

потенциального охвата покупателей. Маркетплейс занимается вместо продавца маркетингом: SEO, акции на определенные категории товаров, сезонные акции, контекстная и таргетированная реклама.

4. Масштабирование бизнеса. С помощью маркетплейсов можно выйти из продаж по Беларуси, достигнуть международного уровня.

Факторы выбора маркетплейса для сотрудничества: размер обязательного платежа, комиссия (в среднем 2–10 %); частота выплат (в течение 1–2 дней / раз в неделю / раз в месяц); доставка (может осуществляться как продавцом, так и маркетплейсом); требования: организация может потребоваться стандартизировать ценовую и товарную политику, оперативно уведомлять площадку об остатках товара на складе. Однако данные требования направлены на повышение продаж и уровня предоставляемых услуг.

Таким образом, маркетплейсы — эффективный инструмент совершенствования продаж, получения аналитических данных об объеме и структуре спроса на определенные товары, выхода на зарубежный рынок.

**Ван Жу**  
БГЭУ (Минск)

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

## **ПРЕДПОЧТЕНИЯ КИТАЙСКИХ ПОКУПАТЕЛЕЙ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ ТАОБАО**

В Китае люди обычно совершают покупки в крупнейшем интернет-магазине Taobao. Taobao.com — интернет-магазин, ориентированный на конечного потребителя, популярная платформа для онлайн-покупки в розничной торговле в Китае. В настоящее время Taobao имеет почти 500 млн зарегистрированных пользователей и более 60 млн постоянных посетителей в день. Количество онлайн-продуктов в день увеличивается и превысило 800 млн. Каждую минуту продается 48 тыс. наименований товаров.

Так, 11 ноября 2021 г. было продано огромное количество одежды на Taobao в рамках проведения Дня холостяка, при этом общий объем товарооборота (GMV) превысил 41,7 млрд, было продано 270 млн шт. товара. Наиболее активно наблюдается рост продаж с весны: весной 2021 г. вырос на 26 % по сравнению с зимой. Согласно опубликованным данным, за весну 2021 г. рейтинг «Компьютерные компоненты» возглавил список наиболее продаваемых товаров. Общий объем продаж составил 16 959 единиц на сумму 320 813 дол. США. В обычных магазинах, как правило, сложно найти запчасти, необходимые для компьютера, поэтому их проще заказать из Китая. На втором месте — категория «Велосипеды и аксессуары». Их было

продано 4166 шт. на сумму 286 375 дол. США. С каждым годом условия доставки становятся все лучше, поэтому покупатели выбирают интернет-магазины. На третьем месте находится очень популярная категория товаров — «Электронные компоненты». Несмотря на то что по большей части этот товар мелкий и дешевый, его покупают в огромных количествах [1].

Можно выделить следующие плюсы и минусы покупок на Таобао. Плюсы: экономия времени и сил покупателя; большой выбор товаров; привлекательные цены. Минусы: время на доставку; расходы на доставку; невозможность примерить, потрогать вещь.

#### **Источник**

1. Какие китайские товары Таобао пользовались спросом весной 2021 г. [Электронный ресурс] // OPENTRADE COMMERCE. — Режим доступа: <https://blog.otcommerce.com/chinese-goods-spring2021>. — Дата доступа: 22.11.2021.

**К. М. Василевич**

*БГЭУ (Минск)*

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

### **ПРОБЛЕМЫ РАЗМЕЩЕНИЯ ТОВАРОВ И ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТОВАРНОГО СКЛАДА**

ООО «ОМА» было создано 31.03.1992 г. и является крупнейшим поставщиком строительных материалов, инструментов и товаров хозяйственно-бытового назначения в Республике Беларусь. Ассортимент реализуемых товаров составляет более 70 000 наименований и состоит не только из лидирующих мировых брендов, но и собственных торговых марок. ООО «ОМА» открыло в 2012 г. собственный интернет-магазин и в 2020 г. получило две награды в конкурсе «Рейтинг Байнета». На складах ООО «ОМА» используется три вида оборудования: паллетные фронтальные, полочные и смешанные стеллажи. Паллетные фронтальные стеллажи установлены в зоне хранения и в зоне приемки. Полочные стеллажи используются для хранения бракованного товара. В смешанных внизу находятся полочные стеллажи, а выше — стеллаж для размещения европаллет.

При анализе эффективности использования мощности складского оборудования и складских площадей было установлено, что имеет место нехватка паллето-мест, ввиду чего происходит загромождение поддонами вспомогательной площади склада. Это в свою очередь затрудняет доступ к поддонам, находящимся на стеллажах. Как следствие, товар залеживается на складе, не попадая на полки магазина