

## **ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ВЫГОДЫ ДЛЯ ОБЩЕСТВА, ПОТРЕБИТЕЛЯ, АКТИВИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ БОРЬБЫ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

В 1991 г. глобальная сеть Интернет стала общедоступной. Сегодня более трети населения Земли пользуется данным ресурсом хранения и передачи информации. За несколько десятилетий своего существования и развития Интернет охватил все сферы жизнедеятельности человека, в том числе и торговлю. Соответственно появился новый, инновационный и перспективный вид торговли — интернет-торговля.

По данным Министерства торговли, в Республике Беларусь на 11 февраля 2016 г. было зарегистрировано 11 239 интернет-магазинов [1].

Интернет-торговля коренным образом отличается от обычного торгового процесса и имеет ряд особенностей:

- 1) в интернет-магазине нет прямого контакта покупателя с продавцом;
- 2) отсутствие привязанности к географической местности;
- 3) отсутствие необходимости нанимать персонал;
- 4) возможность продажи неограниченного ассортимента товаров;
- 5) отсутствие необходимости арендовать складские помещения.

Был проведен опрос 30 случайных покупателей, по результатам которого можно сделать вывод о постоянно растущем доверии покупателей к интернет-магазинам. Соответственно конкуренция между магазинами и онлайн-точками продаж растет.

Выгоды, которые получает общество от интернет-торговли:

- 1) повышение уровня жизни;
- 2) уменьшение автомобильного трафика и снижение загрязнения окружающей среды;
- 3) широкий ассортимент предоставляемых товаров;
- 4) уменьшение складских запасов товаров.

Выгоды, которые получает отдельный потребитель:

- 1) интернет-торговля позволяет потребителю выбирать, заказывать и оплачивать товары из любой точки мира;
- 2) анонимность приобретения товаров;
- 3) оперативная доставка;
- 4) большой ассортимент;
- 5) низкие цены;
- 6) круглосуточная работа магазина.

По мнению большинства экспертных изданий, именно интернет-торговля будет глобальным трендом в области торговли. Неоднократные

исследования показывают, что оборот интернет-покупок растет ежегодно и, по мнению экспертов, в ближайшее время рост только продолжится. Если в 2014 и 2015 гг. объем интернет-торговли составил 1,51 и 1,77 трлн дол, то к концу 2016 г. ожидается его рост до 2,05 трлн дол. [2].

Таким образом, можно сделать вывод, что с каждым годом доверие потребителей к онлайн-торговле растет, соответственно растет и число интернет-магазинов. Интернет-торговля предоставляет ощутимые выгоды для продавцов, которые выражаются в значительной экономии затрат на материально-техническую базу и персонал, а также в удобстве организации своего бизнеса. Покупателей привлекают низкие цены, широка ассортимента, а также высокая доступность данного вида торговли. Все эти преимущества говорят о том, что интернет-торговля создает мощную конкуренцию розничной торговле, а также способствует повышению качества и уровня жизни.

### **Литература**

1. Министерство торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mintorg.gov.by>. — Дата доступа: 12.02.2016.
2. Инженерно-консалтинговая компания [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.eneca.by>. — Дата доступа: 12.02.2016.

**О.А. Рубчэня**  
*МИТСО (Гомель)*

## **ФУЛФИЛМЕНТ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**

Сегодня одной из самых актуальных задач владельцев интернет-магазинов, расширяющих сферу своей деятельности, является вопрос о повышении скорости доставки товара, ведь успех в бизнесе зависит от эффективности налаженной цепочки поставки груза.

В общем, важен весь спектр работ. Прием товаров, распределение их на складе, выполнение погрузочно-разгрузочных работ и комплектация заказов — все это требует вложения определенных денежных средств, которые идут на оплату труда работников. Также регулярных финансовых затрат требуют техника и оборудование. В том случае, когда затраты больше, чем прибыль, получаемая от торговли, фулфилмент является своего рода компромиссом, позволяющим фирмам вести свой бизнес, не отвлекаясь при этом на дополнительные заботы.

Фулфилмент представляет собой совокупность операций, начиная с момента оформления заказа покупателем и заканчивая моментом получения им покупки. Данный вид сервиса включает в себя выполнение пяти задач, без которых не обойтись успешным и развивающимся интернет-магазинам: