

С. А. Гапотченко
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Л. С. Климченя, канд. экон. наук, доцент

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ «АМИ МЕБЕЛЬ» УП «ТОРГОВЫЙ ДОМ «ЛАГУНА»)

Развитие глобальной сети Интернет, появление новых сетевых технологий и расширение доступности Интернета среди пользователей привели к трансформации имеющихся привычек потребителей. Покупатели все больше времени проводят в Интернете. Это обусловило стремительное развитие сети интернет-магазинов.

Преимущества интернет-торговли: отсутствие затрат на аренду торговых залов; небольшое количество работников; более низкая цена на ассортимент товара; экономия времени покупателя; широкий географический охват потребителей; анонимность потребителей для приобретения товаров.

Объектом исследования явилась торгово-хозяйственная деятельность УП «Торговый дом «Лагуна». Данная организация торговли владеет розничной сетью «Ами Мебель» (246 торговых объектов) и интернет-магазином. За период 2018–2019 гг. отмечено снижение экономической эффективности деятельности (прибыль от реализации (на 22,6 %) и рентабельность продаж (до 3,49%)).

Деятельность интернет-магазина УП «Торговый дом «Лагуна» обеспечивается сектором интернет-торговли во взаимодействии с отделом маркетинга, складом, транспортным отделом и отделом гарантийного обслуживания, входящих в организационную структуру организации. В ходе проведенных исследований продаж интернет-магазина установлено неполное выполнение планов за 2019 г., снижение выручки от реализации по прихожим и зеркалам, кухням и кухонной мебели, тумбам и комодам. Изучение организации продажи товаров в интернет-магазине позволило выявить проблемы и недостатки в его работе, основными из которых являются: неполное соответствие структуры потребительского спроса режиму работы интернет-магазина; неравномерность распределения объемов продаж в течение календарного года, что приводит к существенной нагрузке персонала в сезонные месяцы; проблемы в структурировании каталога товаров на сайте интернет-магазина, отсутствие ассортимента мангалов, матрасов надувных и настольных игр в его ассортименте; возникновение конфликта интересов в процессе обслуживания потребителей между интернет-магазином и розничной сетью «Ами Мебель».

Для устранения выявленных проблем и недостатков предлагается использовать следующее: пересмотреть режим работы сотрудников, осуществляющих организацию интернет-торговли в торговой ор-

ганизации, для обеспечения более высокого качества обслуживания потребителей в вечерние часы (часы наибольшего спроса на ассортимент товаров); расширить ассортимент, усовершенствовать структуру каталога интернет-магазина для обеспечения быстрого поиска необходимых для покупателей видов товаров; внедрить интеллектуальный чат-бот для консультаций посетителей сайта интернет-магазина после окончания рабочего дня его сотрудников; разработать методы стимулирования посетителей торговых объектов розничной сети «Ами Мебель» для заказа и приобретения товаров в интернет-магазине.

Экономически ожидаемым эффектом от предложенных мероприятий является рост выручки от реализации предложенного ассортимента новых видов товаров.

П. С. Гончарик, Ю. И. Курс
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. В. Уриш, канд. экон. наук, доцент

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ВИРТУАЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В последнее время в условиях пандемии наибольшую актуальность обрел виртуальный мир. Люди, находясь дома, общаются, работают, совершают покупки, учатся, заказывают продукты и совершают многое другое, т.е. Интернет дал нам возможность жить полноценной жизнью, не покидая дом. Однако при таком образе жизни страдает наше культурное развитие. Нам по-прежнему необходимо посещение различных выставок, музеев, театров и в принципе других стран для изучения их культуры, традиций и обычаев. Современные технологии могут дать нам эту возможность.

В качестве примера наших нововведений на территории Беларуси мы хотим привести комплекс «Дудутки». «Дудутки» — это музейный комплекс старинных народных ремесел и технологий. Наш проект предусматривает виртуальный 3D-тур по комплексу. Это сферические панорамы, соединенные между собой интерактивными ссылками-переходами, также виртуальные 3D-объекты, обыкновенные фотографии, видео и звук. Мы считаем, что люди, виртуально путешествуя по комплексу, захотят приобрести различные сувениры и товары. «Дудутки» знамениты своей национальной кухней, т.е. нашим планом является отправка всего вышеперечисленного домой к потребителям. Вы сможете, например, зайти в виртуальный ресторан, заказать еду и через несколько часов она будет у вас. Также наша задача: дать возможность культурно просвещаться людям с ограниченными возможностями (например, глухонемым). Это значит, что наш тур будет обеспечен всплывающими ссылками либо видео, которые