

Хамула Ольга Орестовна

Khamula Olha Orestovna

Украинская академия печати

Ukraine academy of printing

Аспирант кафедры экономики предприятия и маркетинга
PhD student on specialty Enterprise Economics and Management

E-Mail: olhakh@gmail.com

08.00.04 – Экономика и управление предприятиями

Особенности и организационно-экономические проблемы функционирования книжных интернет-магазинов в Украине

Features and organizational and economic problems of
operation online bookstores in Ukraine

Аннотация: Отображены результаты выборочного обследования книжных интернет-магазинов Украины по вопросам состояния и проблем управления в контексте их деятельности. Определены место, роль, способы осуществления логистических операций по доставке товаров в системах электронной торговли.

The Abstract: The results of Ukraine electronic trade enterprise selective investigation and expert poll about product supply organization in its logistics activity context are shown. Recommendations about main grounds of electronic trade enterprise activity organization, its logistics activity optimization and functioning effectiveness optimization are formulated.

Ключевые слова: Платежные системы, факторы влияния, проблемы управления, книжные интернет-магазины, организация логистической деятельности.

Keywords: Payment systems, factors of influence, management issues, book online shopping, organizing logistics activities.

Трансформация отношений собственности, снятие административных препятствий и барьеров в сфере внутренней и внешней торговли способствуют развитию конкуренции в сфере торговли и активизируют поиск новых, более эффективных способов и форм осуществления торговой деятельности, прежде всего электронной торговли [1, с. 215]. Не является исключением и издательско-полиграфическая отрасль Украины. С каждым годом открываются новые книжные интернет-магазины, что свидетельствует о переходе данной отрасли на новый этап ведения торговой деятельности.

Вопросы развития электронной коммерции нашли свое отражение в научных трудах таких зарубежных исследователей, как И. Балабанов, Г. Беккер, Д. Браччи, Г. Дункан, Д. Эймор, Р. Имери, А. Кантарович, А. Кобелева, К. Колли, Д. Козье, М. Мак-Нилл, К. Пэйтел, А. Саммер, В. Толстов, И. Успенский, Т. Хофман, В. Царев, и др. Значительный теоретический потенциал для организации и управления предприятиями электронной торговли в условиях рыночной экономики создали научные работы отечественных авторов. Среди них — А. Береза, В. Гужва, И. Козак, Б. Мизюк, Н. Макарова, Н. Меджибовська, Л. Пономаренко, И. Свидрук, О. Шалева. Из последних публикаций организации деятельности предприятий электронной торговли следует отметить работы О. Березина, Н. Грынив, М. Катинской, М. Киндий, М. Магы, И. Яровой и др. В то же время требуют изучения вопросы

экономико-организационного, технико-технологического и логистического обеспечения процессов функционирования предприятий электронной торговли по продаже книжной продукции, что обуславливает необходимость и целесообразность проведения данного исследования.

По данным специалистов электронного бизнеса, перспективным товаром интернет-магазинов станет книга. Сегодня на книжном рынке Украины функционирует около 40 книжных интернет-магазинов. По результатам выборочного обследования нами сформирован рейтинг таких магазинов (рис.1).



Рис. 1. Рейтинг книжных интернет-магазинов в Украине в 2012 году по численности посещений

Опрос показал, что основная масса покупателей книжной продукции в интернет-магазинах осуществляет покупку через магазины «Книжный клуб» (20,48%) и «Книжный магазин Э» (10,27%). Менее популярны Yaкаboo — 7,51%, «Букля» — 6,37%, «Читайка» — 5,96%, «Буга» — 5,80%, «БукшопУА» — 4,98% и «Фолио» — 4,69%.

На наш взгляд, современная сеть интернет-магазинов в Украине сформировалась как сеть профессионалов в книжном бизнесе, поскольку те предприятия, которые не выдержали давления крупных розничных сетей с собственными книжными интернет-магазинами, исчезли с рынка. Но вместе с тем, тенденция к увеличению количества книжных интернет-магазинов сохраняется за счет открытия их крупными розничными сетями, которые по определенным причинам не смогли выйти на рынок интернет-продаж раньше или успели получить за этот период достаточно знаний для того, чтобы найти ведущие позиции на рынке электронной книжной торговли сейчас.

Проблема качественного обеспечения процесса функционирования книжных интернет-магазинов является предметом проведенного автором исследования. Путем анкетного опроса респонденты (специалисты действующих предприятий электронной торговли) оценивали важность процессов деятельности электронных магазинов и определяли состояние и проблемы функционирования электронной торговли книгами в Украине.

Основные факторы, обуславливающие эффективность функционирования книжного

интернет-магазина, сгруппированы нами таким образом: оформление Web-страниц; удобство пользования (навигации) e-магазином; полнота информации о предложенной книжной продукции; глубина ассортимента предлагаемых товаров, уровень цен на товары по сравнению с аналогичными электронными магазинами и по сравнению со стационарной розничной торговой сетью; гарантированное наличие товара на складе электронного магазина; стоимость и сроки доставки товаров покупателям, способы оплаты товаров.

Как показывает анализ важности отдельных аспектов организации деятельности электронных магазинов (рис. 2), наиболее весомое значение эксперты отвели уровню цен на товары как в сети электронной торговли, так и на объектах стационарной розничной торговой сети.



Рис. 2. Результаты экспертной оценки важности отдельных факторов эффективности функционирования книжных интернет-магазинов

Вторую по важности группу факторов составили скорость доставки товаров к покупателю и разнообразие ассортимента предлагаемых товаров, средние значения экспертной оценки которых равны соответственно 11,48% и 10,53%. По нашему мнению, это вполне логично, ведь посетители электронных магазинов обращаются к их услугам не просто из любопытства, а потому что пытаются найти необходимый товар, которого, возможно, нет в стационарной торговой сети, в максимально короткое время и без лишних затрат на поиск и приобретение. Поэтому именно факторы, обуславливающие эффективность функционирования электронного магазина, связаны не только с предложением товара (что требует, прежде всего, надлежащей маркетинговой и коммерческой работы), но и с обеспечением его максимального приближения к покупателю путем осуществления комплекса логистических операций.

Из других аспектов деятельности электронного магазина можно отметить почти одинаковые значения показателей важности таких факторов, как информация о книге, способ оплаты товаров и гарантия наличия товара на складе e-магазина. По данным опроса средние значения их составили соответственно 8,59, 8,15 и 8,13%. Это можно объяснить тем, что в отечественной практике электронной торговли довольно часто имеют место случаи ненадлежащего описания качества предлагаемых книг, что ведет к отказам покупателей от приобретения доставленных товаров с заниженными качественными параметрами. Вместе с тем, для организаторов электронных магазинов существенно снизилась проблемность вопросов оплаты товаров, с развитием современных платежных систем в Украине они отходят на задний план.

Для обеспечения требований покупателей товаров в электронных магазинах относительно их быстрой доставки актуальной является проблема ликвидации временных задержек между моментами обработки заказа и принятым решением о его выполнении, с одной стороны, и моментом начала выполнения заказа путем отбора и отправки необходимого товара со склада электронного магазина, с другой стороны. Поэтому достаточно высокой является экспертная оценка важности такого фактора, как гарантия наличия товара на складе электронного магазина, обуславливающая актуальность разработки систем оптимизации размещения и управления товарными запасами в системе электронной торговли.

Не менее важным аспектом организации доставки товаров в электронной торговле является срок выполнения заказов [2, с. 126]. Прослеживаются четкие различия в параметрах доставки товаров виртуального и материального характера. Для совокупности обследованных магазинов, осуществляющих электронную торговлю книгами материального характера, продолжительность времени колебалась в пределах от одного (по отдельным e-магазинам Киева) до тридцати дней, а среднее значение данного показателя составило шесть дней. Увеличение срока выполнения заказа на товары происходит зачастую из-за временного отсутствия товаров, предлагаемых в каталоге электронного магазина, на складе предприятия. При этом следует отметить, что значительная часть электронных магазинов (почти 60%) не имеет специальных складских помещений для хранения товаров и накапливает их непосредственно в офисе электронного магазина по месту его нахождения.

Как показало исследование, при организации доставки товаров отечественные электронные магазины чаще всего используют следующие ее способы (рис. 3):

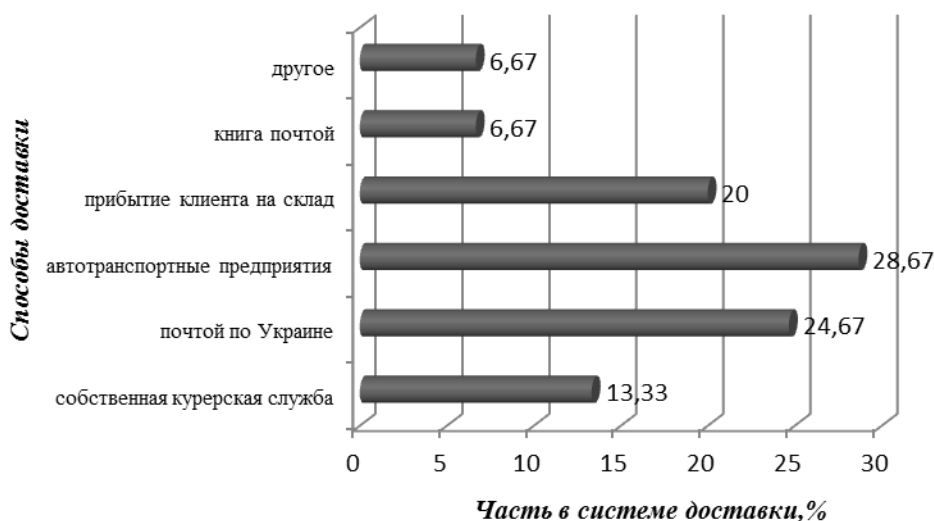


Рис. 3. Способы доставки книжной продукции электронными магазинами Украины (по материалам выборочного обследования)

Как правило, книжные интернет-магазины предлагают виды доставки товаров, наиболее распространенные в электронной торговле. Это подтвердилось нашим исследованием, чаще всего предлагаемыми способами является доставка автотранспортными предприятиями (28,67%) и почтой по Украине (24,67%). Довольно часто книжные интернет-магазины предлагают клиентам самим прибыть непосредственно на склад (если есть) — 20%. Реже покупатели используют собственную курьерскую службу интернет-магазина (13,33%) и Книгу почтой (6,67%).

Одной из особенностей организации доставки товаров материального характера в электронной торговле Украины является расположение источников товаров преимущественно

в столице страны и ряде областных центров. По данным проведенного опроса, в Киеве сосредоточено около 24,0%, в областных центрах (респондентами названы Донецк, Днепропетровск, Харьков, Луганск, Львов, Одесса, Запорожье) — 58,0, в других населенных пунктах — 18% источников. Такое расположение позволяет использовать возможности различных видов транспорта общего пользования. Ведь практически 81% электронных магазинов могут пользоваться услугами Укрзалізнични, систем «Автолюкс», «Новая почта», «Ночной экспресс», EMS, Укрпочта. Системы доставки грузов предоставляют возможности для охвата потребителей, проживающих за пределами крупных населенных пунктов. В частности, «Новая почта», ASD обеспечивают доставку грузов и за пределы областных центров, хотя при этом возможности ограничиваются факторами экономического характера. В результате стоимость доставки приобретенных в электронном магазине книг к покупателю, проживающему на расстоянии 40 км от областного центра, возрастает в 1,7—2,4 раз и становится сопоставимой с ценой самого товара.

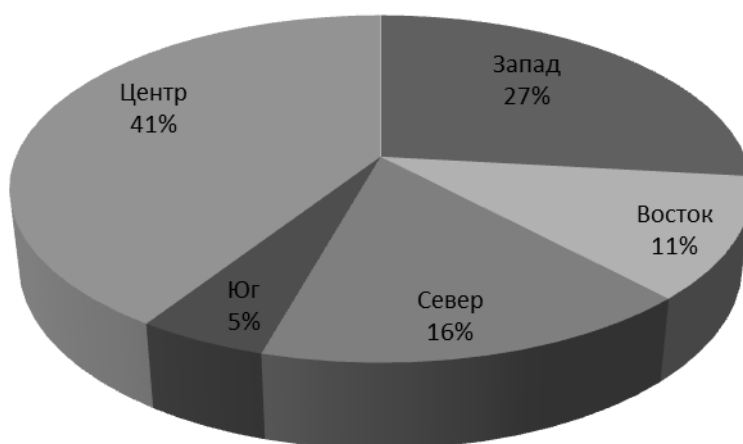


Рис. 4. *Распределение покупателей товаров в книжных интернет-магазинах по регионам Украины в 2012 году (по материалам выборочного обследования)*

Во многом этот фактор обуславливает ограничение контингента покупателей товаров в электронных магазинах Украины. Как показало исследование, большая часть заказчиков товаров проживает в центральном (40,88%) и западном (26,81%) регионах государства. Остальную часть составляют заказчики из северного (16,27%), восточного (11,24%) и южного (4,79%) регионов Украины.

При оплате за товары книжные интернет-магазины предлагают покупателям следующие способы: наложенный платеж; через курьера; через банковский перевод; через пластиковую карту; использование систем Webmoney, PayCash и т.д. (рис. 5).

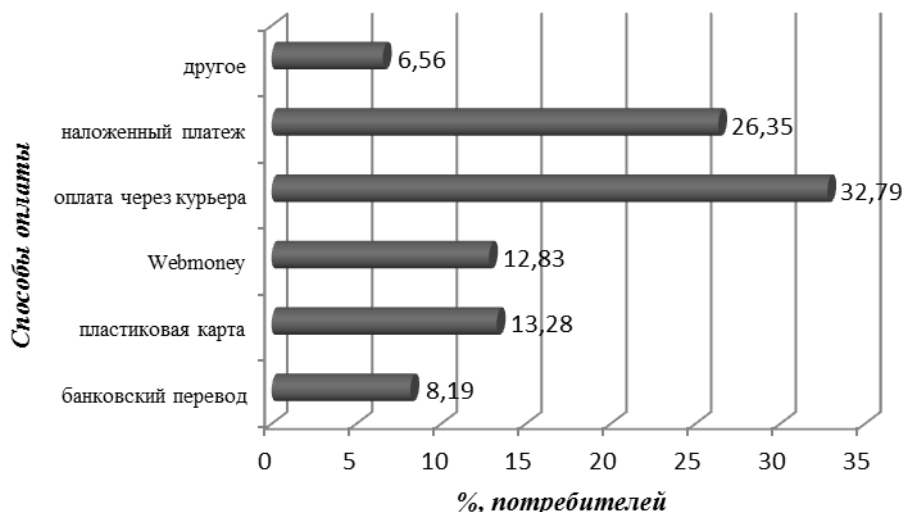


Рис. 5. Распределение покупателей по способам оплаты за товары в книжных Интернет-магазинах

Наличная форма оплаты более популярна, чем безналичная. Это можно объяснить тем, что в украинских потребителей еще не поменялась культура совершения покупки товара, потому-то оплата наличными по факту доставки остается наиболее приоритетной для 59,14% покупателей книжных интернет-магазинов (в т.ч. 32,79% покупателей предпочли оплату через курьера и 26,35% — наложенным платежом). Оплату через кредитную карточку осуществляли лишь 13,28% покупателей.

Экспертный опрос специалистов электронной торговли позволил выявить основные проблемы в управлении продажей книжной продукции через электронный магазин с функциональными процессами: выбор программного обеспечения магазина; организация сбора и обработки заказа; организация обеспечения обслуживания потребителей; организация оплаты за товары; организация доставки товаров; организация обеспечения связи интернет-магазина с производителями (издательствами и типографиями) (рис. 6).



Рис. 6. Ранжирование важности возникающих в управлении книжными интернет-магазинами (по результатам экспертного опроса)

Важнейшими проблемами, возникающими при управлении книжными интернет-магазинами, специалисты считают организацию: доставки товаров (28,57%), сбора и обработки заказа (21,57%), организации обеспечения обслуживания потребителей (21,42 %). На втором уровне выделяют организацию оплаты за товары (14,29%). Менее важными считают систему связи с издательствами и типографиями (7,14%) и выбор программного обеспечения (6,68%). В значительной степени эти проблемы отражаются на эффективности работы книжных электронных магазинов, по этому требуют принятия управленческих решений по минимизации негативного влияния.

Исследования подтверждают также высокий уровень расходов и наличие существенных проблем по организации электронной торговли книжной продукцией, что обуславливает необходимость осуществления комплекса мероприятий по доставке товаров к покупателям на основе формирования интегрированных логистических цепей с привлечением к выполнению процессов так называемых третьих лиц — логистических посредников (транспортно-экспедиционных предприятий, торговых посредников, агентов, работающих преимущественно на условиях упрощенной системы налогообложения).

Общая эффективность систем электронной торговли в значительной степени определяется эффективностью способов организации движения товарной массы от мест продажи к потребителю. Вместе с тем, эти процессы тесно связаны с организацией материального (прежде всего товарного) обеспечения предприятий, обуславливают необходимость использования инструментария логистики для повышения уровня организации работы с поставщиками, покупателями на условиях интеграции производственно-транспортно-торговых систем и оптимизации торгово-технологических процессов, осуществляемых в сфере интерактивной торговли и товародвижения. Поэтому дальнейшие исследования целесообразно проводить в направлении разработки методического обеспечения реализации указанной идеи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Царев В.В. Электронная коммерция / В. Царев, А. А. Кантарович. — СПб: Питер, 2002. — 320 с.
2. Крымский И.А. Проблемы и перспективы развития электронной экономики в России / И. А. Крымский, К. В. Павлов. — Мурманск: Изд-во Кольского НЦ РАН, 2007. — 200 с.

Рецензент: Швайка Любовь Андреевна, профессор, к.э.н., Украинская академия печати.