

СЕКЦІЯ 6 ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 339.133.017

Маловичко С.В.

*кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри маркетингу та менеджменту
Донецького національного університету економіки та торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКУ РОЗДРІБНОЇ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ

У статті здійснена оцінка ринків роздрібною електронною торгівлю 30 найбільш активних у цій сфері країн світу, на основі рейтингу, складеного на підставі глобального індексу роздрібною електронною торгівлю. Визначені найбільш привабливі країни для здійснення роздрібною електронною торгівлю, проаналізовано позитивні і негативні наслідки розширення ринку електронною торгівлю з огляду на приватний та публічний сектори. Використано діалектичний метод наукового пізнання, а також комплекс загальнонаукових методів гносеології: теоретичного узагальнення, графічний, групування і класифікації, методів статистичного і математичного аналізу.

Ключові слова: електронна торгівля, привабливість ринку, електронна комерція, глобальний індекс роздрібною електронною торгівлю.

Маловичко С.В. ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

В статье осуществлена оценка рынков розничной электронной торговли 30 наиболее активных в этой сфере стран мира, на базе рейтинга, составленного на основании глобального индекса розничной электронной торговли. Определены наиболее привлекательные страны для осуществления розничной электронной торговли, проанализированы позитивные и негативные последствия расширения рынка электронной торговли на частный и публичный секторы государства. Использован диалектический метод научного познания, а также комплекс общенаучных методов гносеологии: теоретического обобщения, графический, группировки и классификации, методов статистического и математического анализа.

Ключевые слова: электронная торговля, привлекательность рынка, электронная коммерция, глобальный индекс розничной электронной торговли.

Malovychko S.V. ESTIMATION OF ATTRACTIVENESS OF RETAIL E-COMMERCE MARKET

Estimation of markets of retail e-commerce of top 30 the most active countries in this field, on the basis of rating by global index of retail e-commerce was conducted in the article. The most attractive countries for realization of retail e-commerce were defined, besides positive and negative consequences of expansion a of electronic trade market for private and public sectors of the state were analysed. The dialectical method of scientific cognition, and also such a complex of scientific methods of gnosiology were applied as: theoretical generalization, graphics, grouping and classification, methods of statistical and mathematical analysis.

Keywords: e-trade, market attractiveness, e-commerce, global index of retail e-commerce.

Постановка проблеми. Сучасні макроекономічні прояви споживчої активності чинять вплив на розвиток як національної, так і міжнародної економіки. Торгівля як галузь економіки набуває трансформаційного характеру під впливом як казуальних, так і закономірних інноваційних змін у сфері інформаційно-комунікаційних технологій. Традиційна торгівля зазнає значного конкурентного тиску від електронної торгівлі, яка набуває усе більшої значущості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вітчизняних та українських науковців присвячували свої дослідження питанням електронної торгівлі. Вивчення конкуренції на електронних ринках, що «..має специфічні відмінності від конкуренції на традиційних ринків» [1, с. 111], відображено у роботах Н.А. Космарової та А.Д. Сеїт-браїмова. О.О. Алесєєнко [2] виконував дослідження особливостей та принципів здійснення купівлі в Інтернеті. М.З. Катинська [3] акцентувала увагу на основних чинниках, проблемах та напрямках розвитку торговельної діяльності в сфері електронної торгівлі. Н.С. Серських [4] зосереджував увагу на аналізі динаміки використання інформаційно-комунікаційних технологій в Україні, розглядав основні напрями та проблеми впровадження моделі електронної комерції B2B в діяльність підприємств аграр-

ного сектору тощо. Разом з тим недостатньо висвітлені питання аналізу привабливості ринків (країн) для здійснення електронної торгівлі. Майже відсутні теоретичні й практичні дослідження роздрібною електронною торгівлю. Вагомий внесок у розбудову цих питань здійснено міжнародною консалтинговою фірмою А.Т. Кєарпєу, що кожного року проводить дослідження у цій сфері.

Постановка завдання. Метою дослідження є виявлення найбільш привабливих країн для здійснення роздрібною електронною торгівлю.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та споживча активність в Інтернеті, що набирає обертів, здійснили вплив на конструювання матриць економічної поведінки суспільства. Електронна торгівля стає міжнародним, швидко еволюціонуючим явищем, що має усі шанси завоювати в стратегічній перспективі ключові позиції серед галузей економіки (рис. 1).

Співставлення традиційної та електронної торгівлі європейських країн за 2014 рік свідчить, що домінуючу позицію займає Чехія, де традиційна торгівля замає 60,5%, електронна – 39,5%. Друге місце посідає Словачія (70,7% та 29,3% відповідно), також лідерами серед активності на електронному ринку є

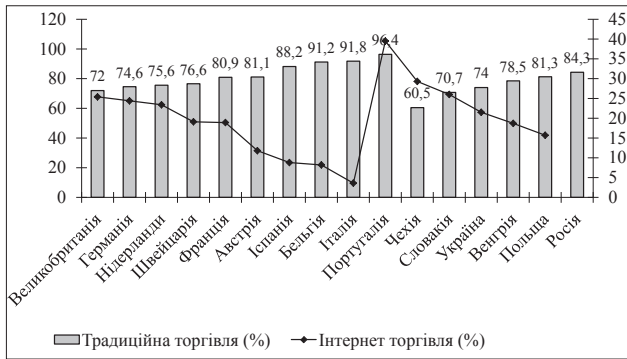


Рис. 1. Співставлення традиційної та електронної торгівлі європейських країн за 2014 рік

Складено автором на основі [5]

такі країни, як Великобританія, Германія та Нідерланди. В Україні 74% товарів реалізуються традиційним способом, 26% – електронним.

З метою виявлення найбільш привабливих країн для здійснення роздрібною електронною торгівлі доцільно звернутися до практики А.Т. Kearney – лідируючої міжнародної консалтингової фірми у сфері менеджменту, що розробила глобальний індекс роздрібною електронною торгівлі (А.Т. Kearney Global Retail E-Commerce), який здійснює ранжування найбільш активних країн у сфері інформаційно-комунікаційних технологій, досліджуючи їх потенціал електронною торгівлі, та ґрунтується на аналізі теперішнього стану ринку країни та його потенціалу зростання.

Глобальний індекс роздрібною електронною торгівлі дозволяє визначити як найбільших домінуючих лідерів ринку в світі, так і евентуальних багатобічючих гравців, що показують значний потенціал зростання. Ранжування здійснюється з метою виявлення найбільш привабливих країн для здійснення роздрібною електронною торгівлі країн за шкалою від 0 до 100 балів.

Згідно із методикою А.Т. Kearney, роздрібною електронною торгівля – це продаж товарів широкого споживання загальної громадськості через вебсайти, керовані роздрібними онлайн-продавцями. Збут приписаний країні, де купівля зроблена, а не де роздрібною продавці розміщені [6].

Розрахунок глобального індексу роздрібною електронною торгівлі базуються на даних Євромонітору (Euromonitor), Об'єднання Міжнародних Телекомунікацій (International Telecommunications Union), Світового Банку (World Bank) і Світових базах даних Економічного Форуму (World Economic Forum databases).

У процесі розрахунку глобального індексу роздрібною електронною торгівлі використовуються такі

індикатори, як: розмір онлайн ринку, застосування технологій і поведінка споживача, інфраструктура, потенціал зростання ринку (табл. 1).

Результати застосування метрики привабливості ринку електронною торгівлі упродовж 2015 року представлено у таблиці 2.

У таблиці показані 30 країн світу, що отримали найвищі рейтинги глобального індексу роздрібною електронною торгівлі. Перше місце рейтингу займають США, що впродовж 2015 року збільшили свій рейтинг на 2 пункти. Поступається лідеру Китай, що займав перше місце у 2014 році за привабливістю ринку електронною торгівлі. 3-тє, 4-тє і 5-тє місце відповідно займають Великобританія, Японія і Германія. Тільки одна країна у 2015 році не змінила своє місце в рейтингу – Швеція, яка стабільно займає 16 місце. Найбільше падіння в рейтингу 30 найбільш привабливих країн для реалізації електронною торгівлі здійснила Аргентина, що втратила майже 17 пунктів та зайняла 29 місце. Завершує таблицю Ірландія, що має такі показники: розмір онлайн-ринку – 4,9, поведінка споживачів – 74,4, потенціал зростання – 27,6, інфраструктура – 74,1. Порівняння лідерів та аутсайдерів за глобальним індексом роздрібною електронною торгівлі (рис. 2, 3) виявило, що найцікавішим для прийняття стратегічних рішень є індикатор «потенціал зростання», який у країн, що мають найвищий рейтинг, критично відрізняється. Так, наприклад, США, як країна з найвищим рейтингом, має оцінку (22) за цим індикатором на рівні Ірландії (27,6), що займає останню позицію.

Найбільш розвинені країни світу показують позитивну тенденцію розвитку торгівлі в Інтернеті. Цей порівняно новий етап у господарській діяльності, поза сумнівом, приносить користь національним економікам. У зв'язку з цим виникає теоретичне питання, відповідь на яке може вплинути на формування нової економічної політики України. Це питання можна сформулювати так: якщо розширення електронною торгівлі – це властиве явище для усіх найбільш розвинених економік, чи може стати стимулювання електронною торгівлі одним із чинників, що сприяє оздоровленню економіки. Відповідь на це питання можлива після аналізу наслідків такого стимулювання.

Переваги споживачів очевидні – унаслідок відсутності у продавців відчутної статті витрат, а саме оренда або придбання торгових площ і утримання пов'язаного з цим персоналу, ціни в інтернет-магазинах нижчі, до того ж площі магазинів обмежують асортимент, який може бути істотно розширений у режимі електронною торгівлі. Крім того, такі традиційно маломобільні групи населення як пенсіонери і люди з обмеженими фізичними можливостями можуть отримати доступ до широкого спектра това-

Таблиця 1

Індикатори для розрахунку привабливості ринку електронною торгівлі

Індикатор	Вага індикатора	Характеристика
Розмір онлайн-ринку	40%	Поточні роздрібною онлайн-продажі. Чим вище рейтинг, тим вище поточний обсяг онлайн-ринку.
Застосування технологій і поведінка споживачів	20%	Індикатори поведінки он-лайн споживачів, такі як проникнення Інтернету, споживчі тренди і використання технологій. Чим вище рейтинг, тим сприятливіша споживча база для онлайн-транзакцій.
Інфраструктура	20%	Індикатори розвитку фінансової і логістичної інфраструктури, у тому числі кількість кредитних карт на одне домогосподарство, а також наявність і якість логістичних агентів. Чим вище рейтинг, тим більш сприятлива інфраструктура країни для онлайн-покупок.
Потенціал зростання	20%	Прогнозоване зростання обсягу роздрібною торгівлі он-лайн. Чим вище рейтинг, тим вище прогноз зростання.

Складено автором на основі [6]

Таблиця 2

Рейтинг найбільш привабливих країн для здійснення електронної торгівлі, розрахований на основі глобального індексу роздрібної електронної торгівлі у 2015 році

Рейтинг	Країна	Розмір онлайн ринку (40%)	Країна	Поведінка споживачів (20%)	Країна	Потенціал зростання (20%)	Країна	Інфраструктура (20%)
1	США	100	Данія	100	Китай	86,1	Гонконг	100
2	Китай	100	Норвегія	99,4	Венесуела	79,4	Сінгапур	100
3	Великобританія	87,9	Нідерланди	98,8	Саудівська Аравія	67,3	Японія	97,7
4	Японія	77,6	Великобританія	98,6	Мексика	58,6	Південна Корея	95
5	Германія	63,9	Південна Корея	98,4	Росія	51,8	США	91,5
6	Франція	51,9	Фінляндія	98,3	Чилі	49,3	Канада	88,9
7	Південна Корея	44,9	Швеція	97,2	Бельгія	48,3	Великобританія	86,4
8	Росія	29,6	Гонконг	93,6	Аргентина	43,9	Австралія	84,8
9	Бразилія	19,6	Германія	92,6	Германія	29,5	Нідерланди	84,6
10	Іспанія	13,2	Швейцарія	89,6	Австралія	28,6	Германія	83,1
11	Італія	12,3	Франція	89,5	Бразилія	28	Швейцарія	82,5
12	Австралія	11,9	Сінгапур	89,4	Італія	27,8	Франція	82,1
13	Канада	10,6	Японія	87,8	Ірландія	27,6	Бельгія	81,1
14	Мексика	10	Нова Зеландія	86,4	Нова Зеландія	25,9	Іспанія	80,1
15	Нідерланди	8,9	Австрія	85,3	Канада	23,6	Швеція	77,7
16	Швеція	8,8	США	83,2	США	22	Фінляндія	77,3
17	Бельгія	8,3	Бельгія	82	Франція	21	Норвегія	76,3
18	Норвегія	8,2	Канада	81,4	Іспанія	20,2	Данія	75,5
19	Данія	8,1	Австралія	80,8	Австрія	19	Нова Зеландія	75,4
20	Швейцарія	7,1	Ірландія	74,4	Сінгапур	15,7	Австрія	74,8
21	Фінляндія	6,4	Іспанія	73,1	Данія	15,1	Саудівська Аравія	74,6
22	Австрія	5,9	Чилі	71,8	Гонконг	13	Ірландія	74,1
23	Аргентина	5,7	Італія	71,6	Швеція	11,8	Чилі	73,2
24	Ірландія	4,9	Аргентина	70,3	Великобританія	11,3	Бразилія	72,4
25	Чилі	2,7	Росія	66,4	Південна Корея	11,3	Італія	70,7
26	Гонконг	2,3	Китай	59,4	Японія	10,1	Мексика	68
27	Венесуела	1,7	Бразилія	57,4	Нідерланди	8,1	Росія	66,2
28	Нова Зеландія	1,7	Венесуела	54,1	Швейцарія	7,4	Аргентина	64,3
29	Сінгапур	1,3	Мексика	53,3	Норвегія	5,6	Венесуела	55,7
30	Саудівська Аравія	1,1	Саудівська Аравія	46,6	Фінляндія	3,8	Китай	43,6

Складено автором на основі [6]

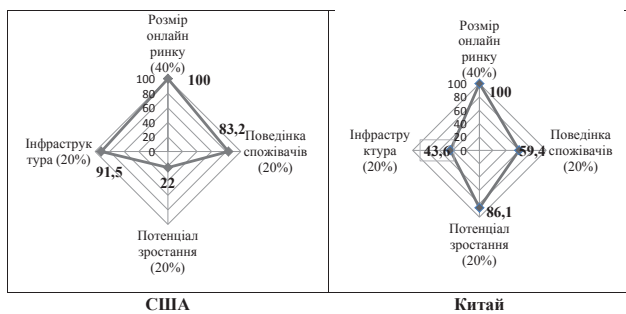


Рис. 2. Лідери серед країн найбільш привабливих для здійснення електронної торгівлі

Складено автором за даними [6]

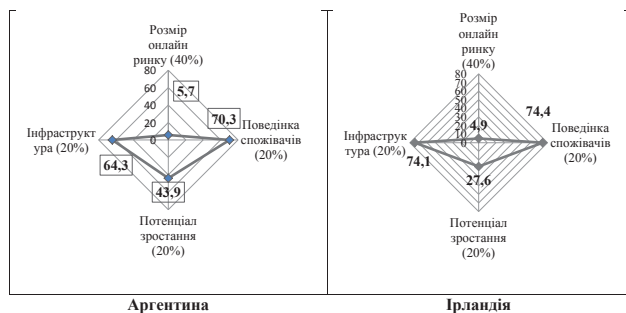


Рис. 3. Аутсайтери серед країн найбільш привабливих для здійснення електронної торгівлі

Складено автором за даними [6]

рів. З цього виходить, що споживачі однозначно знаходяться у вигоді від розширення електронної торгівлі просто тому, що зможуть більше спожити.

Наслідки розвитку електронної торгівлі В2С для зовнішньоторговельного балансу країни, швидше, негативні, тому що обсяги імпорту товарів збільшуються, хоча, теоретично, кількість імпортного товару, що продається, може залишитися і незмінним, якщо відбудеться перерозподіл і частина товарів переміститься з магазинів в Інтернет. Проте, згідно з логікою ціноутворення, відкриттю нових інтернет-магазинів незмінно передуватиме імпорту товарів. У довгостроковій же перспективі збільшення імпорту корелюватиме з різницею середніх цін на імпортні товари в традиційних і інтернет-магазинах. Механізмом компенсації цих втрат може бути збільшення продажів через Інтернет товарів вітчизняного виробника.

Позитивним ефектом від розширення електронної торгівлі є прозорість обліку руху грошових коштів,

тобто повна прозорість розрахунків для фіскальних органів, за умови повного переходу на електронні платежі.

З точки зору зайнятості, немає однозначної відповіді, як вплине розширення електронної торгівлі на ситуацію. Точно можна лише стверджувати, що будуть потрібні працівники з іншими навичками і кваліфікаціями в порівнянні з традиційними видами торгівлі. Це у свою чергу стимулює розвиток освіти, що врешті-решт підвищує конкурентоспроможність країни. До того ж трансформація видів торгівлі може сприяти поліпшенню екологічної ситуації і зменшити навантаження на транспортні мережі.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок про надзвичайно складну природу і властивості електронної торгівлі. У всіх без виключення цивілізованих країнах електронна торгівля займає значну частку ринку і спостерігається об'єктивна тенденція до подальшого зростання. При цьому кожна країна має свою специфіку зростання, яка є наслідком структури населення, традицій суспільства, розвиненості і структури національної економіки. При регулюванні ринку електронної торгівлі держава повинна враховувати переваги і недоліки його розширення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Космарова Н.А., Сеитибраимов А.Д. Поисквая система и несовершенная конкуренция на электронном рынке / Н.А. Космарова, А.Д. Сеитибраимов // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 111-114.
2. Алексеенко Е.А. Особенности совершения покупок и коммуникаций в онлайн-пространстве / Е.А. Алексеенко // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 5. – С. 88-91.
3. Катинська М.З. Основні чинники та проблеми розвитку електронної торгівлі / М.З. Катинська // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – № 4(8). – С. 116-122.
4. Серських Н.С. Проблеми впровадження інструментів електронної комерції в агробізнесі / Н.С. Серських // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2014. – № 3(27). – С. 39-42.
5. European B2C E-commerce Reports 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nrw.nl/wp-content/uploads/2015/07/European-b2c-e-commerce-report-2015.pdf>.
6. Global Retail E-Commerce Keeps On Clicking The 2015 Global Retail E-Commerce Index™ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.atkearney.com/consumer-products-retail/e-commerce-index/full-report/-/asset_publisher/87xbENNHPPZ3D/content/global-retail-e-commerce-keeps-on-clicking/10192?_101_INSTANCE_87xbENNHPPZ3D_redirect=%2Fconsumer-products-retail%2Fe-commerce-index.
7. Factors Affecting E-commerce Adoption in Small and Medium Enterprises: An Interpretive Study of Botswana [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://usir.salford.ac.uk/28493/1/Shemi-Finalthesis-.pdf>.