

4. Вакуленко, С. П. Актуальные вопросы классификации смешанных перевозок / С. П. Вакуленко, О. Н. Ларин, Е. Б. Куликова // Логистика: современные тенденции развития : Материалы XVIII Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 04–05 апреля 2019 года. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Государственный университет морского и речного флота им. адмирала С.О. Макарова, 2019. – Ч.1 – С. 78–84.

5. Вакулич, Н. А. Проблемы оценки стоимости белорусского бизнеса в сфере оказания логистических услуг / Н.А. Вакулич, Е.Н. Дубина // Инновационное развитие экономики: тенденции и перспективы. – 2015. – Т. 1. – С. 27–35.

УДК 658.8

Демид В. Д., Сидорик В. С.

Научный руководитель: к.э.н., доцент Медведева Г. Б.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ЗАКАЗАМИ НА ЭТАПЕ ОРГАНИЗАЦИИ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Цифровая экономика определяет вектор трансформации традиционной экономики, а также необходимость появления новых ниш или рынков. Клиентоориентированность новых бизнес-моделей определяет их состав и структуру: от ценностных предложений, направленных на решение планируемых потребностей клиента, своевременной доставки и до потока доходов, зависящего от времени использования продукта клиентом.

Главные элементы цифровой экономики: электронная торговля, электронный банкинг и платежи, интернет-реклама и т. д. Самое большое распространение получили различные формы электронной торговли.

Основным достоинством цифровой экономики является расширение торговли. В интернете даже малые компании способны находить клиентскую базу, составляя конкуренцию крупным производителям и занимая место в системе международной торговли. Информационные технологии способствуют повышению производительности, снижая производственные издержки и повышая тем самым эффективность труда во многих секторах экономики.

Цифровая экономика развивает конкуренцию, делая рынок более гибким и открытым для молодых производителей, которые не обладают существенными инвестиционными вложениями. Кроме того, создаются новые рабочие места для определенных категорий людей, которые получают возможность работать дистанционно.

В интернет-магазине можно заказать товар онлайн и сразу получить письменное подтверждение, в котором прописаны сроки доставки и другие условия. Но некоторые покупатели предпочитают заказывать по телефону: им важно услышать голос живого человека или нужно еще что-то уточнить. Позвонившему клиенту отвечает оператор, который выясняет детали и передает заказ дальше по цепочке: на склад и в доставку.

Эксперты по продажам рекомендуют в первое время после открытия самим принимать заказы. Это поможет выстроить бизнес-процессы, понять, что нужно

покупателям, на каких этапах чаще возникают сбои, использовать информационные технологии, такие как CRM-система. Это программное обеспечение, предназначенное для автоматизации стратегий взаимодействия с заказчиками (клиентами), в частности для повышения уровня продаж, оптимизации маркетинга и улучшения обслуживания клиентов путём сохранения информации о клиентах и истории взаимоотношений с ними, установления и улучшения бизнес-процессов и последующего анализа результатов.

У нового интернет-магазина небольшой оборот, поэтому организовать логистику можно силами двух-трех человек, которые смогут отвечать на звонки, собирать заказы и доставлять их покупателям. Если количество заказов заметно выросло, можно начать сотрудничать с компанией, у которой есть колл-центр. Такая услуга нужна крупным интернет-магазинам, куда ежедневно поступают сотни обращений от клиентов.

Собственник интернет-магазина на первом этапе ориентируется на самостоятельное принятие заказов. Для доставки товаров на склад нанимают курьера или транспортную компанию. Владельцы интернет-магазинов покупают товар небольшими партиями и после того, как клиент внес предоплату. У такого подхода есть недостатки: товара может не оказаться на складе поставщика, а сама схема серьезно усложняет логистику.

Специализированные компании ежедневно доставляют и отгружают тысячи товаров, их работа уже отлажена и есть свой автопарк. Услуги подрядчиков будут выгодны при сотрудничестве с десятками поставщиков в разных городах.

Закупленный товар необходимо хранить и упаковывать. Для продуктов или витаминов может потребоваться холодильник, автошины можно хранить в гараже, а для антикварных вещей нужен теплый и сухой склад. Все это нужно подготовить заранее. Еще понадобится упаковочный материал: можно просто купить бумагу и пакеты по оптовой цене или заказать брендированную упаковку. Склад можно арендовать у партнера или организовать самостоятельно. В первое время вы можете разместить товар дома, в офисе, гараже или на небольшом складе. У логистических компаний есть склады, которые можно арендовать целиком или отдельными секциями. Такие компании гарантируют необходимые условия хранения, маркируют товар и заносят в собственную CRM [1].

В начале работы услуги партнера необходимы, если у нас крупногабаритный товар или его нужно хранить в специальных помещениях. Чем больше становится интернет-магазин, тем выгоднее для него работать с подрядчиками: их услуги обычно дешевле, чем содержание своего склада. Собственный склад дает возможность оперативно проверять наличие и срочно доставлять заказы клиентам. Но содержать склад дорого: как правило, это могут позволить себе только крупные интернет-магазины.

Упакованный заказ необходимо доставить клиенту. Для доставки в черте города нанимают курьеров и организуют пункты самовывоза, в другие города заказы отправляют почтой и с помощью транспортных компаний. Доставку товара покупателю называют «последней милей». Этот этап — один из самых ответственных: от скорости доставки и вежливости курьера часто зависит общее впечатление клиента об интернет-магазине. Чтобы доставлять заказы по городу, нужны курьеры или пункты выдачи. По данным исследования Яндекса, половина покупателей

предпочитают самовывоз. В первое время выдавать заказы можно в офисе или на складе. Некоторые владельцы интернет-магазинов сами развозят товары по клиентам, но лучше потратить личное время на выстраивание бизнес-процессов и общение с клиентами. Для доставки лучше сразу нанять курьера.

Со временем, когда штат курьеров расширится, понадобится контролировать их работу. Для этого есть программы, которые позволяют ставить задачи, планировать маршруты передвижения, получать фото - и видеоотчеты о доставке. Если ваши покупатели живут в других городах, вам помогут частные перевозчики, транспортные компании и «БелПочта».

В первое время лучше принимать заказы самостоятельно. Обращаться к подрядчику выгодно, если нужно обрабатывать сотни заказов в день. Начинающим предпринимателям рекомендуют выкупать товар небольшими партиями, по количеству фактических заказов. Данный бизнес-процесс тесно связан с процессами закупки, распределения и хранения товара.

Рассмотрим таблицу 1, чтобы наглядно увидеть, кто и чем занимается в данном процессе, кто за что отвечает, а также какие ресурсы нужны для выполнения данного действия [2].

Таблица 1 – Выполнение заказов клиентов в интернет-магазинах

Действие	Исполнители	Требуемые ресурсы
Обработка заказа	Оператор	Интернет, компьютер
Передача данных на склад	Оператор	База данных, компьютер, интернет
Поиск товара на складе	Складские рабочие	Данные о товаре на складе
Сбор заказа	Складские рабочие	Товар в наличии
Проверка сертификатов	Специалисты по качеству	Сертификаты качества
Оформление документации	Логист	Унифицированные формы, бланки
Передача заказа курьеру	Складские рабочие	Собранный заказ, документация, сертификаты
Доставка товара клиенту	Курьер	Транспорт

Заказы клиентов в интернет-магазине сначала обрабатываются оператором. Далее оператор передает уже обработанный заказ на склад, для чего требуется складская база данных. Затем оператор склада, имея данные о наличии товара на складе осуществляет поиск необходимого товара, и только после подтверждения наличия товара на складе заказ будет принят. Следующим этапом логистического процесса является проверка сертификата. Она проводится специалистом по качеству и требует наличия сертификата качества. После проверки сертификата специалист по логистике подготавливает необходимую документацию в виде бланков и бумаг, а собранный бланк заказа и документация передаются курьеру, который затем доставляется бланк заказа непосредственно клиенту.

В современных условиях существенно меняются требования клиентов к услугам. Клиенты ориентируются на индивидуальный подход к ним, уже на «входе» задается множество условий и критериев, и они ожидают выгодного решения, причем иногда просят дать несколько вариантов логистических схем с целью оптимизации своих логистических бюджетов [3]. Совершенствование логистической системы имеет первостепенное значение для компаний, желаю-

щих сохранить конкурентоспособность на рынке. В течение последних 10–15 лет компании вынуждены совершенствовать эти процессы, поскольку клиенты требуют все более качественной продукции, услуг, сервиса и скорости выполнения заказов. И если они не получают желаемого от одного поставщика, у них есть множество других на выбор (отсюда и конкуренция между компаниями).

«Подводные камни» при приёме заказов в интернет-магазинах: длительное время выполнения заказа; несоответствие данных, предоставленных клиенту с данными о наличии на складе; небольшое количество курьеров, не справляющихся с количеством заказов.

Управление заказами включает в себя все виды деятельности, связанные с движением товара к клиенту, логистикой и контролем. Логистика интернет-магазина выполняет традиционные для логистики функции транспортировки и управления заказами. в данном случае центральным процессом является продвижение продукта к клиенту [4].

В результате проведения данной работы можно сделать вывод: фирма, уделяющая внимание бизнес-процессам снижает затраты на логистические издержки, следовательно, снижается себестоимость, повышается конкурентоспособность и прибыль от реализации.

Список цитированных источников

1. Цифровая экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spravochnick.ru/>. – Дата доступа: 07.05.2023.
2. Иванов, Г. Г. Складская логистика // Г. Г. Иванов, Н. С. Киреева // Москва : РЭУ имени Плеханова, 2023.
3. Захарченко, Л. А. Цифровая трансформация логистических центров Беларуси: состояние и проблемы / Л. А. Захарченко, Г. Б. Медведева // Вестник Брестского государственного технического университета. – 2021. – № 2 (125). – С. 106–111.
4. Герасимов, Б. И. Основы логистики / Б. И. Герасимов, В. В. Жариков, В. Д. Жариков // Москва : ТГТУ, 2021.

УДК 331.22

Денисюк Д. Д.

Научный руководитель: ст. преподаватель Голец О. В.

СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФИНАНСОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

Весомый вклад в эффективность работы персонала организации вносит действующая система оплаты труда. Центральным звеном мотивации выступает система оплаты труда, основной задачей которой является усиление взаимосвязи индивидуального результата труда работника и уровня оплаты. В связи с этим возрастает актуальность оценки того, насколько полно действующая на предприятии система оплаты труда позволяет учесть личный вклад каждого работника и ее влияние на производительность труда.

Экономическая значимость данного исследования: нахождение зависимости между прибылью организации и производительностью труда.

Значимость данного исследования: обеспечение справедливого оценивания труда работников.