

6. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Хасеневич Ю.И.¹, студентка гр.173902

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники¹
г. Минск, Республика Беларусь*

Аннотация. В современных экономических условиях использование информационно-коммуникационных технологий позволяет не только получать актуальную информацию о состоянии рынков, конкурентах, предпочтениях потребителей, но и обеспечивает проведение торговых операций. Появляются все новые виды услуг, связанных с использованием Интернета, увеличивается объем инвестиций в телекоммуникационные технологии. Число сайтов, имеющих отношение к предпринимательской деятельности, также увеличивается. Интернет становится способом извлечения прибыли: при предоставлении платного доступа к информации, размещенной в Интернете. Для определения уровня развития рынка электронной торговли необходим его анализ. Так в данной статье проводится оценка уровня конкурентоспособности интернет-магазинов Беларуси на основе качественных характеристик.

Ключевые слова: конкурентоспособность, анализ развития рынка электронной торговли Беларуси.

Рынок электронной торговли на сегодняшний день является одним из быстроразвивающихся отраслей экономики Республики Беларусь, из-за чего и возникает острая необходимость в проведении качественного анализа деятельности компаний, функционирующих на данном рынке. Несмотря на значительную разницу Беларуси и развитых стран по соответствующим показателям функционирования электронной торговли, тем не менее число пользователей сети «Интернет», а соответственно, и общая сумма товарооборота неуклонно растет. Согласно данным Национального статистического комитета, товарооборот вырос с 110,1 млрд руб. до 205,4 млрд руб. с 2017 по 2022 годы [1]. На рисунке 1 представлена динамика изменения товарооборота Республики Беларусь с 2017 по 2022 годы.

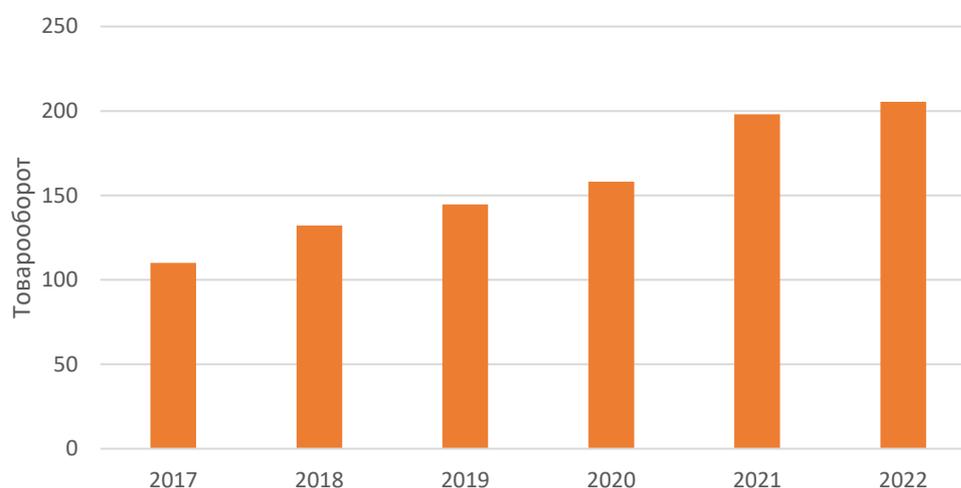


Рисунок 1 - Динамика изменения товарооборота Республики Беларусь с 2017 по 2022 годы

Эффективность функционирования предприятий в отрасли в основном оценивают по количественным показателям конкурентоспособности: уровень товарооборота, прибыль от продаж и т.д. Однако для рынка электронной торговли наблюдается возможность расширения границ предоставления дополнительных видов услуг и повышения уровня качественных показателей конкурентоспособности: компании не теряют возможность изменения способов оплаты, доставки, внедрения новых технологий и т.д.. Установить взаимосвязь между качественными (вариативность способов доставки) и количественными (суммой среднего чека потребителя) показателями деятельности компаний электронной торговли нельзя, однако можно проследить тенденцию к тому, как предприятия электронной торговли с большим числом возможных способов оплаты, доставки или же возможностью получения товара за пределами страны-производителя, чаще демонстрировали больший прирост выручки по сравнению с магазинами того же сегмента, но с меньшим разнообразием оказываемых услуг.

Для того чтобы определить уровень развития конкурентных отношений и определения доминирующего положения на рынке, используется степень концентрации рынка в качестве основы. Степень концентрации рынка – это степень преобладания одного или нескольких независимых хозяйствующих субъектов в системе реализации взаимозаменяемых товаров на одном отраслевом рынке. Оценим уровень концентрации рынка электронной торговли потребительских товаров по качественным параметрам на примере онлайн-гипермаркетов.

Для исследования рынка электронной торговли проанализируем деятельность следующих интернет-магазинов:

1. iMarket.by- x1
2. 21vek.by – x2

3. E-dostavka.by – x3;
4. Kufar.by – x4;
5. Wildberries.by – x5;
6. 1k.by – x6.

Для оценки возьмем следующие параметры:

1. Время загрузки сайта – y1
2. Простота выбора товара – y2
3. Процедура оформления заказа – y3
4. Варианты доставки – y4
5. Варианты оплаты – y5

Для проведения анализа уровня конкурентоспособности рынка электронной торговли используется метод экспертных оценок. В начале анализа необходимо сопоставить данные качественных параметров по исследуемому рынку. Далее необходимо привести численные значения сопоставимости качественных параметров. Согласно методу экспертных оценок, при сопоставлении качественных параметров исследуемого сегмента рынка необходимо придать следующие числовые значения в зависимости от значимости параметров [2]:

$$A = [a_{ij}]; a_{ij} = \begin{cases} 1,5 & \text{при } y_i > y_j \\ 1,0 & \text{при } y_i = y_j \\ 0,5 & \text{при } y_i < y_j \end{cases}$$

Рисунок 2 – сопоставление качественных параметров числовым.

Таким образом, при сопоставлении качественных параметров получим следующую таблицу:

Таблица 1 – Экспертные оценки качественных показателей

	y1	y2	y3	y4	y5	y6
y1	=	<	<	<	<	>
y2	>	=	<	<	<	>
y3	>	>	=	<	<	>
y4	>	>	>	=	>	>
y5	>	>	>	<	=	>
y6	<	<	<	<	<	=

Таблица 2 – Матрица качественных параметров Y_i

	y1	y2	y3	y4	y5	ΣY _j
y1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	3
y2	1,5	1	0,5	0,5	0,5	4
y3	1,5	1,5	1	0,5	0,5	5
y4	1,5	1,5	1,5	1	1,5	7
y5	1,5	1,5	1,5	0,5	1	6
						25

Для оценки уровня конкурентоспособности между предприятиями электронной торговли необходимо по каждому из качественных параметров сопоставить значения конкретных интернет-магазинов. В таблице 3 представлено сопоставление по параметру «Время загрузки сайта».

Таблица 3 – Матрица оценок по качественному параметру «Время загрузки сайта» (y1)

y1	x1	x2	x3	x4	x5	x6	ΣX _j	P _j
x1	1	0,5	0,5	0,5	0,5	1,5	4,5	0,125
x2	1,5	1	1,5	0,5	1,5	1,5	7,5	0,20833

x3	1,5	0,5	1	1,5	0,5	1,5	6,5	0,18056
x4	1,5	1,5	0,5	1	1,5	1,5	7,5	0,20833
x5	1,5	0,5	1,5	0,5	1	1,5	6,5	0,18056
x6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	3,5	0,09722
							36	

Согласно параметру «время загрузки сайта», наибольшая скорость загрузки сайта наблюдается у интернет-магазина 21vek.by и Kufar.by, наименьшая – 1k.by

Таблица 4 – Матрица оценок по качественному параметру «Простота выбора товара» (y2)

y2	x1	x2	x3	x4	x5	x6	$\sum X_j$	Pj
x1	1	0,5	0,5	1,5	0,5	1,5	5,5	0,15278
x2	1,5	1	0,5	1,5	0,5	1,5	6,5	0,18056
x3	1,5	1,5	1	1,5	1,5	1,5	8,5	0,23611
x4	0,5	0,5	0,5	1	0,5	1,5	4,5	0,125
x5	1,5	1,5	0,5	1,5	1	1,5	7,5	0,20833
x6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	3,5	0,09722
							36	

По полученным данным «процедура выбора товара», можно отметить, что наибольшие значения получено у интернет-магазина E-dostavka.by, а наименьшие – у 1k.by.

Таблица 5 – Матрица оценок по качественному параметру «Процедура оформления заказа» (y3).

y3	x1	x2	x3	x4	x5	x6	$\sum X_j$	Pj
x1	1	0,5	0,5	1,5	0,5	1,5	5,5	0,15278
x2	1,5	1	0,5	1,5	1,5	1,5	7,5	0,20833
x3	1,5	1,5	1	1,5	0,5	1,5	7,5	0,20833
x4	0,5	0,5	0,5	1	0,5	1,5	4,5	0,125
x5	1,5	0,5	1,5	1,5	1	1,5	7,5	0,20833
x6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	3,5	0,09722
							36	

Исходя из полученных значений по параметру «Процедура оформления заказа», можно предположить, что наиболее удобными для покупателей при оформлении заказов являются интернет-21vek.by, E-dostavka.by и Wildberries.by.

Таблица 6 – Матрица оценок по качественному параметру «Варианты доставки» (y4)

y4	x1	x2	x3	x4	x5	x6	$\sum X_j$	Pj
x1	1	0,5	0,5	1,5	0,5	1,5	5,5	0,152778
x2	1,5	1	1,5	1,5	0,5	1,5	7,5	0,208333
x3	1,5	0,5	1	1,5	0,5	1,5	6,5	0,180556
x4	0,5	0,5	0,5	1	0,5	1,5	4,5	0,125
x5	1,5	1,5	1,5	1,5	1	1,5	8,5	0,236111
x6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	3,5	0,097222
							36	

По полученным данным по параметру «Варианты доставки», наблюдается преимущество интернет-магазин Wildberries.by перед другими.

Таблица 7 – Матрица оценок по качественному параметру «Варианты оплаты» (y5)

y5	x1	x2	x3	x4	x5	x6	$\sum X_j$	Pj
----	----	----	----	----	----	----	------------	----

x1	1	0,5	0,5	1,5	0,5	1,5	5,5	0,152778
x2	1,5	1	1,5	1,5	0,5	1,5	7,5	0,208333
x3	1,5	0,5	1	1,5	0,5	1,5	6,5	0,180556
x4	0,5	0,5	0,5	1	0,5	1,5	4,5	0,125
x5	1,5	1,5	1,5	1,5	1	1,5	8,5	0,236111
x6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	1	3,5	0,097222

36

Исходя из полученных данных параметра «Варианты оплаты», интернет-магазины Wildberries.by и 21vek.by являются более удобными для потребителей варианты оплаты товаров, нежели другие.

Таблица 8 – Итоговые данные уровня конкурентоспособности интернет-магазинов.

Интернет-магазины	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	$\sum X Y_j$	Место
iMarket.by	0,125	0,152	0,153	0,153	0,153	0,736	4
21vek.by	0,208	0,18	0,21	0,21	0,21	1,018	2
E-dostavka.by	0,18	0,236	0,21	0,18	0,18	0,986	3
Kufar.by	0,208	0,125	0,125	0,125	0,125	0,708	5
Wildberries.by	0,18	0,21	0,21	0,236	0,236	1,072	1
1k.by	0,097	0,097	0,097	0,097	0,097	0,485	6

Таким образом, по полученным данным, можно сделать вывод о том, что несмотря на наличие в Беларуси таких возможностей, как: высокоскоростной Интернет по всей стране; качественный мобильный Интернет; невысокая стоимость трафика и т.д., более привлекательным для потребителей является иностранный интернет-магазин Wildberries.by, занявший первое место по качественным показателям. Второе место занимает 21vek.by и E-dostavka.by, которые почти не отстают от иностранного маркетплейса, что свидетельствует о большом потенциале интернет-магазинов в отношении увеличения показателя конкуренции даже при отсутствии высоких уровней продаж. Возможно, таким предприятиям следует обратить больше внимания на улучшение вариантов доставки, ассортиментной политики, рекламу, маркетинговые исследования. Поскольку на сегодняшний день рынок электронной коммерции стремительно растет и развивается, и для большинства предприятий электронной торговли Республики Беларусь есть перспективы развития своего бизнеса и, как следствие, роста результативных показателей: прибыли, рентабельности, оборачиваемости.

Список использованных источников:

1. РТО в Беларуси по итогам 2022 года «ушел в минус» на 3,7% [Электронный ресурс]: // URL: <https://belretail.by/news/rto-v-belarusi-po-itogam-goda-ushel-v-minus-na> (дата обращения: 01.03.2023).
2. Показатели оценки эффективности функционирования электронного магазина [Электронный ресурс]: OECD Data. // URL: https://studopedia.ru/8_177203_pokazateli-otsenki-effektivnosti-funktsionirovaniya-elektronnogo-magazina.html (дата обращения: 01.03.2023).
3. Рынок потребительских товаров и услуг: состояние и перспективы развития / Под общей ред. Л.Б. Шабановой. – Казань: ООО «Алекспресс», 2014. – 284 с..
4. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: учебное пособие / Кобелев О.А. — Москва: Дашков и К, 2018. — 684 с.
5. Глобальное развитие e-commerce [Электронный ресурс]: // URL: https://rgud.ru/documents/2020-IPG.Research_E-commerce.pdf (дата обращения: 03.03.2023).
6. UNCTAD. Information Economy Report 2015 // Unlocking the Potential of E-commerce for Developing Countries. — UNCTAD/IER/2015: UN, 2015. — С. 14–15.
7. Беяцкая Т.Н. Тенденции мирового рынка электронной коммерции / Т.Н. Беяцкая // Потребительская кооперация №3, 2021. - С.44-49

UDC 339.13.017

ANALYSIS AND EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF ELECTRONIC COMMERCE IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Khasenevich J.I.¹

59-я Научная Конференция Аспирантов, Магистрантов и Студентов БГУИР, Минск, 2023

Belarusian State University of Informatics and Radioelectronics¹, Minsk, Republic of Belarus

Zhilinskaya N.N. – PhD in Economics

Annotation. This article assesses the level of competitiveness of online stores in Belarus on the basis of qualitative characteristics.

Keywords. competitiveness, analysis of the development of the Belarusian e-commerce market.