

УДК 338.4

Т. И. Кузьмина

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, г. Москва, email: tutor007@list.ru

АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ВЬЕТНАМА

Ключевые слова: Социалистическая Республика Вьетнам, электронная коммерция.

Представлены результаты анализа развития электронной коммерции в Социалистической Республике Вьетнам. Выявлены особенности развития электронной коммерции Республики, в т.ч. особенности демографии и динамика пользователей; основные каналы электронной торговли и предпочтительные способы оплаты онлайн-покупок. Показаны особенности перехода вьетнамского бизнеса к организации электронной коммерции. Изучены перспективы и сформулированы основные тренды развития электронной торговли во Вьетнаме.

T. I. Kuzmina

Russian University of Economics. G.V. Plekhanov, Moscow, email: tutor007@list.ru

ANALYSIS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN VIETNAM

Keywords: Socialist Republic of Vietnam, e-commerce

The results of the analysis of the development of e-commerce in the Socialist Republic of Vietnam are presented. The features of the development of e-commerce in the Republic, including the features of demography and user dynamics; the main channels of e-commerce and preferred methods of payment for online purchases are revealed. The features of the transition of Vietnamese business to the organization of e-commerce are shown. The prospects are studied and the main trends in the development of e-commerce in Vietnam are formulated.

Социалистическая Республика Вьетнам – одна из самых быстрорастущих экономик Юго-Восточной Азии. Имея выгодное экономико-географическое положение и обладая богатыми трудовыми ресурсами, Вьетнам демонстрирует высокие темпы экономического роста (Среднегодовой темп роста вьетнамской экономики в период 1991–2020 гг. составил 6,92 %) [6]. Пандемия COVID-19 негативно повлияла на развитие вьетнамской экономики, однако, рост ВВП страны сохранил положительную динамику и в 2020 году составил 2,91% [6]. В журнале «The Economist» отмечается что «... Вьетнам, по-прежнему, оставался одной из стран с самыми высокими темпами экономического роста в мире, входил в число 40 крупнейших экономик мира и занимал 4 место в АСЕАН, а также является представителем группы 16 самых успешных экономик стран с развивающейся экономикой» [7].

За последнее десятилетие Вьетнам совершил рывок в цифровой трансформации, активно реализуя национальный

план перехода к постиндустриальному развитию. Вьетнама «догоняет» своих конкурентов из АСЕАН, заняв 86-е место в Обзоре ООН 2020 года [10]. Страна поднялась на два места среди 193 стран и активно совершенствует свое электронное управление, стремясь к 2025 году войти в четверку ведущих стран Юго-Восточной Азии.

Главное место в процессах диджитализации вьетнамской экономики занимает электронная торговля. По данным e-CommerceDB, в 2020 году Вьетнам является 28-м по величине рынком электронной коммерции с доходом в 6 млрд долл. США. Вьетнамский рынок электронной коммерции в 2020 году, совершил стремительный рывок, увеличившись на 36%, и таким образом, внес существенный вклад в 26%-й рост мировой электронной торговли [8].

Согласно Индексу электронной коммерции, ежегодно публикуемому Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), в секторе B2C в 2020 году, Вьетнам поднялся на 3 позиции и занял

63-е место [11]. Страна также входит в десятку ведущих азиатско-тихоокеанских развивающихся стран и стран с переходной экономикой с наиболее перспективным сектором электронной коммерции B2C в 2020 году.

Согласно данным доклада Google & Temasek (e-Conomy SEA 2020 Report) [12], в регионе Юго-Восточной Азии вьетнамский рынок электронной коммерции занимает 3-е место, уступая по объему торговли только Индонезии и Таиланду, занявшим, соответственно, 1-е и 2-е место. Авторы доклада приходят к выводу от том, что Вьетнам является одной из самых быстрорастущих цифровых экономик в данном регионе «см.рис.1».

Данные, представленные на «рис. 1», показывают, что с 2015 года по 2020 г. рынок электронной коммерции Вьетнама вырос от 0,4 миллиардов долларов. В 2019 году объем онлайн-торговли во Вьетнаме вырос на двухзначную величину – 46%. Прогнозы показывают, что при сохранении существующей динамики, емкость рынка электронной коммерции страны к 2025 году составит 29 млрд. долл. США, и Вьетнамская Республика станет вторым по величине рынком электронной коммерции среди стран АСЕАН. Очевидно, что столь динамичное развитие открывает ряд деловых возможностей и привлекает к себе большое внимание, как национальных, так и зарубежных инвесторов.

Развитие электронной коммерцией в стране происходит под патронажем Министерства торговли и регулируется Постановлением № 52/2013/ND-CP и Циркуляром № 47/2014/TT-BCT [4].

В Постановлением № 52/2013/ND-CP перечислены основные принципа, которым должны руководствоваться участники сектора электронной коммерции во Вьетнаме:

- Обеспечение свободного доступа к рынку электронной коммерции;
- Обеспечение добровольного согласия в сделках;
- Обеспечение защиты потребителей;

Инвестиции и правила ведения бизнеса в сфере электронной коммерции страны регулируются «Законом об инвестициях» и «Законом о предпринимательстве», вступившими в силу

в 2014 году. Следует отметить, что данные нормативные документы не содержат прямых указаний, дополнительных требований и\или ограничений для онлайн-бизнеса. Поэтому регулирования электронной коммерции во Вьетнаме принят отдельный Циркуляр № 47/2014/TT-BCT, который содержит подробные инструкции по управлению веб-сайтами электронной торговли на основании Постановления №52/2013/ND-CP. Веб-сайты, которые предоставляют специальные услуги, такие как финансы, банковское дело, кредит, страхование, торговля, обмен денег, золота, иностранной валюты и других средств платежа, онлайн-игры, аукционы, социальные сети, должны быть зарегистрированы и получить одобрение до операция.

Существует также Постановление № 185/2013/ND-CP, устанавливающее штрафы за административные правонарушения в коммерческой деятельности, производстве и торговле контрафактными и запрещенными товарами, а также защиту интересов потребителей в отношении различных нарушений.

15 мая 2020 г. правительство Вьетнама утвердило Генеральный план развития электронной коммерции страны на 2021-2025 годы для того, чтобы развивать её как ведущую отрасль цифровой экономики, в которой широко будут применяться передовые технологии Четвёртой промышленной революции, что будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятий, а также содействовать развитию отечественного рынка и увеличению экспорта.

Цель исследования

Влияние электронной коммерции на экономическое развитие Вьетнама.

Материалы и методы исследования

Использованы данные международных рейтингов в области цифровизации национальных экономик, а также статистические данные сайтов национальной статистики Вьетнама. При проведении исследования автор использует методы диалектической теории познания, в т.ч.: эмпирический, аналитический, структурный. Для формализации и иллюстрации полученных результатов применяется графический и табличный методы.

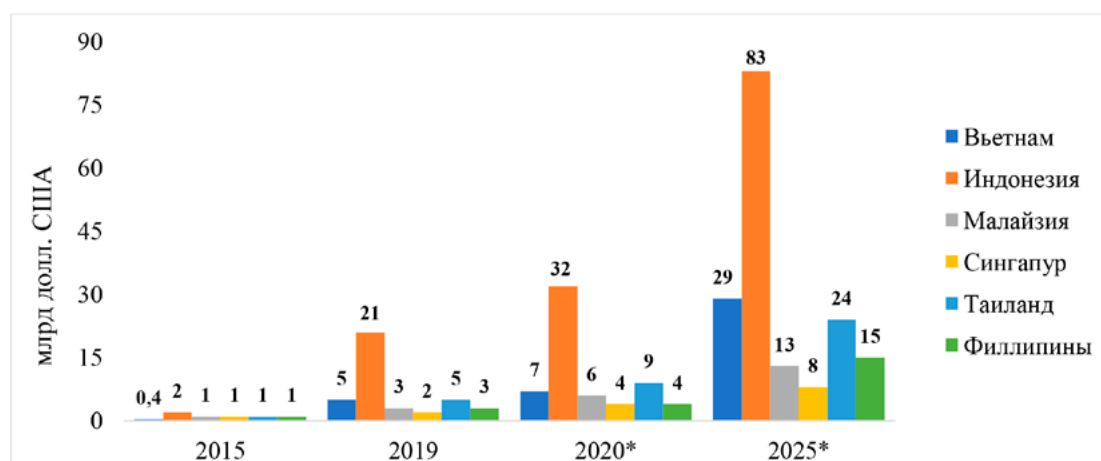


Рис. 1. Динамика объема рынков электронной торговли 6 стран-лидеров АСЕАН, 2015–2020 гг., в млрд долл. США

Источник: Google & Temasek – e-Conomy SEA 2020 Report. – URL: <https://economysea.withgoogle.com/>

Результаты исследования и их обсуждение

Важное значение в сохранении устойчивости экономики Вьетнама в период пандемии COVID-19 сыграла электронная торговля, активное развитие которой оказывает растущее влияние на экономическое развитие страны «см. рис. 2».

В 2020 г. рынок электронной коммерции составил 11,8 млрд долл., т.е. около 5,5% от общего объема розничных продаж потребительских товаров и услуг.

Расширение рынка электронной торговли во Вьетнаме во многом объясняется особенностями демографии страны: 40% населения – люди в возрасте от 10 до 39 лет – наиболее активные пользователи Интернета и его торговых площадок «см.табл.1».

Данные, представленные в таблице 1, свидетельствуют о положительной динамике числа пользователей, совершающих онлайн-покупки, а также об увеличении среднего чека покупки со 160 долл. США в 2015 году до 225 долл. в 2019 г.

В 2019 году 46,4% населения Вьетнама совершали покупки в Интернете, используя каналы электронной торговли. На рисунке 3 представлена динамика использования основных каналов е-коммерции во Вьетнаме.

Социальные сети с возможностью быстрого размещения информации и широкого охвата аудитории позволяют

продавцам быстро и напрямую взаимодействовать с покупателями. Facebook – наиболее популярный канал в социальных сетях для электронных продаж во Вьетнаме. Согласно отчету об обзоре бизнеса за 2019 год многоканальной платформы продаж и управления Sapo, Facebook входит в группу 5 наиболее часто используемых и эффективных каналов продаж [5].

Основными факторами, обусловившими рост популярности социальных сетей и мобильных приложений для совершения интернет-покупок, является популяризация смартфонов и социальных сетей во Вьетнаме, а также удобство использования приложений мобильных устройств: по данным статистики, вьетнамские потребители используют мобильные устройства в течение 1/3 дня.

Наиболее популярными онлайн-покупками во Вьетнаме в 2019 году, согласно, данным, представленным E-Commerce White Book 2020, были СПА и косметологические услуги; музыка, видео, DVD, электронные игры «см. рис.4».

Другими востребованными услугами были онлайн-обучение и консультации; бронирование гостиниц и туров, заказ билетов на различные виды транспорта.

Основным способом онлайн-платежей во Вьетнаме, являются банковские карты, которыми оплачивается около 31% покупок «см. рис. 5».

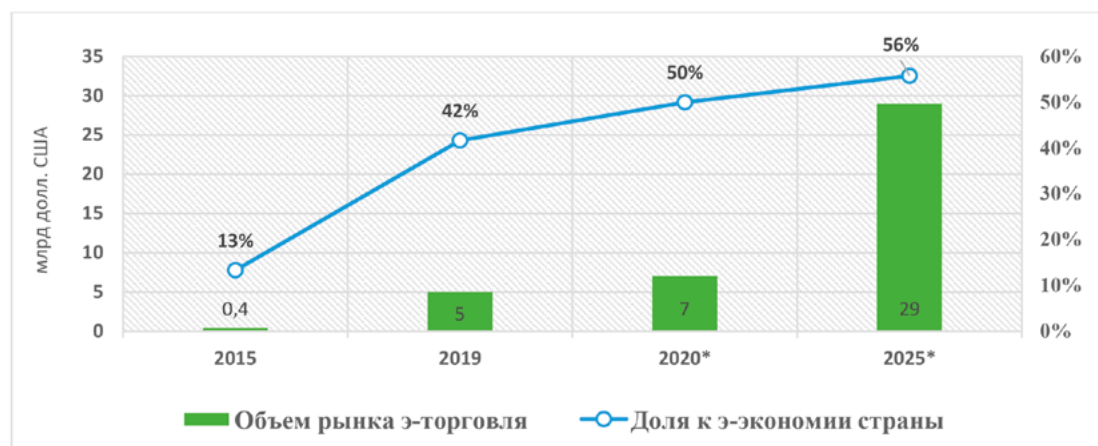


Рис. 2. Динамика рынка электронной торговли Вьетнама, в млрд долл. США

Источник: составлено автором Google, Temasek and Bain & Company – e-Conomy SEA 2020 – Viet Nam. – URL: https://storage.googleapis.com/gweb-economy-sea.appspot.com/assets/pdf/Vietnam-e-Conomy_SEA_2020_Country_Insights.pdf

Таблица 1

Динамика числа пользователей онлайн-торговли во Вьетнаме

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019
Доля населения, использующая Интернет, %	45,0	53,0	58,1	69,8	68,7
в т.ч. пользователи, совершающие онлайн-покупки, %	32,7	34,9	35,5	41,8	46,4
Средняя стоимость покупки в Интернете, долл. США)	160	170	186	202	225

Источник: составлено автором iDEA – E-Commerce White Book 2020. – URL: <http://idea.gov.vn/file/5a4d2670-f7fc-4914-8e4b-d09d3b6bde83>

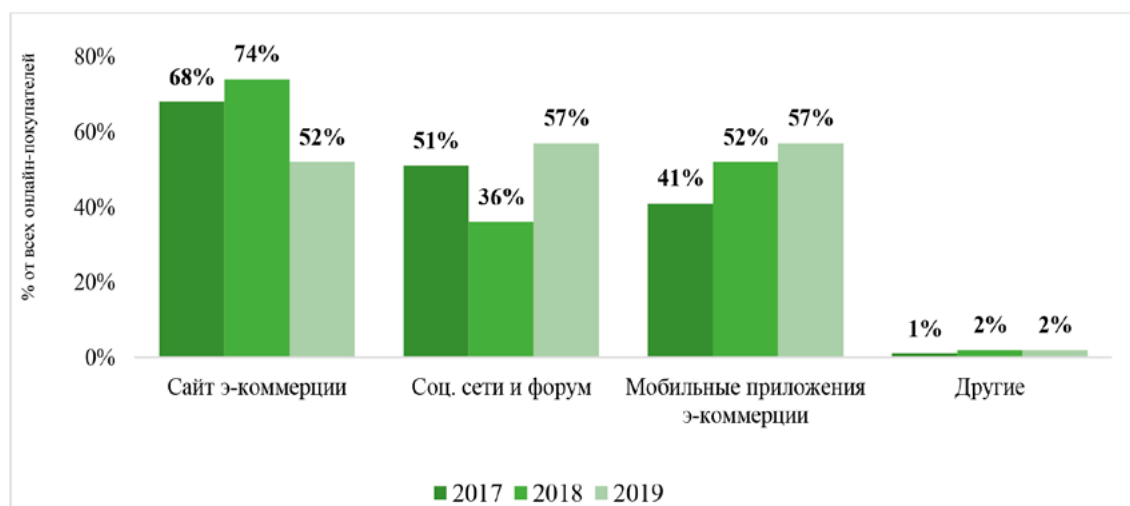


Рис. 3. Основные каналы электронной торговли Вьетнама

Источник: составлено автором iDEA – E-Commerce White Book 2020. – URL: <http://idea.gov.vn/file/5a4d2670-f7fc-4914-8e4b-d09d3b6bde83>



Рис. 4. Структура онлайн-покупок во Вьетнаме в 2019 г., в % общей численности онлайн-покупателей

Источник: составлено автором iDEA – E-Commerce White Book 2020. – URL: <http://idea.gov.vn/file/5a4d2670-f7fc-4914-8e4b-d09d3b6bde83>

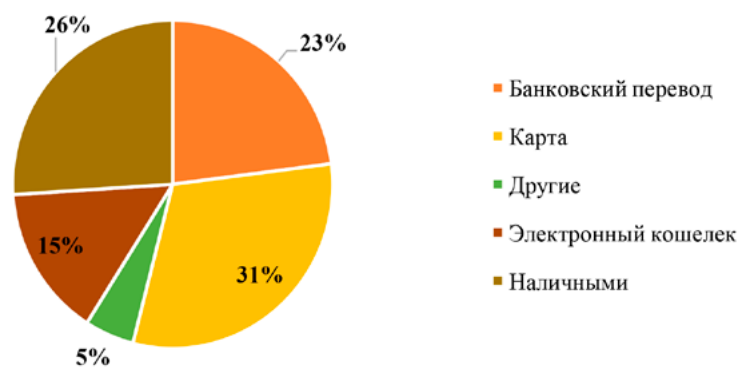


Рис. 5. Способы оплаты электронной торговли во Вьетнаме в 2019 г.

Источник: составлено автором E-commerce Payments Trends Report: Vietnam. – URL: <https://www.jpmorgan.com/merchant-services/insights/reports/vietnam-2020>

По данным JP Morgan, популяризация дебетовых карт во Вьетнаме намного выше, чем кредитных карт. Такой способ платежа обеспечивает безопасность транзакций и возможность интеграции с цифровыми кошельками, чья популярность также растет во Вьетнаме. Вторым по значимости способом оплаты онлайн-покупок во Вьетнаме является Cash-on-delivery (наличный расчет при получении), на его долю приходится 26% рынка платежей в электронной торговле. Высокая доля наличных расчетов объясняется тем, что 7 из 10 человек в стране не имеют банковского счета. Но что еще более важно, вьетнамские потребители не полностью доверяют онлайн-транзакциям, поскольку существует риск мошенничества, а также вероятность получения некачественной или контрафактной про-

дукции. Среди обеспеченного городского населения при оплате онлайн-покупок, все чаще используется электронный кошелек; наиболее популярны MoMo, Moca и ZaloPay, посредством которых проходит около 90% онлайн-платежей.

Благодаря своим преимуществам, включая экономию на арендной плате, рабочей силе, рекламе и количестве продаж, электронная коммерция повышает конкуренцию между национальными компаниями Вьетнама. Многие вьетнамские компании расширили бизнес, посредством электронной коммерции «см. рис.5».

Согласно опросу, проведенному официальным агентством по электронной торговле и цифровой экономике Вьетнама в 2019 году, собственные веб-сайты имеют более 45% предприятий, доля

предприятий, реализующих товары через социальные сети, увеличилась с 28% (в 2015 г.) до 39% в 2019 году. Количество предприятий, подключившихся к цифровым платформам электронной коммерции, к 2019 году увеличилось на 4% в сравнении с 2015 годом и составило 17%.

Компании, лидирующие на рынке электронной коммерции Вьетнама представлены в таблице 2.

Лидером электронной торговли Вьетнама, в 2019 году является компания Shopee VN, которая имеет самый большой объем продаж (трафик веб-сайтов в 2019 году составил 43,156 тысяч долларов США), и количество скачиваний мобильных приложений. Менее результативными платформами электронной торговли являются компании Tiki, Lazada VN, Sendo и Gioi Di Dong – интернет-площадки по продаже бытовой техники и электроники [3, с. 149].

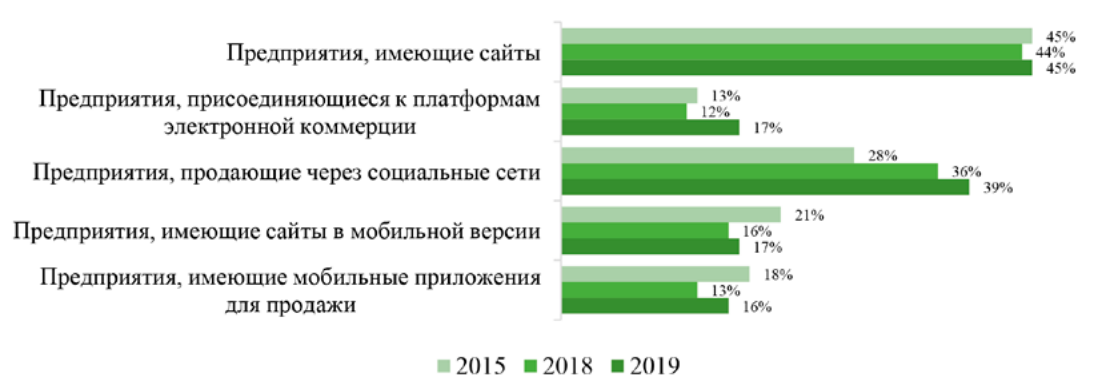


Рис. 6. Внедрение электронной коммерции на предприятиях Вьетнама в 2015-2019 гг., в % от общего количества предприятий

Источник: составлено автором iDEA – E-Commerce White Book 2017, E-Commerce White Book 2020. – URL: <http://idea.gov.vn/?page=document>

Таблица 2

Компании-лидеры на рынке электронной коммерции Вьетнама

Позиции рейтинга, 2019 г.	Компания	Ежемесячный веб-трафик	Рейтинг в Google Play	Рейтинг в App Store
1	Shopee VN	43.156.700	1	1
2	The Gioi Di Dong	28.590.000	5	7
Позиции рейтинга, 2019 г.	Компания	Ежемесячный веб-трафик	Рейтинг в Google Play	Рейтинг в App Store
3	Tiki	23.990.000	4	2
4	Lazada VN	19.763.300	2	3
5	Sendo	17.596.700	3	4

Источник: составлено автором iPrice Insights. – URL: <https://iprice.vn/insights/mapofecommerce/>

Высокие темпы роста объемов электронной коммерции во Вьетнаме стимулировали приток зарубежных инвестиций в эту сферу. Крупными инвесторами стали такие известные китайские компании как Alibaba Group (2 млн долл. США); инвестицион-

ная компания Tencent (500 млн долл. США); китайская компания, занимающаяся Интернет-торговлей и электронной коммерцией JD.com (300 млн. долл. США). Вьетнамская компания Интернет-торговли Sendo активно сотрудничает с тремя японскими инвестицион-

ными компаниями. Привлекаемые инвестиции, безусловно, активизируют процессы развития Интернет-торговли в стране. Ожидается, что в 2021 году около 70% населения Вьетнама будет совершать онлайн-покупки, а средняя цена покупки увеличится до 360 долл. США [8].

Наряду с высокими темпами роста электронной коммерции, в последнее время наблюдается развитие логистических услуг, доставки «последней мили» и выполнения заказов. Наиболее значимыми характеристиками логистики электронной торговли являются резкое увеличение инвестиций, применение передовых технологий и жесткая конкуренция. Однако, несмотря на прогресс в данной сфере, наблюдается общая неудовлетворенность потребителей процессом доставки товаров электронной коммерции среди стран Юго-Восточной Азии в целом, и во Вьетнаме в частности. Во Вьетнаме доставка товаров покупателям в среднем занимает 5-6 дней, что является второй по скорости доставки в странах АСЕАН [9].

Сегодня бизнесом «быстрой доставки» во Вьетнамской Республике занимаются в основном традиционные поставщики почтовых услуг, такие как VN Post, EMS и Viettel Post, которые обладают рядом преимуществ, связанных с доступностью к общенациональной сети почтовых отделений и опыта в доставках, что позволяет удовлетворять потребности в данном виде услуг не только городского населения, но и жителей сельских районов. Помимо национальных компаний на вьетнамском рынке «быстрой доставки» присутствуют зарубежные компании Giao Hang nhanh (GHN) и Giao Hang Tiet Kiem (GHTK), которые предлагают новые технологические решения для повышения качества обслуживания и оптимизации операционной системы доставки. Эти компании являются партнерами ключевых платформ электронной коммерции во Вьетнаме, таких как Lazada, Shopee, Tiki и Sendo. Включились в конкурентную борьбу за долгосрочное партнерство с ключевыми платформами электронной торговли Вьетнама и широко известные

транснациональные корпорации – DHL E-commerce и Grab Express.

С другой стороны, служба доставки по запросу (краудсорсинг) также в тренде во Вьетнаме. Эта услуга, в целом удовлетворяет потребность в срочной доставке, особенно в сегменте услуг доставки еды и бронирования мотоциклов (такси) во Вьетнаме. Данная тенденция открыла площадку для нескольких игроков, таких как Ahamove, Baemin, LalaMove, Now, Grab, GoViet и многих других небольших стартапов.

С ростом электронной коммерции и изменением покупательских привычек, вьетнамские потребители, естественно, начинают рассматривать в качестве целевого не только внутренний рынок. Они ищут у зарубежных поставщиков продукты и услуги лучшего качества по более приемлемой цене.

С другой стороны, вьетнамские предприятия также ищут клиентов за рубежом. Большие и проверенные платформы электронной коммерции – отличное начало для развития трансграничного бизнеса, особенно для малых и средних предприятий. Среди основных препятствий, тормозящих развитие трансграничных контактов следует указать существующий языковой барьер, проблемы с международной логистикой, недостаточно развитые способы оплаты, а также медленное таможенное оформление экспортируемых и импортируемых товаров электронной коммерции.

Электронная торговля – это особый сектор экономики, который представляет собой сочетание виртуальных технологий и реального рынка, взаимодействие между существующими объектами и объектами в цифровом пространстве, поэтому перспективы развития рынка электронной коммерции правительство Вьетнама связывает, в первую очередь, с необходимостью развития нормативно-правовой базы. Требуют регулирования процессы развития экосистемы электронной коммерции; необходимы решения в отношении государственной поддержки предприятий, занятых в данной сфере, уделяя особое внимание поддержке налоговой политики, льготным процент-

ным ставкам для предприятий сферы услуг.

Следует отметить, что в 2021 году во Вьетнаме стартовала инициированная Министерством электронной торговли программа GoOnline, основной целью которой является консультационная помощь и сопровождения компаний в процессе создания приложений электронной коммерции «с нуля» для работы на онлайн-платформах. Поддержка GoOnline включает: программу поддержки затрат на доставку; программа маркировки безопасной доставки; финансовая поддержка бизнеса при участии на площадках электронной коммерции; создание авторитетного вьетнамского дистрибьютора продукции [13].

Наряду с совершенствование нормативно-правовой базы, важным направлением развития электронной коммерции во Вьетнаме, является разработка мероприятий, направленных на укрепление доверия потребителей к электронному бизнесу, что, несомненно, сделает процесс покупки максимально привлекательным. Актуальными для Вьетнама моделями повышения доверия клиентов может стать: построение безопасной платежной системы ESCROW; онлайн-разрешение споров TrustON; применение электронных ваучеров в торговле; использование стандартных сервисов доставки в электронной коммерции.

Еще одним важным направлением развития электронной коммерции является содействие использованию электронных платежей, кредитных карт, электронных кошельков вместо наличных денег. Особенно с учетом того, как большинство вьетнамцев используют смартфоны. Чтобы побудить клиентов использовать методы безналичной оплаты, правительство и предприятия должны инвестировать в разработку инструментов онлайн-платежей на мобильных телефонах и распространять их по всей стране – даже в труднодоступные районы. Улучшенные платежные инструменты должны обеспечивать их удобство и эффективность.

Актуальным направлением развития трансграничной электронной тор-

говли во Вьетнаме в ближайший период является политика для поддержки таможенного оформления импортируемых и экспортируемых товаров в электронной коммерции. Правительству необходимо расширять и укреплять соглашения о сотрудничестве между таможенными органами и крупными международными торговыми площадками электронной коммерции, такими как Alibaba, Amazon, в отношении управления списком товаров, таможенной стоимостью, происхождением, политикой проверки качества, предоставить соответствующую информацию. Кроме того, можно выдавать лицензии на импорт и экспорт, ускорять электронное декларирование, электронные платежи, электронные счета-фактуры и электронные сертификаты происхождения для импортируемых и экспортируемых товаров.

Выводы

Если говорить о перспективах развития электронной торговли в стране, то очевидно, что ее тренды будут опираться на «Национальную программу цифровой трансформации до 2025 года с ориентацией на 2030 год», утвержденную Решением правительства в июне 2020 г., которой предусмотрено создание 40 платформ «Сделано во Вьетнаме», что безусловно приведет к развитию трансграничной электронной коммерции. Можно предположить запуск новых типов приложений электронной коммерции, в том числе для мобильных устройств. Важным аспектом в развитии электронной торговли является необходимость улучшения технологической инфраструктуры для повышения конкурентоспособности вьетнамских предприятий на мировом рынке. Большое значение отводится решению проблем сетевой безопасности, что сделает процесс электронной покупки более привлекательным для потребителя [2, с. 91].

Реализация перечисленных мероприятий послужит источником реализации потенциала электронной торговли Вьетнама, перспективы развития которой связаны прежде всего, с инвестициями в цифровые технологии и человеческий капитал.

Библиографический список

1. Kuzmina T.I. Systematization of the factors influencing the formation of business ecosystems // Международный научно-исследовательский журнал. 2020. № 1 (91). Ч. 2. С. 23-27.
2. Fedotova G.V., Ushamirskaya G.F., Sigidov Y.I., Kuzmina T.I., Mandrik N.V. Industry 4.0 as a New Vector of Growth and Development of the Knowledge Economy. Artificial Intelligence: Anthropogenic Nature vs. Social Origin / E.G. Popkova, B.S. Sergi Editors. Part of the Advances in Intelligent Systems and Computing book series (AISC, volume 1100). Switzerland, Springer, 2020. P. 88-97.
3. Кузьмина Т.И., Бяшарова А.Р. Тенденции развития е-бизнеса в современной структуре международных экономических отношений // Инновационные технологии управления: сборник статей по материалам VII Всероссийской научно-практической конференции (Н. Новгород, 28 октября 2020 г.). Н. Новгород: Мининский университет, 2020. С. 147-151.
4. Hoa D.T.P., Chen L. Policy Environment for E-commerce Connectivity in Viet Nam, in Chen, L. and F. Kimura (eds.), E-commerce Connectivity in ASEAN. Jakarta, Indonesia: Economic Research Institute for ASEAN and East Asia. 2020. P.120-145.
5. Brands Vietnam. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.brandsvietnam.com/19979-Cho-Facebook-tang-suc-ep-cho-cac-san-TMDT> (дата обращения: 28.09.2021).
6. General Statistics Office of Vietnam (GSO) (2020). Statistical Yearbook of Vietnam 2020. Hanoi: Statistical Publishing House. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gso.gov.vn/wp-content/uploads/2021/07/Sach-NGTK-2020Ban-quyen.pdf> (дата обращения: 28.09.2021).
7. The Economist. WEEKLY EDITION. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economist.com/the-world-in-2021> (дата обращения: 28.09.2021).
8. THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ VIỆT NAM NĂM 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://wtocenter.vn/file/18499/bao-cao-tmdt-2021-v6-pdf.pdf> (дата обращения: 28.09.2021).
9. Tạp chí Tài chính Online. [Электронный ресурс]. URL: <https://tapchitaichinh.vn/tai-chinh-kinh-doanh/thuong-mai-dien-tu-trong-phat-trien-kinh-te-tai-viet-nam-330340.html> (дата обращения: 28.09.2021).
10. United Nations (OOH) – 2020 United Nations E-Government Survey. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.un.org/development/desa/publications/publication/2020-united-nations-e-government-survey> (дата обращения: 28.09.2021).
11. UNCTAD (ЮНКТАД) – The UNCTAD B2C E-commerce Index 2020: Spotlight on Latin America and the Caribbean. [Электронный ресурс]. URL: <https://unctad.org/webflyer/unctad-b2c-e-commerce-index-2020-spotlight-latin-america-and-caribbean> (дата обращения: 28.09.2021).
12. Google & Temasek – e-Conomy SEA 2020 Report. [Электронный ресурс]. URL: <https://economysea.withgoogle.com/> (дата обращения: 28.09.2021).
13. Bộ Công thương Việt Nam – “Phát triển thương mại điện tử trở thành một trong những lĩnh vực tiên phong của nền kinh tế số”. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.moit.gov.vn/tin-chi-tiet/-/chi-tiet/phat-trien-thuong-mai-dien-tu-tro-thanh-mot-trong-nhung-linh-vuc-tien-phong-cua-nen-kinh-te-so-21649-3301.html> (дата обращения: 28.09.2021).