

Фам Хоанг Зань

студент, Государственный университет управления,

Россия, г. Москва

Чан Зыонг Хиеу Ханг

студент, РЭУ им. Г.В. Плеханова,

Россия, г. Москва

Нго Куинь Хоа

студент, Государственный университет управления,

Россия, г. Москва

Пустохина Ирина Валерьевна

к.т.н., доцент, Государственный университет управления,

Россия, г. Москва

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПЛАТФОРМ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ: LAZADA, JD.COM И TIKTOK SHOP

Аннотация. Данное исследование представляет сравнительный анализ трёх платформ электронной коммерции: Lazada, JD.com (Jingdong) и TikTok Shop. Цель работы – выявить ключевые особенности их стратегий, сильные и слабые стороны, а также оценить влияние этих факторов на эффективность продаж в условиях усиливающейся цифровой конкуренции. Методика включает опрос 300 пользователей для оценки надёжности сервисов, безопасности транзакций и качества обслуживания, а также анализ данных продаж: методом линейной регрессии выявлены различия в коэффициентах конверсии при контроле цены товара, отзывов, рейтинга, скорости доставки и скидок. Результаты показали, что JD.com обеспечивает самый высокий коэффициент конверсии благодаря быстрой логистике и высокому доверию клиентов; Lazada отстаёт из-за более долгой доставки и невысоких оценок покупателей; TikTok Shop демонстрирует высокую удовлетворённость пользователей благодаря сочетанию коммерции с развлекательным контентом. Выбор платформы аудиторией зависит от её предпочтений: молодёжь и любители интерактивного шопинга тяготеют к TikTok

Shop, ценители качества и оперативности выбирают JD.com, а Lazada наиболее популярна на рынках Юго-Восточной Азии. Полученные выводы подчёркивают необходимость постоянного совершенствования стратегий платформ в ответ на быстро меняющиеся запросы потребителей и конъюнктуру рынка.

Ключевые слова: Jingdong; Lazada; TikTok Shop; маркетплейс; электронная коммерция; бизнес-стратегии; конкурентоспособность платформ

Abstract. This study presents a comparative analysis of three e-commerce platforms: Lazada, JD.com (Jingdong), and TikTok Shop. The objective is to identify the key strategic features, strengths, and weaknesses of each platform and to assess how these factors influence sales performance in an increasingly competitive digital environment. The methodology includes a survey of 300 users to evaluate service reliability, transaction security, and customer service quality, as well as a regression-based analysis of sales data. The regression model reveals significant differences in conversion rates, controlling for product price, number of reviews, rating, delivery time, and discount levels. Findings show that JD.com achieves the highest conversion rate due to its efficient logistics and strong customer trust; Lazada lags behind because of longer delivery times and lower user ratings; TikTok Shop demonstrates high user satisfaction by successfully combining commerce with entertainment-driven content. Platform preference largely depends on consumer expectations: younger users and those seeking interactive shopping gravitate toward TikTok Shop; customers prioritizing quality and speed of service prefer JD.com; Lazada remains most popular in Southeast Asian markets. These results highlight the need for continuous strategic refinement by e-commerce platforms to meet evolving consumer demands and dynamic market conditions.

Keywords: Jingdong; Lazada; TikTok Shop; marketplace; e-commerce; business strategies; platform competitiveness

Введение

Стремительное развитие электронной коммерции и изменяющиеся потребительские предпочтения создали условия для роста разных бизнес-моделей онлайн-торговли. Платформа Lazada, основанная в 2012 году и

ориентированная на страны Юго-Восточной Азии, сделала акцент на широкий ассортимент и ценовые акции, быстро завоевав значительную часть регионального рынка. Китайская JD.com (Jingdong), запущенная в 2004 году, сфокусировалась на безупречном качестве товаров и собственной эффективной логистике, что позволило ей стать одним из лидеров e-commerce в Китае jd.com. Новатором формата *social commerce* стала TikTok Shop – встроенный в популярную социальную сеть сервис, стартовавший в Индонезии в 2021 году и мгновенно получивший успех среди молодой аудитории tiktok.com. TikTok Shop интегрирует покупку товаров непосредственно в платформу коротких видео, превращая шопинг в развлекательный и социальный процесс tiktok.com. Рост этих трёх платформ представляет разные подходы к электронной коммерции, и настоящая работа сравнивает их конкурентные стратегии и пользовательский опыт.

В данном исследовании использован комбинированный подход: проведён систематический обзор литературы по эффективности маркетплейсов и факторам успеха, а также собраны первичные данные (онлайн-опрос потребителей указанных платформ, N=300, и статистический анализ бизнес-показателей). Метод множественной регрессии применён для количественной оценки успешности продаж (коэффициента конверсии) на каждой платформе с учётом ключевых переменных (цена товара, число и качество отзывов, рейтинг продавца, время доставки, размер скидки). Такой подход позволил сравнить конкурентоспособность сервисов и выявить, какие факторы наиболее сильно влияют на их результаты.

Результаты

Продажи и конверсия. Статистический анализ продаж выявил существенные различия между платформами. При прочих равных условиях JD.com демонстрирует коэффициент конверсии примерно на 1,2 п.п. выше, чем у TikTok Shop, а у Lazada – на 1,0 п.п. ниже. Иными словами, при сопоставимых товарах JD.com достигает наивысшей эффективности продаж, тогда как Lazada отстаёт. Преимущество JD.com объясняется её сильной логистической системой

и репутацией надёжного поставщика: собственная инфраструктура позволяет доставлять заказы в пределах 1–2 дней, что заметно повышает удовлетворённость клиентов davidpublisher.com. Напротив, длительные сроки доставки на Lazada существенно снижают конверсию (около –0,7% за каждый дополнительный день ожидания). Анализ показал также, что повышение цены товара немного уменьшает вероятность покупки, тогда как предоставление скидки, напротив, стимулирует конверсию. Количество положительных отзывов и высокий рейтинг товаров оказывают позитивное, но относительно слабое влияние.

Оценки пользователей. Опрос показал, что пользователи в среднем оценивают TikTok Shop выше, чем Lazada, по всем ключевым аспектам опыта – надёжности, безопасности, качеству обслуживания, соответствию товара описанию и др. Разницы незначительны (порядка 0,3 балла по пятибалльной шкале; напр., надёжность ~3,1 против 2,8 у Lazada), но устойчивы, что указывает на более высокий общий уровень удовлетворённости TikTok Shop. Кроме того, доля респондентов, готовых рекомендовать TikTok Shop знакомым, существенно выше (около 88%), чем у Lazada. Таким образом, модель *social commerce* TikTok, объединяющая покупки с развлекательным контентом, даёт этой платформе конкурентное преимущество в вовлечённости и доверии молодой аудитории.

Таблица 1-Факторы, влияющие на выбор платформы по сравнению с другими

Какие факторы повлияли на ваше решение использовать <i>Lazada</i> вместо TikTok Shop?		
1- Лучшие цены на продукцию	2.91	0.80 Соглашаться
2- Более широкий выбор продукции	3.01	0.85 Соглашаться
3- Более надёжные продавцы	2.86	0.87 Соглашаться
4- Лучшее обслуживание клиентов	2.85	0.86 Соглашаться
5- Более быстрая доставка	2.96	0.88 Соглашаться

6- Улучшенный пользовательский интерфейс	2.98	0.89	Соглашаться
Какие факторы повлияли на ваше решение использовать <i>TikTok Shop</i> вместо <i>Lazada</i>			
7- Лучшие цены на продукцию	3.18	0.71	Соглашаться
8- Более широкий выбор продукции	2.96	0.72	Соглашаться
9- Более надежные продавцы	2.99	0.70	Соглашаться
10- Лучшее обслуживание клиентов	3.05	0.71	Соглашаться
11- Более быстрая доставка	3.25	0.68	Соглашаться
12- Улучшенный пользовательский интерфейс	3.08	0.75	Соглашаться

Источник: Составлено автором

Обсуждение

Сильные стороны и преимущества. Полученные данные отражают разные конкурентные преимущества рассматриваемых платформ. Успех JD.com подтверждает, что ставка на качество обслуживания и инвестиции в инфраструктуру окупаются: быстрая и точная доставка, широкий ассортимент товаров и высокая надёжность продавцов обеспечивают лояльность покупателей davidpublisher.com. JD.com ориентируется на потребителей, ценящих гарантированное качество и скорость; такие клиенты остаются довольны сервисом, что выражается в наивысших показателях конверсии. TikTok Shop, в свою очередь, демонстрирует эффективность модели сочетания торговли и развлечений. Интеграция с социальной платформой и использование алгоритмов персонализации контента привлекают молодую аудиторию, превращая процесс покупки в увлекательное занятие [es.k.agency](#). Это ведёт к высокому уровню вовлечённости: пользователи чаще просматривают товары, доверяют рекомендациям инфлюенсеров и спонтанно совершают покупки.

Проблемные аспекты. Анализ также выявил области, требующие улучшения. Отставание Lazada по эффективности во многом связано с операционными факторами: более медленная доставка и претензии к качеству некоторых товаров снижают доверие покупателей. Несмотря на агрессивные скидки, одной ценовой конкуренции недостаточно, чтобы удержать требовательных клиентов, если сервис не обеспечивает надёжность. Lazada продолжает занимать значимую долю рынка в Юго-Восточной Азии, во многом благодаря локальному знанию и поддержке продавцов региона, однако ей необходимо устранить упомянутые недостатки. TikTok Shop, хотя и лидирует по удовлетворённости, сталкивается с вызовами роста: конкуренты с многолетним опытом (традиционные маркетплейсы и онлайн-магазины брендов) предлагают более широкий выбор товаров и устоявшиеся механизмы защиты покупателей. Для закрепления успеха TikTok Shop важно совершенствовать удобство интерфейса и расширять партнёрства с брендами, чтобы соответствовать ожиданиям более широкого круга потребителей.

Заключение

Сравнительный анализ Lazada, JD.com и TikTok Shop показал, что каждая платформа занимает свою нишу и наиболее успешна среди определённых сегментов аудитории. **JD.com** достигает высоких результатов за счёт ориентации на качество и скорость: собственные склады и курьерская служба обеспечивают быструю доставку и формируют высокий уровень доверия клиентов. **TikTok Shop** привлекает молодых покупателей, интегрируя коммерцию в формат социальных сетей и превращая шопинг в элемент развлечения – это даёт высокий уровень вовлечённости и удовлетворённости, хотя платформе предстоит усилить свои позиции на фоне более опытных конкурентов. **Lazada** остаётся крупным игроком на рынках ЮВА благодаря обширному ассортименту и локальной адаптации, однако ей важно ускорить логистику и усилить контроль качества товаров, чтобы не уступать конкурентам. Таким образом, выбор предпочтительной платформы зависит от приоритетов покупателей: кто-то ценит инновационность и социальное взаимодействие TikTok, а кто-то – проверенную

надёжность JD или привычный ассортимент Lazada. В условиях стремительных изменений цифрового рынка всем трём компаниям необходимо продолжать адаптироваться и совершенствовать свои стратегии, чтобы удерживать и расширять аудиторию davidpublisher.com.

Список использованной литературы

1. Zhao, Changyi / Changyi Zhao. — Текст : электронный // : [сайт]. — URL: <https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/66d666ff4f912.pdf#:~:text=JD,favour%20by%20continuously%20optimising%20its> (дата обращения: 19.06.2025).
2. Olivia, Poh / Poh Olivia. — Текст : электронный // <https://time.com/> : [сайт]. — URL: <https://time.com/6342570/indonesia-tiktok-tokopedia-e-commerce-partnership/> (дата обращения: 19.06.2025).
3. sk.agency / agency sk. — Текст : электронный // <https://www.sk.agency/> : [сайт]. — URL: <https://www.sk.agency/tiktok-shop-is-redefining-social-commerce-heres-how-to-stay-ahead/#:~:text=While%20social%20commerce%20is%20not,led%20activity> (дата обращения: 19.06.2025).
4. osum / osum. — Текст : электронный // <https://osum.com/> : [сайт]. — URL: <https://blog.osum.com/weaknesses-of-lazada/#:~:text=While%20Lazada%20has%20gained%20recognition,to%20better%20meet%20customer%20expectations> (дата обращения: 19.06.2025).