень суровы к иностранным собственникам бизнеса.

Таиланд выгоден как экономичная локация бизнеса для выхода на более крупные рынки.

Топ-5 стартапов страны:

- Agoda — ведущий портал в индустрии туризма и путешествий, был куплен австралийской компанией Priceline за 70 миллионов долларов; особенность сервиса состоит в том, что он включён в систему, не имеющую онлайн-представительств отелей;
- 2C2P — лидер среди местных платёжных систем с оборотом более 2 миллиардов. Уникальность заключается в возможности работы с партнёрами, предпочитающими наличные расчёт, по последним оценкам стоимость проекта составляет 50 миллионов долларов;
- AsiaSoft — площадка в игровой сфере, один из конкурентов — Garena, упорно не сдающая позиций;
- Ookbee — ведущий мобильный маркетплейс;
- aCommerce — поставщик логистических решений для электронной коммерции региона, оценённый в 30–40 миллионов долларов.

## **ИНДОНЕЗИЯ**

В стране на данный момент не замечено качественных стартапов. Власти заинтересованы в их появлении, но привлекательных условий при этом не создают. Однако, размещение бизнеса в Индонезии при определённых условиях обещает быть успешным в связи с многообещающими перспективами местного рынка.

Топ-5 стартапов страны:

- Doku — платёжная система, оценена в 30 миллионов долларов;
- Tokopedia — онлайн-молл, крупнейший в стране;
- MigMe — мессенджер, претендующий на замещение в ряде стран более успешных Whatsapp и Line. На данный момент стоит примерно 200 миллионов долларов;
- Oomph — продажи мобильного контента, оценён в более чем 20 млн. дол.;
- Zenius — продажи мобильного контента, оценён в более чем 20 миллионов Долларов.

## СИНГАПУР

Суперсовременная среда, доступные возможности для привлечения инвесторов, налоговые льготы. Благодаря этим факторам, на первый взгляд, Сингапур — идеальное место для стартапа.

***Валентин Бутюгин, частный инвестор, партнер акселератора HaxAsia:***

Сингапур заслуженно называют микрокосмом Азии — он заселен китайцами, индийцами, малайцами и огромным числом работников и эмигрантов со всего мира. Это настоящая отрада от нищеты, хаоса и преступности, царящих на значительной части азиатского материка. Вместе с тем, Сингапур считают и одним из «восточноазиатских тигров» — вместе с Гонконгом, Южной Кореей и Тайванем.

Этот остров на юге Малайзии за каких-нибудь два десятка лет превратился из нищей коррумпированной республики в процветающее государство, которое теперь называют «Европой на экваторе». Здесь нет природных ресурсов, толком не растут ни фрукты, ни пшеница, ни рис, но, несмотря на это, Сингапур стал мировым центром технологических предпринимателей.

Interweb Pro проанализировали большой объем данных по рынку, проанализировав сразу несколько перспективных ниш в Сингапуре. Однако по-моему мнению главное удобство Сингапура в выходе на международные рынки. Юридическая система страны основана на принципах Британского права, а партнеры в Китае, Южной Корее и даже США лояльно относятся к компаниям из Сингапура. Поэтому я бы посоветовал рассматривать этот рынок не как возможность расширить бизнес на еще одну страну, а как трамплин для международного развития.

Минусы: огромные расходы на жизнь и аренду недвижимости. Молодым компаниям с маленьким бюджетом здесь выжить очень сложно.

Успешный проект — платежный сервис Codapay.

Топ-5 стартапов Сингапура:

- RedMart — доставка продуктов питания;
- Codapay — платёжный сервис;
- CTRL/shift — медиабайинг;
- Carousell — маркетплейс;
- PropertyGuru — один из самых успешных региональных проектов по недвижимости.

## МАЛАЙЗИЯ

В Малайзии развитая бизнес-среда, плюс государственные программы поддержки стартапов. К тому же, здесь нет безумных цен как в Сингапуре. Несмотря на это, Сингапур больше привлекает западных инвесторов.

Важный минус — коррупция местных властей.

Топ-5 стартапов страны:

- GrabTaxi — мощнейший региональный лидер, оценённый в 500 миллионов долларов;
- Piktochart — создание инфографики;
- iProperty — портал недвижимости, стоимостью около 500 миллионов долларов;
- Ringgitplus — финансовые услуги, сравнение стоимости;
- MOL — электронные платежи, первая компания из ЮВА на NASDAQ, оценка стоимости доходила до 800 миллионов долларов.

И отдельно следует сказать о самом многообещающем стартапе SoftSpace, который работает в сфере POS-платежей. Команда проекта известна своей крайней амбициозностью, работает уже в 7 странах региона и при этом «довольствуется» самыми небольшими инвестициями среди коллег по цеху.

## ВЬЕТНАМ

Действует несколько акселераторов и фондов поддержки: TOPICA, Vietnam Sillicon Valley, Founder Institute. Среда очень насыщена возможностями, но только в трёх крупнейших городах страны.

В стране сильный кадровый голод и низкий профессиональный уровень специалистов, что открывает дорогу сильным зарубежным конкурентам. Население страны также богатеет и приобщается к онлайн-покупкам и тратам на онлайн, поэтому перспективы направления благоприятны.

Недостатки Вьетнама: нехватка качественных стартапов, кадровый голод, нет местных инвесторов и немного зарубежных. Последним по закону ещё и запрещено владеть более 20% доли в местной компании в финансовой сфере, а это существенная часть местных интересных тем для старта.

Топ-5 стартапов страны

- Triip — сервис для туристов, позволяет найти гида из местного населения;
- Appota — мобильный маркетплейс;
- Vinagame — игровая платформа с огромным охватом на весь регион и стоимостью около 1 миллиарда долларов;

- Topica — онлайн-образование, оценена в 40 миллионов долларов;
- Vatiga — сервис объявлений стоимостью около 300 миллионов долларов.

## **ФИЛИППИНЫ**

Среда очень богата проектами при кажущейся бедности страны и слабом профессионализме её разработчиков. Местные компании предпочитают работать в трёх сегментах: разработка игр, маркетплейсы и мессенджеры, возможно потому самые известные местные стартапы выбрали другие сферы приложения сил.

Здесь быстро растёт потребление, а многочисленное население и англоязычная среда позволяет выходить сразу на западный рынок. В плюс также играют дешевизна жизни и низкие зарплатные ожидания персонала.

Минусы: очень низкая скорость интернета, слабая инфраструктура, низкий платёжеспособный спрос основной массы населения.

Топ-5 стартапов страны:

- Payrollhero — управление персоналом и зарплатные решения;
- Ayannah — электронная коммерция и платежи;
- Dragonpay — сервисы платежей;
- Zipmatch — недвижимость;
- Metrodeal — крупнейший купонатор.

Помимо успешных игроков местного уровня, необходимо указать на региональных лидеров, чей масштаб давно уже распространяется на весь регион:

- Garena — крупнейшая игровая платформа;
- GrabTaxi — сервис заказа такси, ставший здесь чрезвычайно популярным;
- Agoda — туризм и путешествия; Lazada — онлайн-шоппинг;
- OLX — доска объявлений.

## **ПОЛЕЗНЫЕ РЕСУРСЫ ПО IT В АЗИИ:**

ТОП сайтов на заметку

- [technode.com](http://technode.com) / [techinasia.com](http://techinasia.com) / [e27.com](http://e27.com) / [aseanup.com](http://aseanup.com) / [digitalnewsasia.com](http://digitalnewsasia.com)
- [thenextweb.com](http://thenextweb.com) / [techcrunch.com](http://techcrunch.com) / [vc.ru](http://vc.ru)

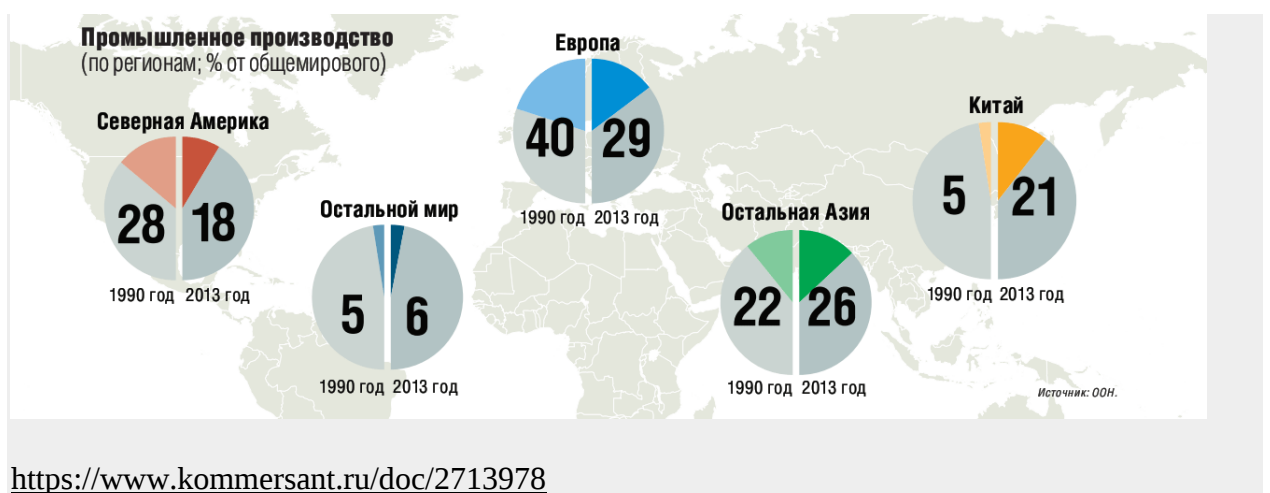
Страны ЮВА на сегодня — это самый быстрорастущий в мире рынок. Здесь крайне удачно сочетаются многочисленное население, дешевизна жизни и рабочей силы, близость крупных производителей (Китай, Индия, Япония, Южная Корея) и высокие показатели проникновения интернета.

Этот рынок был бы идеален, если бы покупательская способность населения была сравнима с западными странами, а степень проникновения банковских

услуг, онлайн-платежей и развитие логистики были бы такими же широкими. Всё это придёт сюда в ближайшие несколько лет, и тогда борьба за лидерство на рынке с 600 миллионами населения (да ещё двумя миллиардами в близлежащих странах) станет ключевой задачей даже для крупнейших мировых компаний. Поэтому выход на рынки этих стран — прекрасная возможность успеть занять хорошие позиции на старте, чтобы потом получить прекрасные дивиденды.

Не все страны одинаково перспективны, везде есть нюансы и проблемные моменты, но в совокупности они не кажутся нерешаемыми, открывающиеся же возможности с лихвой перекрывают. Азия — один из самых быстрорастущих и развивающихся регионов мира, насчитывающий 49 стран с общим населением в 4,5 млрд. человек. При этом половина мировых транзакций в секторе е-коммерции приходится на Китай (так, в День холостяка общая сумма транзакций составила \$39,6 млрд.).

Почему промышленное производство перемещается из Китая в страны Юго-Восточной Азии



<https://www.kommersant.ru/doc/2713978>

В мире продолжается передел промышленного производства. Оно перемещается из Китая в страны Юго-Восточной Азии, но, с точки зрения остальных стран, все остается по-прежнему: азиатские промтовары все равно составляют половину всех произведенных на Земле.

Восточноазиатские страны являются крупными мировыми производителями промышленных товаров с 1960-х годов, когда Япония стала одним из ведущих экспортеров электроники и потребительских товаров; за ней последовали Тайвань и Южная Корея, а к 1980-м годам японские компании наладили производство в странах Юго-Восточной Азии. Ключевыми для

азиатского промышленного производства стали 1990-е годы. Благодаря быстрому промышленному росту в Китае доля азиатских стран в мировой промышленности стала быстро расти: с 27% в 1990 году до 47% в 2013-м, причем на Китай приходится почти половина этой доли (см. график). Особенно быстро растет азиатская доля в мировой торговле промышленными компонентами для дальнейшей сборки — с 14% в 2000 году до 50% в 2012-м. В последние годы иностранные инвесторы обращают внимание на то, что зарплата в промышленном секторе Китая быстро растет: с 2001 года она в среднем росла на 12% в год. Естественно, они обращают внимание и на то, что эта зарплата все равно в четыре раза ниже, чем, скажем, в промышленности США. В последнее время быстро растет и производительность труда в китайской промышленности: с 2007 по 2012 год она увеличивалась на 11% в год — правда, в Таиланде и Индонезии, она также увеличивалась (соответственно на 8% и 7% в год). Наконец, Китай в 2013 году был мировым лидером по покупке промышленных роботов, приобретя 20% всех выпущенных роботов. Правда, оснащенность роботами в Китае несравнимо ниже, чем, скажем, в Японии: 30 роботов на 10 тыс. промышленных рабочих против 323.

Безусловно, инвесторы обращают внимание и на курс юаня, который достиг самого высокого за все годы уровня по сравнению с валютами всех других стран, что делает китайский экспорт все менее конкурентоспособным. Но, самый важный фактор в глазах инвесторов — это все-таки уровень зарплаты в промышленности. Так, в Китае средний уровень зарплаты фабричного рабочего сейчас составляет \$27,5 в день, в то время, как в Индонезии — \$8,6, а во Вьетнаме — \$6,7 в день. Свою роль играет и демография: в Китае население быстро стареет, а в странах Юго-Восточной Азии вроде Индонезии и Вьетнама возраст работоспособного населения значительно ниже среднего общемирового показателя в 29,7 года.

Наиболее очевидной причиной, по которой инвесторы переводят предприятия из Китая именно в эти страны, является их географическая близость. Она позволяет не менять привычные маршруты поставок промышленных товаров по морю в Европу и США, а также дает возможность менеджерам иностранных фирм быстро перемещаться из страны в страну, с фабрики на фабрику. Более того, играет роль и то, что можно поставлять промышленные товары из стран Юго-Восточной Азии в сам Китай, где спрос на эти товары из-за роста платежеспособности населения быстро растет.

Что касается транспортных издержек, то средняя продолжительность экспортных морских перевозок промышленных товаров из Юго-Восточной Азии до конечного потребителя с 2008 года по 2012-й упала на 4,5%, в то время как для товаров из Западной Европы она выросла на 25,9%, а для товаров из США — на 13,7%.

Таким образом, азиатские фабрики имеют явное конкурентное преимущество с транспортной точки зрения.

При этом естественным первым шагом для перевода экспортного промышленного производства из Китая в соседние страны является перевод туда пошива одежды: одежда требует низкой квалификации рабочей силы, низких издержек на оплату труда и легко транспортируется. Типичным примером является перенос пошива одежды из Китая в Мьянму, находящуюся на ранних стадиях индустриализации. Ее экспорт одежды вырос с \$700 млн. в 2012 году до \$1,7 млрд. сегодня. Представители европейской розничной сети H&M, переносив производство свитеров из Китая в Мьянму, указали, что только здесь можно обеспечить загрузку швейных машинок 24 часа в сутки: в Китае работники уже имеют возможность найти работу получше. Более современные производства вроде выпуска электроники переводятся во Вьетнам, Таиланд и Индонезию, власти которых подтверждают заинтересованность в этом. Кроме всего прочего играют роль и факторы международной политики. В частности, японские компании из-за напряженности в отношениях Японии с Китаем в 2013 году удвоили свои инвестиции в промышленность стран Юго-Восточной Азии и на 40% сократили их в китайскую промышленность.

Что касается отношения властей стран Юго-Восточной Азии к переносу промышленных предприятий из Китая, то показателен пример Вьетнама: здесь власти хотели бы за счет иностранных инвестиций и расширения промышленного экспорта ускорить экономический рост.

В пятилетнем плане на 2011-2015 годы была поставлена задача достичь и удержать темпы экономического роста в среднем на 7-7,5% в год (впоследствии эта цифра была снижена Национальным собранием до 6,5-7% в год). Хотя эта задача была скромнее, чем в предыдущем пятилетнем плане, где говорилось о темпах 7,5-8%, даже она не была выполнена в 2011-2013 годах. Темпы роста начали снижаться с 2011 года и в результате в 2011-2013 годах они составили в среднем 5,6% в год (в 2013 году снизились до 5,4%) —

намного меньше запланированных и меньше темпов, достигнутых в среднем в 2001-2010 годах (6,32% в год).

Власти указали, что рост в 2011-2013 годах был самым медленным за последние 13 лет. Также они подчеркнули, что тенденция к снижению темпов роста ВВП во Вьетнаме сохраняется, несмотря на то, что в экономике других странах АСЕАН произошли очень заметные положительные изменения.

Наиболее заметным было замедление роста в промышленности и строительстве Вьетнама. Проблемами здесь оказались высокие процентные ставки по кредитам, затрудненный доступ к капиталу, высокий уровень невозвратных долгов, излишние промышленные мощности, ограниченные возможности для реализации продукции, а также неразвитость рынка недвижимости в стране. По данным вьетнамского Министерства планирования и инвестиций, в 2012 году 56 214 предприятий обанкротились или были вынуждены временно остановить производство. Среди них оказались и предприятия, принадлежащие иностранным инвесторам. Несмотря на то, что Вьетнам не смог достичь запланированных целей, наблюдались некоторые положительные аспекты вьетнамского экономического развития в 2011-2013 годах: экспортный сектор осуществил значительный вклад во вьетнамскую экономику, показав более высокий темп роста, чем рост экономики в целом, и стал движущей силой увеличения производства. Что касается факторов, повлиявших на экономику Вьетнама, то, по мнению властей, сыграли свою роль общемировые экономические трудности. В индустриальных странах заметно снизились темпы экономического роста, но особенно они снизились в развивающихся странах: с 7,5% в 2010 году до 4,5% в 2013-м. Рост ВВП Китая составил только 7,6% — самый низкий показатель за 15 лет. Замедление китайского роста было вызвано решением властей частично отказаться, от стимулирования экономики с тем, чтобы обеспечить финансовую стабильность и баланс между спросом и предложением в экономике. В Индии темпы роста упали с 6,3% в 2011 году до 3,8% в 2013-м. Латиноамериканские страны замедлили свой рост одновременно с замедлением роста в Китае, который является очень крупным рынком сбыта экспортных товаров из Латинской Америки. В 2012 году темпы роста этих стран составили 2,9%, а в 2013-м — 2,7%. Это значительно меньше, чем в 2011 году (4,5%). Сокращение мировой торговли было очевидным уже в 2012 году. Средние темпы роста торговли за десять

лет, с 2001 по 2011 год, составляли 6% в год, а в 2012 году — меньше 4%. Мировые проблемы с производством и торговлей повлияли на все страны, в том числе на Вьетнам.

Во Вьетнаме действует модель рыночной экономики с социалистической ориентацией. Здесь с VI съезда партии, то есть с 1986 года, осуществляется так называемая стратегия обновления. Эта страна имеет значительное население, в структуре которого все больше преобладает молодежь. Население Вьетнама составляет 90 млн. человек, из которых 66% являются трудоспособными. Темпы прироста трудоспособного населения в два раза превышают темпы прироста населения вообще (2,1% в год против 1,1%). Имеются улучшения в качестве человеческих ресурсов. В 2011 году в общем количестве трудоспособного населения доля квалифицированных работников составляла 43%, в 2012 году — 46%, в 2013-м — 49%.

Вьетнамские власти намерены коренным образом реструктурировать экономику с тем, чтобы снизить долю госпредприятий в ВВП: в 2015 году их доля должна составить только 15%, а к 2020 году стать ниже 10%, как и в большинстве стран мира. Кроме того, правительство должно предоставлять помощь из государственного бюджета тем частным предприятиям, которые имеют потенциал для развития. Помощь может оказываться в форме реструктуризации долгов или предоставления дополнительных кредитов.

Но самое главное, по мнению властей: в условиях отсутствия нормального рынка недвижимости и большой доли невозвратных долгов в кредитной системе Вьетнаму более чем когда-либо необходимы прямые иностранные инвестиции. Однако для этого стране необходимо улучшить и стабилизировать деловую среду. Многие годы главным обстоятельством, ухудшающим эту среду, была коррупция, которая очевидна не только в чисто экономической сфере, но также в здравоохранении и образовании. Вьетнам находится в списке наиболее коррумпированных стран мира, занимая по этому показателю 124-е место из 174: в данном случае, чем меньше коррупция, тем ниже находится страна в списке.

Как бы то ни было, крупные многонациональные компании вроде Samsung, Microsoft и Toyota снижают свое промышленное производство в Китае и увеличивают его в странах Юго-Восточной Азии. Доля Китая на американском рынке импортной обуви снизилась с 87% в 2009 году до 79% в 2014-м. На место китайской пришла обувь из Вьетнама, Индонезии и Камбоджи.

Журнал "Коммерсантъ Власть" №16 от 27.04.2015, стр. 34. Однако, в любом случае Китай и окружающие его страны Юго-Восточной Азии остаются лидерами мирового промышленного производства благодаря тому, что Китай, по-прежнему, является ядром некоей промышленной системы и поддерживает с ней тесные связи. Другим развивающимся странам вроде Индии, латиноамериканских и африканских стран становится все труднее рассчитывать на то, чтобы увеличивать свою долю в мировом промышленном производстве, не говоря уже о США и Европе. <https://www.kommersant.ru/doc/2713978>

Текущее состояние и перспективы развития продовольственных рынков Юго-Восточной Азии. <https://drgroup.ru/analiz-prod-rynkov-yva.html>

### ***Задачи исследования***

1. Культурные особенности потребления
2. Потребление, экспорт, тенденции рынка сухого молока и молочных продукты (масло, сметана, кефир и т.д.)
3. Потребление/экспорт/тенденции с/х продукции глубокой переработки пшеницы (мука, отруби пшеничные, аминокислоты)
4. Потребление, экспорт, рынка продукции мясопереработки, тенденции развития
5. Потребление, экспорт, тенденции рынка мучных кондитерских изделий
6. Потребление, экспорт, тенденции рынка соевого, подсолнечного, льняного, рапсового масел
7. Потребление, экспорт, тенденции рынка льна, сои, рапса, жома, патоки
8. Государственная поддержка продукции АПК в России

### ***Методы сбора и анализа данных***

**Мониторинг документов:** в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на продовольственных рынках Юго-Восточной Азии и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

### ***Источники получения информации***

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСТС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

### ***Объем и структура выборки***

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

### ***Резюме***

#### ***Продовольственные рынки стран Юго-Восточной Азии***

Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН) - региональная организация, объединяющая десять государств Юго-Восточной Азии.

Выращивание сельскохозяйственных продуктов и других источников продовольствия - один из важнейших секторов для стран АСЕАН.

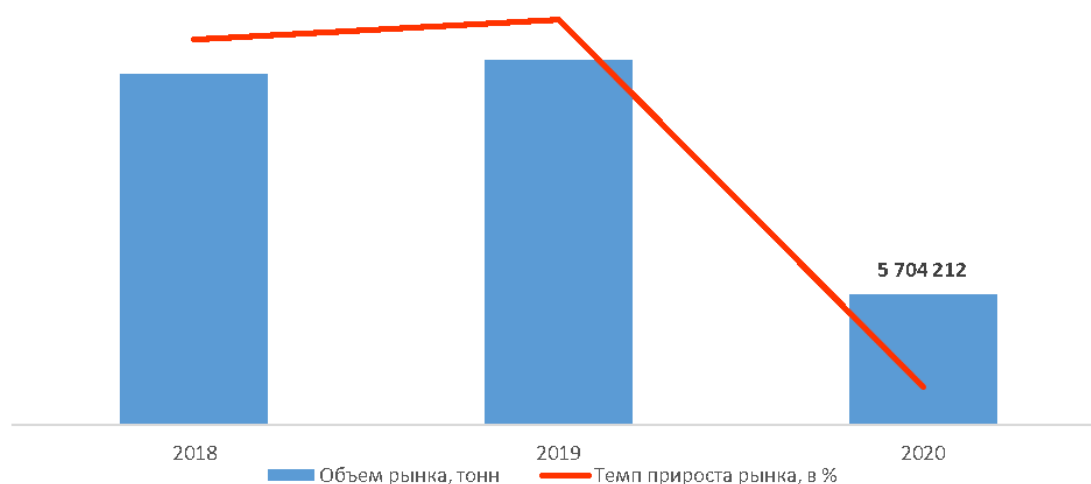
Из-за роста населения, изменения климата и роста благосостояния сельскохозяйственный сектор в этих странах сегодня сталкивается с проблемами. Проблемы безопасности пищевых продуктов отражают

растущую нагрузку на продовольственные системы Юго-Восточной Азии. Продовольственные системы трудятся над адаптацией к урбанизации и другим демографическим изменениям, в дополнение к изменению диетических предпочтений потребителей (в сторону продуктов животного происхождения, обработанных пищевых продуктов и питания вне дома), интенсификации сельскохозяйственного производства и более длительным цепочкам поставок.

### ***Объем и динамика основных показателей продовольственных рынков стран ЮВА***

Юго-Восточная Азия является одним из самых динамичных рынков **молочной продукции** в мире. Вместе с тем, сегодня страны Юго-Восточной Азии потребляют порядка 20 кг молока на душу населения в год. Объем рынка **молочной продукции** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 году составил 5 704,2 тыс.тонн.

### **Объем и темп прироста рынка молочной продукции в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тонн и %**

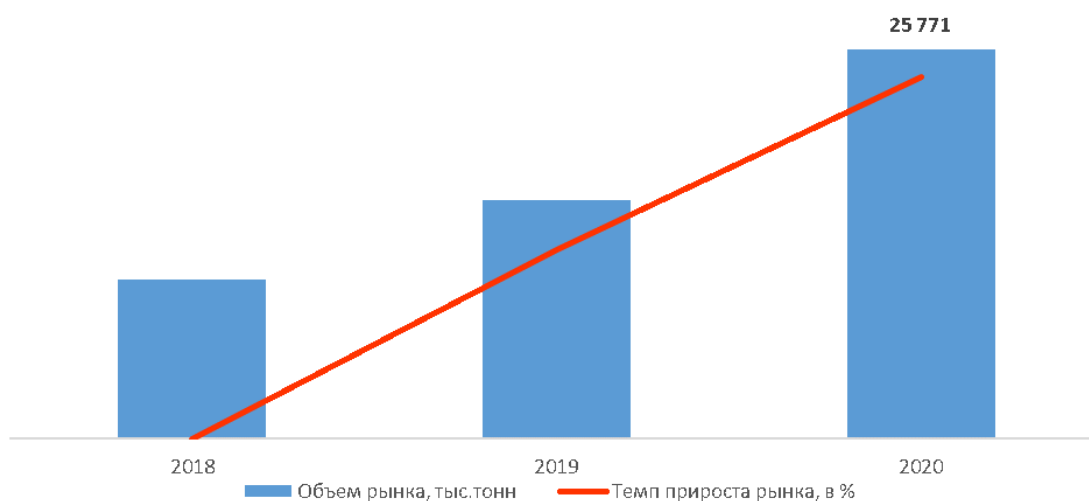


*Источник: расчеты Discovery Research Group.*

В странах Юго-Восточной Азии наблюдается высокий рост спроса на красное мясо и птицу.

Объем рынка **мясной продукции** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 г. составил 25 771 тыс.тонн.

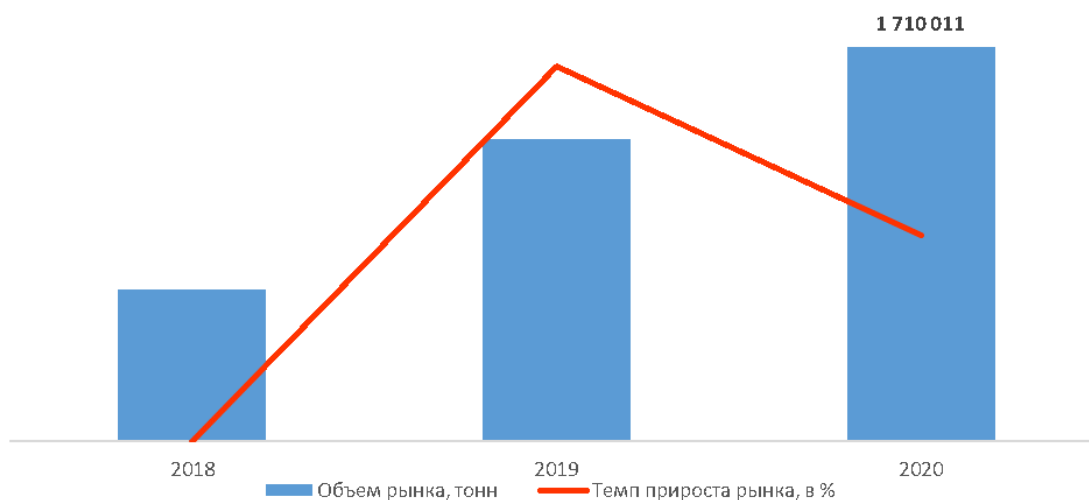
**Объем и темп прироста рынка мясной продукции в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тыс.тонн и %**



*Источник: расчеты Discovery Research Group.*

Потребление **растительных масел** в странах Юго-Восточной Азии растет. Объем рынка **растительных масел** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 году составил 1 710,0 тыс.тонн.

**Объем и темп прироста рынка растительных масел в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тонн и %**

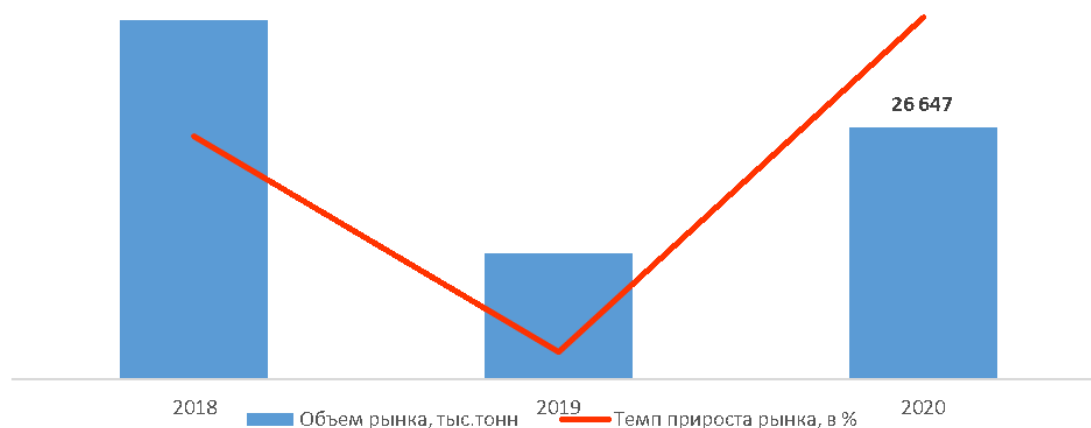


*Источник: расчеты Discovery Research Group.*

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка **пшеницы и продуктов из нее** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 году составил 26 674 тыс.тонн.

Избыточные мощности в мукомольной промышленности и приход на рынок предприятий, принадлежащих иностранным владельцам, привели к жесткой конкуренции и повышенной чувствительности к ценам.

**Объем и темп прироста рынка пшеницы и продуктов из нее в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тыс.тонн и %**

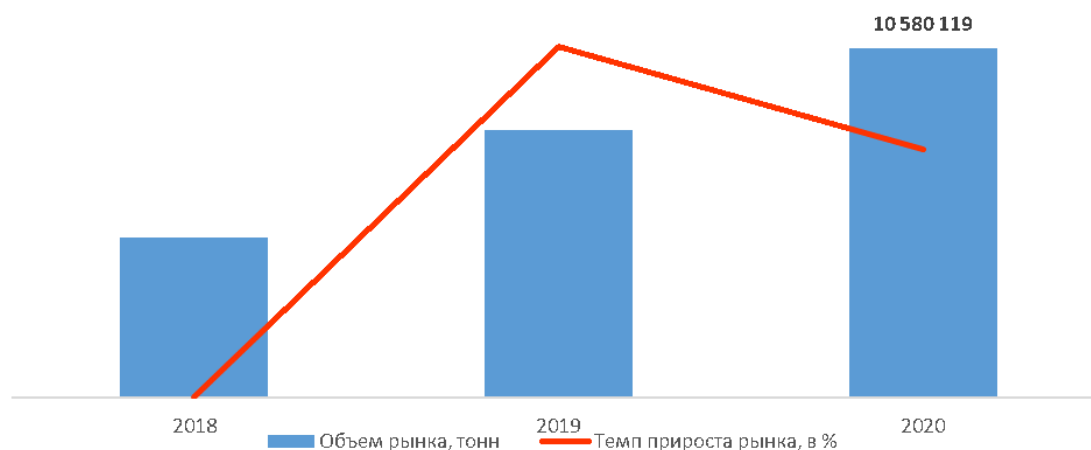


*Источник: расчеты Discovery Research Group.*

Потребление **соевых бобов** в странах Юго-Восточной Азии продолжит расти. В среднесрочном периоде рост составит 1,3% в год. Потребление **семян льна и рапса**, по оценке, будет расти меньшими темпами (порядка 1-1,2% в год).

Объем рынка **семян льна, рапса, соевых бобов** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 году составил 10 580,1 тыс.тонн.

**Объем и темп прироста рынка семян льна, рапса, соевых бобов в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тонн и %**

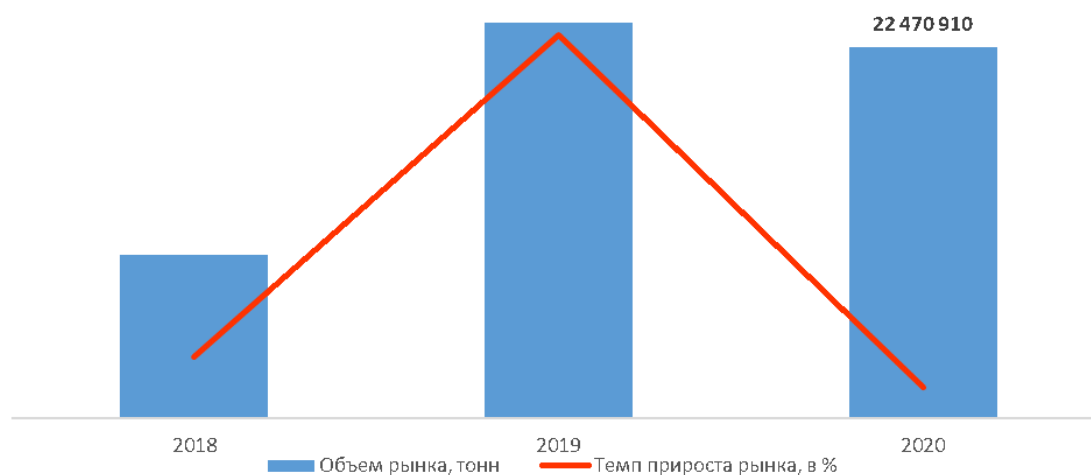


*Источник: расчеты Discovery Research Group.*

Несмотря на снижение потребления **зерновых**, в частности, пшеничной муки, потребление **мучных кондитерских изделий** в странах Юго-Восточной Азии имеет тенденцию к росту.

Объем рынка **мучных кондитерских изделий** в странах Юго-Восточной Азии в 2020 году составил 22 470,9 тыс.тонн.

**Объем и темп прироста рынка мучных кондитерских изделий в странах Юго-Восточной Азии в 2018-2020 гг., тонн и %**



Источник: расчеты Discovery Research Group. <https://drgroup.ru/analiz-prod-rynkov-yva.html>

Развитые страны все еще опережают развивающиеся практически по всем рыночным показателям. Но инвесторы все чаще и чаще обращают внимание на растущие бурными темпами азиатские рынки. Представьте себе: у вас под боком огромный рынок сбыта объемом \$6,6 трлн, но вы не знаете, как на него выйти. Как попасть в этот поток? Как поймать наиболее актуальные тренды самого перспективного региона? На чем растет рынок Азиатско-Тихоокеанского региона и в чем заключается особая специфика локальных трендов? Сфокусируемся на ключевых направлениях, которые интересны российским инвесторам и могут принести им хорошую прибыль.

Достаточно посмотреть на карту мира, чтобы понять, в чем притягательность АТР. Во-первых, здесь проживает более половины населения земного шара: 4,5 млрд. человек – это 60% от общего числа людей в мире. Во-вторых, демография региона выглядит очень привлекательно: средний возраст потребителя – 30 лет. В то время как Европа стремительно стареет, азиатские рынки отличаются молодостью и высокой мобильностью своих покупателей. Благодаря относительной отдаленности от перегруженных западных рынков, у наших предпринимателей возникает ощущение, что на рынках АТР больше

свободы. они воспринимаются, как слабо конкурентная и менее продвинутая среда. И хотя западные рынки нам пока понятнее, на них практически не осталось места для российских стартапов. В это время про Китай, например, говорят все чаще и чаще, в том числе и на правительственном уровне. Это ли не знак того, что пора идти на восток? Тем более что промышленники, в частности, угольные компании, уже успешно осваивают пространство АТР. В 2014 году экспорт угля в азиатские страны вырос вдвое. При условии стагнации этого же сектора на внутреннем рынке из-за дешевого газа и неспособности противостоять поставкам из США на европейском рынке. Наши инвесторы поначалу проявляли к Азии нулевой интерес, в прямом смысле этого слова. По данным российского Центрального банка и Евразийского банка развития, российские инвестиции в Китае на тот момент в принципе не существовали.

Долгое время российские инвесторы обращали внимание на ограниченный набор секторов: нефтегазовый, металлургический и телекоммуникационный. Во всем, что касалось технологического сектора, мы значительно отставали, но со временем ситуация стала меняться.

Такие китайские гиганты электронной коммерции, как Alibaba и JD.com сегодня известны даже российским школьникам. Они давно уже не просто крупнейшие китайские ритейлеры, а трендсеттеры мировой онлайн-торговли. По данным Goldman Sachs, в 2016 году объем продаж на рынке электронной коммерции в Китае составил \$750 млрд, а услугами онлайн площадок воспользовались 450 млн человек. К 2020 году аналитики прогнозируют рост продаж до \$1,7 трлн. Все это во многом возможно благодаря распространению интернета в сельских районах, в которых проживает до 200 млн. потенциальных покупателей.

Страны Юго-Восточной Азии несколько отстают от Китая, что позволяет крупным китайским компаниям использовать свой опыт для захвата новых рынков и применять уже отработанные решения и подходы.

В 2016 году Alibaba купил за \$1 млрд онлайн-ритейлера Lazada Group, через которого планирует строить экспансию в Индонезии, Малайзии, на Филиппинах и в Таиланде. Эксперты сходятся в оценке, что текущий уровень развития eCommerce рынка в Юго-Восточной Азии сравним с китайским рынком 5-6 лет назад и ожидают от него сверхбыстрого роста. Пока же он относительно невелик. По оценкам Google и Temasek Holdings, сейчас он не превышает \$5-10 млрд, но в ближайшие несколько лет рынок

может вырасти до \$80-90 млрд. Это обусловлено несколькими факторами, которые влияют как на рост, так и на те технологии, которые могут потенциально его обеспечить:

- Относительно низкий уровень развития оффлайн инфраструктуры. Если в крупных городах, таких как Куала-Лумпур, Джакарта и Манила, торговые центры присутствуют в большом количестве и пользуются популярностью, то в небольших городах и в деревнях все гораздо хуже. Электронная коммерция может эту проблему решить.
- Отсутствие платежной инфраструктуры. Пластиковые карты не очень широко распространены, и основным способом оплаты сейчас является cash-on-delivery, что очень похоже на Россию и Китай несколько лет назад. Но рост рынка eCommerce в Китае совпал с развитием платежной системы Alipay. С выходом Alibaba в страны ЮВА можно ожидать ускоренного развития платежных сервисов. А это значит, что есть свободная для инвесторов ниша.
- В странах АТР достаточно высокие налоги на импорт. Это стимулирует развитие сильных локальных игроков в каждой из стран.

Из интересных крупных проектов можно выделить Tokopedia (индонезийский C2C-маркетплейс, который привлек инвестиции в объеме четверти миллиарда долларов), Matahari Mall (еще один индонезийский маркетплейс с впечатляющими инвестициями), индийский гигант Flipkart (\$4,5 млрд. привлеченных инвестиций).

Если говорить о венчурной индустрии, то она тоже очень впечатляет. По данным KPMG, китайские инвесторы только за 2016 год вложили в технологические проекты больше \$30 млрд. Это почти четверть мирового объема венчурных инвестиций, объем которых равен \$129 млрд. При этом на фоне общемирового тренда на снижение инвестиций (-9%) в Китае они продолжили расти (+19% в 2016 году). Относительно низкое проникновение интернета в Азии, по сравнению с Европой и Северной Америкой, гарантирует дальнейший активный рост потребления. Ключевые рынки и тренды можно с уверенностью обозначить уже сейчас.

С 2014 года Китай бьет рекорды по объемам венчурного инвестирования. По данным Dow Jones, за год инвесторы вложили в китайские компании \$15,5 млрд. Это в два раза больше предыдущего рекордного показателя в \$7,3 млрд, достигнутого в 2011 году. С чем связан такой резкий скачок? Все благодаря тому, что значительная часть китайских пользователей получила

первый доступ к интернету с помощью смартфонов, и страна пережила бум в использовании мобильных устройств.

Но, если на развитых западных рынках доступ в интернет с мобильных устройств до сих пор зачастую воспринимается как дополнение к компьютеру, то в Азии мобильные устройства – это главные, и, в большинстве случаев, единственные инструменты для выхода в сеть. В Таиланде 90% пользователей используют смартфоны для выхода в интернет, аналогичная ситуация и в некоторых других странах региона.

Уже сейчас по выручке китайский AppStore уступает только американскому, а по количеству загрузок приложений китайские пользователи уже первые в мире. И это без учета других стран региона. Одними из самых ярких проектов можно назвать целый ряд UBER-подобных сервисов. В первую очередь китайская мобильная транспортная платформа Didi Chuxing, которую в 2016 году купил китайский бизнес UBER, индийское такси Olacabs и индонезийский транспортно-логистический сервис Go-jek. Телевидение и медиа тоже стремительно переходят на мобильные каналы. Достаточно успешный сервис-агрегатор новостей Васа (Индонезия) и малазийский аналог Netflix – iFlix. В свете всего вышесказанного, венчурные инвестиции на данном этапе – перспективное вложение, которое в ближайшее время может не только окупиться, но и буквально озолотить инвестора.

Банковские и финансовые сервисы во многом связаны с мобильными устройствами. Поэтому в настоящий момент Азия является самым активно развивающимся рынком для финтехпроектов. В 2016 году азиатский регион стал самым активным по инвестициям в этот сектор – \$11,2 млрд. Это практически в два раза больше предыдущего показателя. Кроме того, Азиатского-Тихоокеанский регион впервые затмил Северную Америку: \$9,2 млрд и \$2,4 млрд долларов в Европе. Конечно, большую часть этих инвестиций вложили в две сделки – в платежные подразделения Alibaba Alipay и JD.com: \$4,5 млрд и \$1 млрд соответственно, но общий тренд по росту финтеха в Азии очень активен. Поскольку существующие игроки (банки) на этих рынках не имеют такого влияния, как на западе, у новых проектов есть все шансы стать лидерами.

Даже если не говорить о блокчейне и криптовалютах, ситуацию с которыми во всем мире сейчас довольно сложно прогнозировать, есть целый ряд более традиционных проектов, которые заслуживают внимания. Это система

оценки кредитоспособности (кредитных рисков), основанная на численных статистических методах для физических лиц из Филиппин – Lenddo, еще один пример синергии мобильных и банковских сервисов – система мобильных платежей Cloudwell (Бангладеш), а также система платежей для Таиланда – Omise. И это только несколько примеров финансовых сервисов в регионе.

Было бы неправильно подходить ко всему АТР, как к однородному рынку, как это можно сделать с США, например. Азиатский рынок представляет собой совокупность нескольких рынков, отличающихся не только языком и культурой, но и степенью развития интернета. Многие сервисы успешно переносятся и масштабируются с одного рынка региона (в первую очередь, китайского) на другие. Но, необходимо всегда учитывать особенности местной культуры и менталитета, тщательно планируя свой выход в Азию.

Лучше всего делать это с учетом опыта и ошибок прошлых проектов, уже знакомых со спецификой стран Азии. Без инвестиционных рисков их можно получить в процессе обучения, воспользовавшись опытом практиков. Продвигают российские стартапы и в Дальневосточном федеральном университете и фонде «Сколково», в последнем вывозят целые команды молодых предпринимателей на встречи с представителями китайских технопарков, где они получают консультации по местному рынку.

С тех пор, как страны АТР стали набирать популярность и стремительно развиваться, несколько российских предпринимателей создали там локальные бизнесы. Можно обратиться к их опыту и учесть те ошибки, которые они совершили на своем пути.

<https://www.forbes.ru/biznes/347351-aziatskoe-prityazhenie-pochemu-vostochnye-rynki-bolshie-no-neproste>

В любом случае нужно понимать, что азиатские рынки весьма восприимчивы к инновациям, но при этом у них крайне низкий научный потенциал. Этим нужно пользоваться уже сейчас, тогда у технологических компаний из России будет больше шансов на успех.