

تبدیل شدن چین به بازار بزرگ خرده فروشی در دنیا تا سال ۲۰۲۲

حسن حیدری، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

ابرار اقتصادی

یک دوره ده ساله از منظر تغییرات فناوری و تغییر سلیقه مصرف کنندگان زمان درازی است، بویژه اینکه در این مدت فناوری ها نیز دائما در حال بهبود است. در دهه گذشته تلفن همراه وسیله ای برای مکالمه بود، اما در حال حاضر حکم یک کامپیوتر شخصی را دارد. در آن زمان فیسبوک وجود نداشت و آمازون یک سایت تازه کار بود. در آن زمان تولید ناخالص داخلی چین تنها ۱۵ درصد تولید ناخالص آمریکا بود. در حال حاضر بسیاری از این موارد تغییر کرده است.

دنیا در حال حاضر بسیار پیچیده تر و به هم مرتبط تر از دیروز است. شبکه های اجتماعی گسترش یافته است و مراکز فروش خرده فروشی از فروشگاه ها به موبایل ها و کامپیوترهای شخصی گسترش یافته است. در حال حاضر تولید ناخالص داخلی چین بالغ بر نیمی از تولید ناخالص داخلی آمریکا است و این حجم نیز به سرعت در حال رشد است. واحد اطلاعات اقتصادی اکونومیست در جدیدترین گزارش خود پیش بینی کرده است که علی رغم مشکلات ناشی از بحران اقتصادی که هنوز هم ادامه دارد، روند رشد بازارهای خرده فروشی در جهان تا سال ۲۰۲۲ ادامه یابد. در این چشم انداز، اقتصادهای نوظهور و بویژه چین اهمیت بیشتری می یابند. این اهمیت تنها به دلیل رشد تقاضا در این مناطق از جهان نیست، بلکه پیش بینی می شود که این اقتصادها قادر به نفوذ در بازارهای خرده فروشی در کشورهای غربی نیز باشند، بطوری که در این کشورها شاهد پررنگ شدن برندهای چینی و هندی خواهیم بود.

در سال (۲۰۱۲) میلادی جاری شاهد بودیم که چین به عنوان بازار بزرگ مواد غذایی و خرده فروشی از آمریکا نیز پیشی گرفت. اکونومیست پیش بینی کرده است که در سال ۲۰۱۳ بازار چین از ژاپن که در حال حاضر بزرگترین بازار محصولات لوکس است، نیز پیشی بگیرد و تا سال ۲۰۱۶ از انگلستان نیز پیشی گرفته و به عنوان بزرگترین بازار خرده فروشی دنیا معرفی شود. با وجود اینکه رشد بازارهای خرده فروشی در اقتصادهای بالغ غربی ملایم خواهد بود، رشد سریع در مصارف خرده فروشی در بازارهای نوظهور ادامه خواهد داشت، بطوریکه این رشد سبب ایجاد چشم اندازی متفاوت برای بازارهای خرده فروشی تا سال ۲۰۲۲ در دنیا خواهد شد. تا سال ۲۰۲۲ پیش بینی می شود که چین حدود یک چهارم فروش در بازارهای خرده فروشی در ۶۰ اقتصاد بزرگ دنیا را به خود اختصاص دهد، که این میزان دو برابر حجم فروش آمریکا در همان سال است. نکته قابل ذکر در مورد رشد بازارهای خرده فروشی در چین عبارتست از اینکه این رشد در شهرها خواهد بود و تنها مختص مراکز عمده اقتصادی این کشور مانند شانگهای، پکن و شهرهای مهم ساحلی این کشور

نیست. در واقع شهرهای جدید و نوظهور چین موتور رشد بازارهای خرده فروشی تا سال ۲۰۲۲ خواهند بود. بر اساس پیش‌بینی‌های اکونومیست، طبقه مصرف‌کننده چین عمدتاً شهرنشین خواهند بود. درآمدهای بالاتری که طی یک دهه آینده در شهرهای چین کسب خواهد شد، سبب ایجاد زمینه شکل‌گیری بازارهای حرفه‌ای خرده‌فروشی در این کشور خواهد شد. با این حال، رشد این بازارها در چین در شهرهای داخل سرزمینی و نوظهور این کشور سریع‌تر از شهرهای بالغی همچون شانگهای و پکن خواهد بود. این رشد سریع‌تر ناشی از رشد سریع‌تر دستمزدها در این شهرها و همچنین سیاستهای دولت چین برای تحریک تقاضای داخلی است.

چین تنها بازار نوظهور عمده خرده‌فروشی برتر در سال ۲۰۲۲ نخواهد بود، اگرچه بزرگترین آنها خواهد شد. هند، برزیل و روسیه نیز به زودی از زیر سایه همسایه‌های غربی خود بیرون خواهند آمد و تبدیل به قطب‌های جدید خرده‌فروشی در دنیا خواهند شد. بر اساس پیش‌بینی واحد اطلاعات اقتصادی اکونومیست، تا سال ۲۰۲۲ این بازارهای نوظهور به همراه چین تبدیل به ۴ بازار بزرگ از ۶ بازار اصلی خرده‌فروشی خواهند شد. اگر اندونزی نیز به همین ترتیب رشد کند، باید این کشور را نیز به همراه ۶ کشور چین، آمریکا، هند، ژاپن، برزیل، و روسیه جزء ۷ بازار اصلی خرده فروشی در دنیا محسوب کرد. بر حسب پیش‌بینی‌های اکونومیست، در ده سال آینده بازار هند به تنهایی به اندازه کل اروپای غربی خواهد شد. مقررات زدایی و ساده‌سازی قوانین در زمینه سرمایه‌گذاری خارجی در این کشورها عامل بسیار مهمی در رشد این بازارها در یک دهه آینده خواهد بود.