

## Литература

1. *Петраков, Г. П.* Мультимодальные логистические центры: ожидаемые эффекты / Г. П. Петраков // Мир транспорта. — 2014. — № 1. — С. 80–84.
2. *Роженко, М. К.* Организация проектов мультимодальных логистических центров с использованием механизма государственно-частного партнерства / М. К. Роженко // Логистика и упр. цепями поставок. — 2016. — № 6. — С. 18–25.

**Т.Ч. Коршик, Д.О. Саганович**

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Н.Н. Анохина  
БГЭУ (Минск)*

### **ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОНЛАЙН-ТОРГОВЛИ НА МЕБЕЛЬНОМ РЫНКЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ АМИ МЕБЕЛЬ)**

По данным на январь 2017 г., 44 % белорусов совершают покупки онлайн. На непродовольственные товары приходится 80,8 % всех покупок. Сегодня это всего 2 % от розничного товарооборота в стране [1]. Для сравнения: в странах Западной Европы и США онлайн уже продается 10–17 % всех товаров [2]. Можно сказать, что у этого направления в нашей стране есть большие перспективы. Цель нашей работы — стимулирование продаж мебели через мобильное приложение с технологией дополненной реальности.

В качестве объекта была взята крупнейшая по размеру непродовольственная сеть Беларуси — «Ами Мебель» [3]. Компания активно проникает в онлайн-пространство: количество визитов на сайт laguna.by почти в 2,5 раза превышает аналогичный показатель у сайта компании «Пинскдрев (один из основных конкурентов)» [3]. Потому у «Ами Мебель» есть шансы стать лидером рынка и необходимые инвестиции для создания и развития приложения.

Приложение АмиМебель с использованием технологии дополненной реальности (AR) позволяет клиентам размещать предметы мебели в своих комнатах при помощи камеры на мобильном устройстве и изменять цвет, детали. Потенциальные покупатели могут выбирать различные цвета мебели и перемещать или поворачивать каждую деталь по своему усмотрению. Приложение может учитывать интересы пользователя в данный момент и предлагать ему дополнительные товары, что увеличивает средний чек.

Согласно опросу респондентов в возрасте 30–50 лет, важнейшие параметры при выборе мебели: цена, широкий ассортимент и удобное месторасположение.

Для обоснования целесообразности внедрения подобного приложения была рассчитана эффективность. Целевая аудитория — население

Республики Беларусь, скорректированное на 44 % покупающих онлайн и на 80,8 % — покупающие онлайн непродуктивные товары [1]. Калькуляция затрат на разработку и расчет эффективности приложения представлен в таблице.

Расчет эффективности приложения

Показатель	Расчеты	Результат
Средний чек разовой покупки, руб.	Данные из опроса	750
Целевая аудитория, тыс. чел.	$9504,7 \cdot 0,44 \cdot 0,808$	3379,11
Уровень спроса, руб.	$3379,11 \cdot 750$	2 534 332,5
Уровень спроса после внедрения, руб.	$2 534 332,5 \cdot 0,03$	2 610 362,475
Изменение уровня спроса	$2 610 362,475 - 2 534 332,5$	76 029,975
Эффект, руб.	$76 029,975 - 42 350 - 1400 \cdot 6$	25 279,975
Эффективность, %	$25 279,975 / (42 350 + 1400 \cdot 6)$	49,8

Источники: собственная разработка.

Перспективы развития «Ами Мебель»: захват рынка онлайн-торговли мебели; опыт и дополнительные средства для запуска онлайн-магазина; увеличение чека через programmatic и сбор данных о пользователях.

### Литература

1. МАРТ: каждый пятый белорус совершает покупки в китайских интернет-магазинах [Электронный ресурс] // Финансы.TUT.BY. — Режим доступа: <https://finance.tut.by/news584489.html>. — Дата доступа: 09.05.2018.
2. Rogovorim.by побывал в качестве медиапартнера на E-commerce Day [Электронный ресурс] // Rogovorim.by. Беларусь без границ. — Режим доступа: <https://rogovorim.by/e-commerce-day.html>. — Дата доступа: 09.05.2018.
3. Топ-20 торговых сетей Беларуси [Электронный ресурс] // Новости.TUT.BY. — Режим доступа: <https://news.tut.by/economics/484077.html>. — Дата доступа: 09.05.2018.

**Д.О. Линник**

*Научные руководители — Е.В. Кудасова,  
кандидат экономических наук В.Н. Лешко  
БГЭУ (Минск)*

### МЕМЫ В РЕКЛАМЕ

Абсолютное большинство считает, что мемы это просто смешные видео и картинки. Но все не так просто. Концепция мемов была изложе-