

часто целесообразно делать для сокращения количества используемых на предприятии методов, моделей и подходов.

В целом инструмент ABC и XYZ-классификации подчеркивает первостепенное значение качества управления запасами для обеспечения эффективной деятельности предприятия в целом.

#### **Список цитированных источников**

1. ABC- и XYZ-анализ товарного ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://exceltable.com/otchety/abc-i-xyz-analiz-v-excel>. – Дата доступа: 05.04.2022.
2. Лукинский, В. В. Управление запасами в цепях поставок: в 2 ч. / В. В. Лукинский. – М. : Юрайт, 2017. – Часть 1: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. – 872 с.
3. Сайт компании ТООО «Фобус» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://fobus.by>. – Дата доступа: 10.04.2022.

УДК 658.84

*Демидович М. В., Шастерик Д. С.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Станкевич Д. В.*

## **ЭЛЕКТРОННАЯ ТОРГОВЛЯ КАК ОСОБЫЙ ВИД РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ ЛОГИСТИКИ**

Электронная торговля или электронная коммерция – объединяет все площадки и сервисы, где оплата происходит онлайн. В первую очередь – интернет-магазины, которые принимают электронные платежи.

Электронная торговля объединяет такие глобальные категории, как онлайн-продажи, интернет-банкинг, бронирования билетов и отелей, транзакции в платёжных системах, онлайн-маркетинг и реклама.

Электронную торговлю можно классифицировать по двум признакам. Первый – в зависимости от объекта торговли:

- физические товары – продукты, одежду, мебель, электронику, бумажные книги;
- цифровые товары – музыка, кино и сериалы, электронные книги, онлайн-курсы;
- услуги – фотосъёмка, уборка, помощь с переездом и т. д.

Второй классификационный признак – в зависимости от целевой аудитории, с которой работает компания:

- B2B (Business-to-Business). «Бизнес для бизнеса» подразумевает коммерческие отношения между юридическими лицами, экономическими субъектами рынка. То есть компании взаимодействуют между собой – заключают сделки, вступают в партнёрские отношения.

- B2C (Business-to-Consumer). «Бизнес для потребителя» предполагает торговлю товарами и услугами между юридическими и физическими лицами. Это своего рода розничные продажи, но только с помощью онлайн-площадок. Преимущество клиентов в большем ассортименте выбора, удобстве заказа и доставке товаров на дом или в офис. Электронная коммерция позволяет предпринимателю снизить затраты на содержание торговых и складских площадей.

● C2C (Consumer-to-Consumer). «Потребитель для потребителя» подразумевает осуществление сделок между физическими лицами. Примерами таких интернет-площадок могут выступать Авито, «Kufar», «Ebay» и многие другие. Взаимодействие между потребителями осуществляется через электронную систему объявлений [1].

Сегодня большую часть занимают ниши B2B и B2C, они популярны и востребованы в большинстве крупных компаний.

Важным при анализе интернет-торговли является выделение ее элементов. К основным элементам можно отнести:

- площадка (сайт, аккаунт, онлайн-магазин);
- каналы привлечения трафика (SMM, контекстная реклама, таргетированная реклама);
- системы обработки заказов, работы с клиентами – отделы продаж, службы поддержки;
- службы закупок, снабжения, доставки, возврата товаров [2].

В XXI веке многие знакомы с электронной торговлей через интернет-магазины. И для работы с такими магазинами существует специальный алгоритм, которого придерживаются большинство компаний.

Рассмотрим принцип работы E-commerce на примере заказа товара в онлайн-магазине Wildberries. Алгоритм выглядит следующим образом:

Шаг первый – покупатель, просматривая онлайн-каталог, решает выбрать продукт. Его ПК или мобильное устройство через браузер взаимодействует с сервером, на котором находится магазин.

Шаг второй – сервер, получив заявку пользователя, отправляет её менеджеру в систему обработки заказов.

Шаг третий – менеджер делает запрос в базу данных о наличии товара на складе. Если товара нет, то делается запрос производителю, выясняется время поставки на склад, после чего клиенту предоставляется конкретная информация.

Шаг четвёртый – если товар на складе, сотрудник магазина продолжает обработку заявки.

Шаг пятый – обращение к финансовой системе с запросом на обработку транзакции – оплаты от клиента.

Шаг шестой – финансовая система разрешает или блокирует проведение сделки в зависимости от ситуации со счётом клиента (недостаток денег, нерабочая карта и другое). Если сделка совершается успешно, то менеджер подтверждает транзакцию и уведомляет об этом сервер.

Шаг седьмой – сервер выводит покупателю сообщение, что оплата успешно проведена, заказ принят в обработку.

Шаг восьмой – заявка направляется на склад, где формируется товар для отправки по адресу клиента.

Шаг девятый – сотрудники логистического отдела доставляют товар в пункты выдачи, после чего клиент может забрать свой заказ.

Шаг десятый – после отправки заказа со склада, сервер высылает клиенту оповещение, что товар находится в пути. Все пункты передвижения товара клиент отслеживает через приложение. О наличии в пакте выдачи он так же может узнать через приложение или при помощи сообщения.

Чтобы клиент смог забрать свой заказ, ему присваивается персональный код, а также QR-код, который он предоставляет менеджеру для получения товара.

Алгоритм для онлайн-сервисов, интернет-банкинга примерно одинаковый, за исключением, что услуги могут не иметь физического воплощения. Например, продажа доступа к полному функционалу программы, покупка электронных книг и другое.

Следует отметить, что электронная торговля имеет свои плюсы и минусы. К ключевым преимуществам данного вида торговли относятся:

- **Снижение затрат.** Электронная торговля упрощает бизнес-процессы во многих отраслях предпринимательства. Например, чтобы открыть онлайн-магазин, не нужно арендовать физическую площадь, нанимать штат продавцов и сотрудников доставки. Все действия можно автоматизировать, а если товар электронный, то и упростить в разы сервис доставки. В итоге транзакционные издержки ниже, что сказывается на стоимости продукции или услуг.

- **Расширение целевой аудитории.** Через Интернет можно продавать по всему миру без особых затрат. Конечно, если бизнес связан с физическими товарами, то придётся поломать голову с доставкой. Простое решение – это сотрудничество с транспортными компаниями. Но если вы продаёте электронные товары, услуги (электронные книги, программы, сервисы и прочее), то рынок неограничен.

- **Меньше посредников.** Электронная коммерция позволяет работать напрямую с производителем, исключая цепочку посредников. Так создаётся прямой канал между продавцом и покупателем, что сказывается на стоимости товаров и качестве обслуживания.

- **Возможность со 100-й % точностью анализировать продажи, продвижение, развитие бизнеса в сети.** Системы аналитики, колтрекинга позволяют следить за ситуацией и своевременно принимать меры [3].

Конечно же в электронной торговле есть и недостатки, такие как:

- **Зависимость от информационно-коммуникационных технологий.** Ведь не во всех регионах есть свободный доступ к Интернету на высокой скорости. Этот фактор сильно тормозит развитие электронного бизнеса.

- **Особенности законодательства и налоги.** Отсутствие правового регулирования онлайн-коммерции часто служит препятствием при заключении тех или иных сделок. А также фирмы, которые хотят реализовывать свою продукцию через онлайн-площадки, например, Wildberries, за пользование этими площадками должны оплачивать определенный процент от дохода (величина процента устанавливается владельцем площадки).

- **Безопасность информации.** Онлайн-торговля и бизнес в сети требуют высокой гарантии конфиденциальности данных пользователей, покупателей, участников коммерческой деятельности. Поэтому активно внедряется сертификация, авторизация и другие варианты борьбы с мошенничеством.

- **Авторское право.** Защита прав собственности – это актуальная и серьёзная проблема для сети Интернет. Множество пиратских копий программного обеспечения, «слитые» в свободный доступ мастер-классы, курсы, книги и другая продукция интеллектуального труда – все это становится проблемой для электронной коммерции во всем мире.

В XXI веке сложно найти человека, который не знает о интернет-магазинах. Большинство людей ежедневно пользуются такими магазинами, как AliExpress, OMA, «Электросила», Lamoda, e-dostavka.by, «5 элемент», 21vek, Wildberries, OZON, «Золотое яблоко», Kufar, OZ.by.

И как ни странно, потребители не видят больше жизни без этих магазинов. Эта тенденция уже захватила весь мир, страны и города. И Беларусь не осталась в стороне.

При невозможности самостоятельно совершить покупки в стационарных магазинах, у многих магазинов есть функция заказа онлайн-доставки. Данный способ покупки не позволит полностью удостовериться в свежести и качестве продуктов, но экономит время и силы.

Рассмотрим несколько положительных примеров использования электронной торговли как способа распределения продукции.

Если покупатель активно следит за модой и трендами, но в его городе не так уж и часто можно найти люксовые вещи, он всегда может воспользоваться интернет-магазинами и доставкой Wildberries, OZON.

Если покупатель интересуется косметикой и отслеживает её с помощью интернет-сайтов и личных публикаций производителей, но фирменных магазинов желанных брендов в стране или городе нет, в данном случае можно воспользоваться силами посредника и заказать, например, на сайте ритейлера «Золотое яблоко».

Перечисленные примеры указывают на положительные стороны интернет-магазинов и объясняют нарастающую ее популярность. Однако им присущи как плюсы, так и минусы. Среди плюсов можно выделить следующие:

- Популярность. Ни один уважающий себя человек не упустит возможности узнать о новинках и продвижениях, а если эти новинки улучшают нашу жизнь и идут в ногу со временем, почему бы не воспользоваться ими.

- Экономия времени. Чаще всего мы жалуемся на нехватку времени и это на самом деле очень большая проблема, и как следствие, экономия времени является одним из критериев, который развивает популярность электронной торговли.

- Ассортимент. Нам всегда всего мало, но если говорить о торговле с помощью Интернета, то там мы можем найти всё. Приложения имеют достаточно удобный интерфейс с поисковой системой и фильтрами по подбору товаров, что делает электронную торговлю ещё удобнее и востребованнее. И даже если на одном ресурсе не окажется необходимого товара, есть большая вероятность, что социальные сети начнут предлагать другие приложения с необходимым товаром.

- Продукция поступает прямо от производителя (без посредников). Это один из главных и важных плюсов в электронной торговле. Благодаря этому пункту товар остаётся оригинальным и качественным (без подделок), а также не растёт в цене.

Продажи через интернет имеют недостатки:

- Упаковка. При перевозке упаковка товара может пострадать и прийти в несоответствующем виде. И если товар не пострадал, то это не большая проблема, ведь нам важно содержимое. А если товар все же пострадал, то в таких случаях действует система возврата.

● Брак. Получить бракованный товар всегда обидно, ведь заказ мы ждём долго. Но и с этой проблемой все пункты выдачи сталкивались и нормально к этому относятся. Решением такой проблемы также является возврат. При возврате покупатель получает назад свои деньги. Поставщик приносит извинения и может заменить продукт на другой соответствующий всем требованиям. Может в качестве извинения отправить небольшой подарок или скидку на последующий заказ.

● Неоригинальная продукция. Этот пункт является спорным. Потому что потребитель сам должен оценивать свои требования. Если он хочет купить туфли от бренда Gucci, которые в фирменном магазине стоят от 300 \$, а на одном из сайтов он нашел точно такие же, но за 100 р. Естественно, это не оригинальная продукция, а очень хорошая копия. И с пониманием и осознанием потребитель либо заказывает товар, либо копит деньги и покупает оригинал.

● Задержка сроков поставки. Рассчитать с точностью 100-й % срок доставки могут лишь единицы, поэтому обычно указывается период времени «с какого, по какое» могут доставить заказ. И даже при этом товар не всегда приходит вовремя.

И какой же можно сделать вывод? Как для потребителя продукции есть большой ассортимент поставщиков и ещё больший ассортимент продукции. Чаще всего товар дешевле, чем в розничных магазинах. Существует экономия времени. Со стороны поставщика даже индивидуальный предприниматель может начать продавать свою продукцию, закупив её на оптовом рынке. Снижение коррупционных рисков. Мы можем с уверенностью сказать, что электронная торговля будет одной из ведущих областей торговли, она будет развиваться, совершенствоваться и все больше набирать популярность.

#### **Список цитированных источников**

1. Петров, И. Логистика распределения в электронной торговле / И. Петров // Молодой учёный. – 2016. – № 13.1 (117.1). – С. 81–84.

2. Электронная коммерция [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.calltouch.ru/-glossary/elektronnaya-kommerciya>. – Дата доступа: 12.04.2022.

3. Что такое электронная коммерция: руководство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sendpulse.by/support/glossary/ecommerce>. – Дата доступа: 12.04.2022.

УДК 334.752

*Исмайлова М. О., Шумская В. В.*

*Научный руководитель: к. э. н., доцент Захарченко Л. А.*

## **РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Франчайзинг как система зародился в XX веке в США и наиболее быстро развивался в 50–60-е годы в юридической обстановке политики невмешательства.

Сегодня франчайзинг получил развитие более чем в 70 отраслях хозяйства. Он признан в мире как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса и широко распространен в зарубежной практике [1].

Основными источниками доходов франчайзера становятся:

– вступительные взносы новых франчайзи;