

форматы, которые коренным образом меняют характер организации продажи и предоставления услуг конечному потребителю.

Источники

1. *Зорин, К. Л.* История развития торговых центров / К. Л. Зорин // АМТ. — 2012. — № 3. — С. 1–10.
2. *Серебренникова, О. В.* Розничная торговля: исторический аспект развития / О. В. Серебренникова // Актуальные вопросы экономических наук. — 2009. — № 5. — С. 164–168.
3. *Рыжих, А. А.* Потребительская трансформация восприятия торгового центра в локальном социокультурном пространстве / А. А. Рыжих // Дискуссия. — 2012. — № 2. — С. 125–130.

В. А. Елисеева, А. А. Иванец

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — А. В. Запольский, канд. экон. наук

АНАЛИЗ СТРОИТЕЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ

Модель розничной торговли онлайн, пожалуй, является наиболее знакомой и простой формой электронной коммерции. Она включает в себя продажу физических товаров непосредственно покупателям через интернет-магазин. Онлайн-продавец может курировать выбор товаров, управлять запасами, процессом выполнения заказа, включая доставку и обслуживание клиентов [1].

Проанализировав работу двух однотипных строительных интернет-магазинов, размещенных в доменной зоне .by и доменной зоне .ru, дали оценку их структуры и организации торговых процессов в них.

Oma.by и Lemanapro.ru имеют: многоуровневую навигацию, основанную на образцах; формы для ввода информации о клиенте, методе доставки; интерактивные области, формы и кнопки, предназначенные для выбора товаров и указания их количества; описание потребительских свойств товара; сведения о компании-производителе и импортере данного товара.

На главных страницах сайтов указаны номера телефонов, адреса электронной почты продавца, а также лиц, уполномоченных продавцом рассматривать обращения покупателей о нарушении их прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

На Oma.by указаны номер телефона и адрес электронной почты продавца, а также контактные данные лица, уполномоченного продавцом принимать и рассматривать жалобы покупателей, касающиеся нарушений их прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

На Lemanapro.ru не указаны номер телефона и адрес электронной почты продавца, а также отсутствует информация о лице, которому продавец доверил рассмотрение жалоб покупателей, касающихся нарушений их прав, предусмотренных законодательством о защите прав потребителей.

Наличие сведений о гарантийном сроке: на Oma.by имеются данные о сроках гарантии, на Lemanapro.ru такая информация отсутствует.

Наличие ссылок на мессенджеры и социальные сети магазина:

- на сайте Oma.by имеются ссылки на социальные сети, такие как Facebook, «ВКонтакте», «Одноклассники», Instagram и YouTube;
- на Lemanapro.ru имеются ссылки на «ВКонтакте», «Телеграм» и «Одноклассники».

Наличие раздела с акционными товарами:

- на Oma.by — существует секция с акционными предложениями, а также разделы «Выгодно» и «Ликвидация%»;
- на Lemanapro.ru не представлен раздел, посвященный товарам со скидками.

Указание способа оплаты в интернет-магазине:

- на Oma.by указаны методы оплаты, доступные для клиентов: наличные средства или банковская карта, рассрочка через карты рассрочки («Халва», «Карта покупок», «Черепашка»), а также безналичный расчет для юридических лиц и возможность оплаты в кредит или рассрочку;
- на Lemanapro.ru есть данные о методах расчета (кредитные карты).

В результате анализа работы двух однотипных магазинов, размещенных в доменной зоне .by и доменной зоне .ru, можно сделать вывод, что белорусский сайт Oma.by справляется со своими задачами лучше, чем конкуренты, и больше ориентирован на потребителя. Сильные стороны: наличие информации о цене; указаны способы оплаты в интернет-магазине, имеется информация о производителе и импортере товара; наличие активного поля, формы для выбора товаров, имеются сведения о количестве товара.

Источник

1. *Чичулин, А. А.* Электронная коммерция : монография / А. А. Чичулин. — М. : Ridero, 2023. — 202 с.