

УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ТОРГІВЛІ ЗА КАТАЛОГАМИ – НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНИЙ У СВІТІ

студент Гайдабрус Н., аспірант Голишева Є.О.

Останнім часом торгівля за каталогами в Україні стає все більш популярною. Каталогна торгівля являє собою простий і швидкий процес купівлі, який надає переваги всім сторонам. Для продавця – це економія на витратах: оренді, заробітній платні персоналу, закупівлі товару, логістиці, рекламі. Для покупця товар, куплений за каталогом, виявляється на 20-40% дешевшим, ніж придбаний за роздрібною ціною. Крім того, покупець заощаджує час, необхідний на відвідування магазину для його покупки, а продавець може охопити навіть найвіддаленіші райони країни (в Україні громадян, що живуть у селах і невеликих містах, близько 25 млн. чол.).

Виробник, який бере участь у каталожній торгівлі, може контролювати попит на свою продукцію й регулювати виробництво. А в момент одержання каталогу, виробник пропонує свою продукцію за умов відсутності конкурентного середовища.

На думку фахівців, комп'ютеризація також є об'єктивною причиною стрімкого зростання каталожної торгівлі, у зв'язку з можливістю оброблення більших баз даних. Важливий фактор підвищення рівня ефективності торгівлі за каталогами – можливість персоналізації поліграфічних розсилок.

В Україні цей бізнес досі перебуває на початковому етапі, але стрімко розвивається. У 2008 році українці купили за каталогами товарів майже на 75 млн. доларів, що становить 0,15% від усієї закупки, зробленої у роздробі.

Незважаючи на відносно невеликі обсяги, український ринок зацікавив своїми темпами росту таких найбільших світових продавців, як компанії Neckermann і Quelle. Так, у 2008 році обсяги з продажу за каталогом збільшилися на 64%, тоді як у країнах Західної Європи – усього на 3-4%. Тенденція зростання на рівні як мінімум 30% збережеться й у найближчі роки.

Більшість експертів відзначають, що в умовах кризи торгівля за каталогом набиратиме обертів, а компанії, що спробують увійти до українського бізнесу за каталогами, зуміють успішно вийти на пристойні показники впродовж короткого часу.

Один з найбільших у Німеччині операторів дистанційної торгівлі (по каталогах) Quelle на початку 2009 року відкрив в Україні представництво й однойменний інтернет-магазин. Магазины компанії Primondo, що володіє ресурсом Quelle, представлені в десяти країнах Європи. У 2007 році виторг Primondo склав 2,88 млрд. євро. Запуск в Україні онлайн-магазинів найбільших європейських операторів дистанційної торгівлі (з 2002 року тут працює OTTO, з 2005-го - Neckermann) закономірний.

Прямі продажі становлять значні частки в бюджетах розвинених країн. У США ця цифра рівна 14 % національної економіки. У Росії обороти з каталожної торгівлі зросли на 50%: з \$320 млн. у 2007 році до \$430 млн. – у 2008.

Український ринок у цей час відносять до найбільш перспективних у світі. Це пов'язане з географією країни, структурою населення й менталітетом.

Оборот українського ринку інтернет-продажів збільшується в середньому на 60-80% у рік. В окремих товарних категоріях зростання досягає 150-200%. У 2008 р. виторг онлайн-магазинів у країні склав \$160-250 млн. Експерти прогнозують, що оборот індустрії перевищить \$300 млн. у 2010 р.

Перспективи каталожного бізнесу в Україні фахівці оцінюють дуже оптимістично. Українська пошта вигідно відрізняється від російської швидкістю доставки листів, зокрема, у Москві доставка становить більш тижня, а у Києві – 1-2 дні. Строк перерахування грошей при оплаті післяплатою у Росії становить до двох місяців, по Україні – три дні.

Крім того, в Україні існують тарифні знижки й знижки на послуги пошти. Також надається можливість використання поворотних, доплатних форм.

У зв'язку з вищенаведеним, можна стверджувати, що сьогодні в Україні склалися всі передумови для успішного розвитку бізнесу за каталогами.