

3. Невзаимозаменяемый токен [Электронный ресурс] / Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Невзаимозаменяемый_токен. (дата обращения: 19.08.2023).
4. Цены на ведущие NFT-коллекции по объёму торгов за 24 часа [Электронный ресурс] / CoinGecko : analiz kriptovalyutnogo rynka. URL: <https://www.coingecko.com/ru/nft>. (дата обращения: 10.09.2023).
5. Топ-7 лучших NFT-платформ: где купить или продать NFT-токены [Электронный ресурс] / Цифровой океан : журнал о цифровой трансформации жизни. URL: <https://digitalocean.ru/n/top-luchshih-nft-platform>. (дата обращения: 10.09.2023).
6. NFT-маркетплейс [Электронный ресурс]. URL: <https://rarible.com/>. (дата обращения: 10.09.2023).

References

1. Chto takoe NFT-tokeny i kak zarabotat' na vzaimozamenyaemykh tokenakh. Available at: <https://zen.yandex.ru/media/id/5f294d030c6f30562b4188f8/chto-takoe-nfttokeny-i-kak-zarabotat-na-ne-vzaimozamenyaemykh-tokenah-60215e5eccc86b33d3f3cf>. (accessed: 07.09.2023).
2. NFT – vse, chto nuzhno znat' o nevzaimozamenyaemykh aktivakh. Available at: <https://miningbitcoinguide.com/technology/nft>. (accessed: 29.08.2023).
3. Nevzaimozamenyaemyu token. Available at: https://ru.wikipedia.org/wiki/Невзаимозаменяемый_токен (accessed: 19.08.2023).
4. Tseny na vedushchie NFT-kolleksii po ob"emu togov za 24 chasa Available at: <https://www.coingecko.com/ru/nft> (accessed: 10.09.2023).
5. Top-7 luchshikh NFT-platform: gde kupit' ili prodats' NFT-tokeny Available at: <https://digitalocean.ru/n/top-luchshih-nft-platform> (accessed: 10.09.2023).
6. NFT-marketpleys Available at: <https://rarible.com/> (accessed: 10.09.2023).

© Rovneyko M.A., 2023

УДК 339.1(476)

ЛОГИСТИКА E-COMMERCE В БЕЛАРУСИ

А. И. Роговская¹, Д. Г. Мартынюк²

^{1,2}Belarus State Economic University
Республика Беларусь, г. Минск, пр-т Партизанский, 26
dianamartyunuk04@gmail.com

В данной статье представлено основное понятие логистики электронной коммерции, виды и способы ее осуществления, а также опыт использования данного вида логистики в Беларуси и за рубежом.

Ключевые слова: электронная коммерция, логистика, фулфилмент, доставка, транспорт

E-COMMERCE LOGISTICS IN BELARUS

A. I. Rogovskaya¹, D. G. Martynyuk²

^{1,2}Belarus State Economic University
Republic of Belarus, Minsk, Partizansky Ave., 26, 220070
dianamartyunuk04@gmail.com

This article presents the basic concept of e-commerce logistics, its types and methods of implementation, as well as the experience of using this type of logistics in Belarus and abroad.

Keywords: e-commerce, logistics, delivery, fulfilment, transport

В современных условиях электронная коммерция в Беларуси и во всем мире растет очень быстрыми темпами. Логистика играет важную роль в обеспечении устойчивого и эффективного процесса доставки товаров покупателям.

Логистику электронной коммерции можно определить как часть логистики, управляющую материальными, информационными и финансовыми потоками в процессе доведения товаров, приобретенных через интернет-магазин, до покупателя. [1]

Технологии работы, используемые интернет-магазинами, подразделяются на следующие [2]:

1) Розничная и оптовая продажа товаров с собственного склада.

2) Реализация товаров под заказ. На небольшом складе хранятся только товары, пользующиеся особым спросом, остальное магазин заказывает у поставщиков в соответствии со звонками покупателей.

3) Оптовый интернет-магазин (B2B). В данном случае, интернет-магазин не имеет товарных запасов, а только отправляет заказы клиентов и информацию о доставке производителю или поставщику, которые затем отправляют товар непосредственно покупателю.

Основной составляющей e-commerce логистики является фулфилмент. Фулфилмент – комплекс операций, выполняемых продавцом с момента оформления заказа покупателем и до момента доставки товара покупателю. [3]

Фулфилмент может быть организован тремя способами:

1) Самостоятельно. Управление логистикой электронной коммерции собственными силами означает, что на компании происходит самостоятельное управление собственной цепочкой поставок. Это означает отслеживание поставок от поставщика на склад, а также в различные распределительные центры или сортировочные центры, которые могут быть у компании. Организация фулфилмента собственными силами представлена на рис. 1.



Рис. 1. – Организация самостоятельного фулфилмента [3]

2) С помощью 3 PL-логистики (аутсорсинг). Логистика 3PL (Third-Party Logistics) – это концепция ведения логистических операций с использованием услуг стороннего логистического провайдера. При этом интернет-магазин сам покупает или производит товары, а также осуществляет их продвижение. Схема работы компании с помощью аутсорсинга представлена на рис. 2.



Рис. 2. – Организация 3PL-фулфилмента [3]

3) С помощью дропшиппинга. Это вариант выполнения заказов, который позволяет компаниям передавать процессы закупки, хранения и доставки продуктов третьей стороне – обычно поставщику. Схема использования компанией дропшиппинга представлена на рис. 3.



Рис. 3. – Организация дропшиппинг-фулфилмента [3]

Логистическая цепочка e-commerce логистики состоит из следующих частей [4]:

1) Поставщики. Поставщики или производители – это компании, которые создают продукт и отправляют его в центры выполнения. В случае использования компанией модели дропшиппинга, поставщики отправляют товары напрямую покупателям, минуя этап хранения на складе. Если же компания использует собственную логистику, то она делает оптовый заказ у поставщика и хранит товары на своем складе. Затем, по мере поступления заказов от клиентов, товары комплектуются и отправляются покупателям.

2) Центры выполнения заказов. Центр выполнения заказов – это большой склад, на котором хранятся товары. Данные центры упаковывают и отправляют каждый продукт, как только покупатель делает заказ. Этот объект может принадлежать или арендоваться предприятием электронной коммерции (специализированный центр выполнения заказов) или полностью управляться сторонним поставщиком логистических услуг (3PL).

3) Распределительные центры. Если компания электронной коммерции достаточно велика, она может использовать распределительные центры для разделения запасов между разными складами или видами транспорта. Они могут использовать отдельные склады для своих заказов B2B и DTC, поскольку им требуются разные места упаковки или доставки.

4) Сортировочные мощности. Сортировочные мощности в логистике относятся к способности компании или логистического центра сортировать и обрабатывать товары или отправления в эффективном и продуктивном порядке. Это включает процессы сортировки товаров, обработку и упаковку товаров, постановку на палеты или упаковки, а также отправку и маршрутизацию товаров. Оптимизация сортировочных мощностей позволяет обеспечивать быструю и точную обработку товаров перед их доставкой.

5) Перевозчики. Транспортные перевозчики – это компании, которые доставляют товар до конечного пункта назначения. В Беларуси это ООО «Парфюм логистик», СП «Транзит» и многие другие, в США это USPS, UPS, FedEx и DHL. Они получают посылку из центра выполнения заказов или со склада и доставляют ее покупателю на грузовике или самолете.

Электронная торговля в настоящее время является самым быстрорастущим сектором мировой экономики. Число интернет-магазинов в Беларуси ежегодно растет, что создает почву для новых достижений в области e-commerce логистики (рис. 4). [5] Одно из них - развитие собственных логистических инфраструктур и систем доставки у ведущих электронных коммерческих платформ. Компании, такие как 21vek.by, активно инвестируют в создание собственных складов и логистических центров, что позволяет им улучшить эффективность операций и обеспечить быструю доставку товаров клиентам. [6]

Другим важным достижением является развитие сети логистических партнеров, которые предоставляют услуги доставки в различные регионы Беларуси. Благодаря этому, компании e-commerce могут предложить различные варианты доставки своим клиентам, включая экспресс-доставку и доставку на следующий день.

Также стоит отметить, что рост e-commerce в Беларуси стимулировал развитие новых технологий и инноваций в логистике. Компании внедряют автоматизированные системы упаковки, робототехнику и искусственный интеллект для оптимизации складских операций и повышения эффективности доставки.

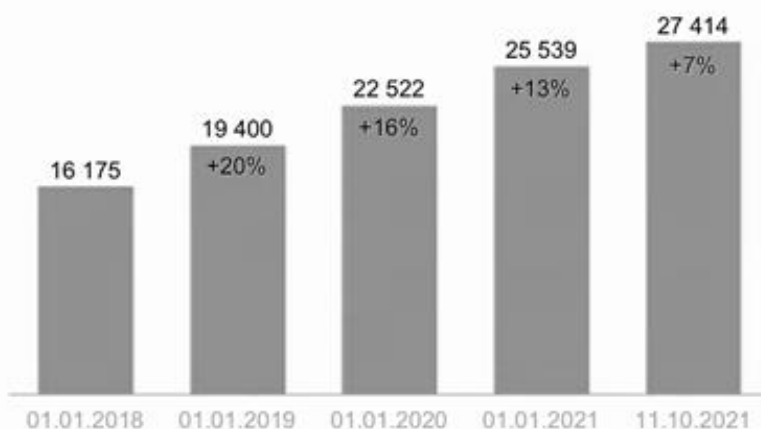


Рис. 4. – изменение числа интернет-магазинов в Беларуси
Источник: собственная разработка на основании данных [5]

Среди столь большого числа интернет-магазинов самым популярным в стране является онлайн-гипермаркет «21vek.by». Компания имеет собственный склад в Минске площадью около 15 тыс. кв. м. Интернет-магазин имеет развитую логистическую сеть для своевременной доставки товара. «21 vek.by» использует модель самостоятельного фулфилмента. Для его реализации используется собственный автопарк (более 209 автомобилей) и систему собственного управления складом.

Склад «21vek.by» разделен на области хранения, которые делятся на ряды, а ряды – на ячейки. Когда заказ оформлен, в системе отображается, в каком месте склада хранится этот товар. Найти его очень просто. Задача кладовщика – отправить заказ в нужную секцию, откуда его заберет курьер. [6]

Отдельным и наиболее популярным каналом доставки e-commerce платформ в Беларуси являются пункты выдачи заказов (ПВЗ) и постоматы. ПВЗ выполняет роль посредника между покупателем и интернет-магазином, принимая товары от продавца и оплату от покупателя, если заказ заранее не был оплачен. Данным видом канала пользуются такие площадки, как 21vek.by, OZ.by, OZON, Wildberries.

Под постаментом понимается станция приёма и выдачи малогабаритных отправок. Данным видом доставки используются интернет-площадками Lamoda и OZON. Всего в Беларуси насчитывается 29 постаментов. [7]

Важность логистики в e-commerce заключается в обеспечении плавных и быстрых поставок товаров покупателям. Логистические процессы, такие как управление запасами, обработка заказов, упаковка и доставка, должны быть организованы оптимальным образом, чтобы удовлетворить потребности клиентов в сжатые сроки. Развитие электронной коммерции в Беларуси невозможно без эффективной и хорошо организованной логистики. Важно продолжать исследования и работу над улучшением логистических процессов в e-commerce, чтобы обеспечить удовлетворение клиентов, повышение эффективности операций и укрепление позиций белорусских интернет-магазинов на рынке.

Список использованных источников

1. Торгунаков Е. А., Торгунакова Е. В. Развитие логистики электронной коммерции // Экономика и управление. 2019. №. 11 (169). С. 95-100.
2. Винокурова П. Логистика для e-commerce // Логистика. 2012. №. 3. С. 22-25.
3. Информационный портал IT Рейтинг [Электронный ресурс]. URL: <https://it-rating.in.ua/sravnenie-3-variantov-fulfilmenta-dropshipping-3pl-isamostoyatel'naya-realizatsiya> (дата обращения: 10.09.2023).
4. Информационный портал Raisingchildren [Электронный ресурс]. URL: <https://golocad.com/logistics/> (дата обращения: 10.09.2023).
5. Информационный портал Statista Consumer Market [Электронный ресурс]. URL: https://cdn.statcdn.com/static/img/outlook/CMO-Methodik_en.pdf (дата обращения: 10.09.2023).
6. Информационный портал МТБлог [Электронный ресурс]. URL: <https://mtblog.mtbank.by/ot-zakaza-do-dostavki-reportazh-iz-krupnejshego-onlajn-gipermarketa-21vek-by/> (дата обращения: 10.09.2023).
7. Информационный портал MYFIN [Электронный ресурс]. URL: <https://myfin.by/stati/view/cto-takoe-postomaty-i-naskolko-oni-popularny-v-belarusi> (дата обращения: 10.09.2023).

References

1. Torgunakov E. A., Torgunakova E. V. Razvitie logistiki elektronnoy kommersii. *Ekonomika i upravlenie*. 2019. №. 11 (169). S. 95-100.
2. Vinokurova P. Logistika dlya e-commerce // *Logistika*. 2012. №. 3. S. 22-25.
3. Informatsionnyy portal IT Reyting. Available at: <https://it-rating.in.ua/sravnenie-3-variantov-fulfilmenta-dropshipping-3pl-isamostoyatel'naya-realizatsiya> (accessed: 10.09.2023).
4. Informatsionnyy portal Raisingchildren. Available at: <https://golocad.com/logistics/> (accessed: 10.09.2023).
5. Informatsionnyy portal Statista Consumer Market. Available at: https://cdn.statcdn.com/static/img/outlook/CMO-Methodik_en.pdf (accessed: 10.09.2023).
6. Informatsionnyy portal MTBlog. Available at: <https://mtblog.mtbank.by/ot-zakaza-do-dostavki-reportazh-iz-krupnejshego-onlajn-gipermarketa-21vek-by/> (accessed: 10.09.2023).

7. Informatsionnyy portal MYFIN. Available at: <https://myfin.by/stati/view/cto-takoe-postomaty-i-naskolko-oni-popularny-v-belarusi> (accessed: 10.09.2023).

© Rogovskaya, A. I., Martynyuk, D. G., 2023.

УДК 657

РАЗВИТИЕ УЧЁТНО-АНАЛИТИЧЕСКИХ ИНСТРУМЕНТОВ В УСЛОВИИ ЦИФРОВИЗАЦИИ

А.И. Романюк¹, О.Д. Симанович²

^{1,2}Брестский государственный технический университет
Республика Беларусь, г. Брест, ул. Московская, 267.
oleg2001.simanovich.ru@mail.ru

В данной статье были определены направления совершенствования бухгалтерского учета с помощью цифровых технологий, а также выявлены факторы, непосредственно влияющие на цифровизацию учета.

Ключевые слова: экономика, бухгалтерский учет, отчетность, цифровые активы, облачные технологии.

DEVELOPMENT OF ACCOUNTING AND ANALYTICAL TOOLS IN FUNDAMENTAL DIGITALIZATION

A.I.Romanyuk¹, O.D.Simanovich²

^{1,2}Brest State Technical University
Republic of Belarus, c. Brest, st. Moskovskaya, 267
oleg2001.simanovich.ru@mail.ru

This article identifies areas for improving accounting using digital technologies, and also identifies factors that directly affect the digitalization of accounting.

Keywords: digitalization of the economy, accounting and analytical provision, accounting, reporting, digital assets, cloud technologies.

Цифровая трансформация экономики затрагивает все сферы жизни, включая экономику и бизнес. С позиции бизнеса в силу оцифровывания претерпевают изменения как операционные (технологические) процессы, так и корпоративные. Первые – операционные (технологические) процессы – обусловлены главным образом отраслевой принадлежностью и спецификой ведения деятельности компании. Вторые – корпоративные процессы – относительно общие для компаний, включают инвестиционную деятельность, управление рисками, управление персоналом, правовое обеспечение, логистику, финансы и учет и др. Рассматривая цифровизацию бухгалтерского учета и финансовой отчетности в компаниях как составляющую цифровизации корпоративных процессов, отметим, что это не первый этап на пути совершенствования применяемых технологий в учете и отчетности [1].

Переход к машинной обработке информационных массивов по большей части уже состоялся. В связи с этим, в данной статье сначала представлен обзор технологий, уже применяющихся бухгалтерами не только в практике крупных компаний, но и средних и малых. Далее излагается обзор технологий, которые начали применяться компаниями, но еще