

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРАКТИВНЫХ КАНАЛОВ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ

Е.Н. Полешук,

А.А. Троцюк,

Белорусский государственный экономический университет, Минск

Одним из основных понятий, используемых в распределительной логистике, является «канал распределения».

Во всех случаях наличие каналов распределения должно гарантировать выполнения ряда функций, которые направлены на повышение эффективности деятельности производителя и создание условий для более полного удовлетворения потребностей конечных покупателей.

Эффективная политика распределения может быть достигнута, если одновременно с привычными каналами распределения будут использоваться интерактивные каналы распределения, например, интернет-магазины. Причем, следует отметить, что в условиях сложившейся эпидемиологической ситуации в мире традиционные каналы распределения замедляют своё развитие, но при этом очень активно развивается интернет-торговля.

Электронная торговля – это любая форма деловых отношений между продавцом с использованием сетей передачи данных и современного информационного бизнеса.

В современных условиях ведение электронной коммерции — одно из самых перспективных направлений отечественного онлайн-бизнеса. Сеть Интернет является источником появления новой электронной экономики, характеризующийся мобильностью, инновационными возможностями для производственной и деловой активности, а также изменениями структуры рынка труда и капитала [1].

Главная проблема использования Интернета в качестве канала товародвижения заключается в том, что очень сложно завоевать доверие потребителей, так как в этом случае потребители не могут воспользоваться привычными сигналами качества, такими как месторасположение магазина, его атмосфера и интерьер и пр. Все это затрудняет процедуру сбыта, особенно для компаний, которые только выходят на рынок Интернет-торговли, и имя которых пока еще неизвестно рынку, а репутация не заработана [2].

Однако сегодня пандемия стала своеобразным толчком для развития интернет-торговли.

В настоящее время в Интернет-торговле существует три базовых типа каналов распределения товаров и услуг: прямые, косвенные и смешанные.

Организация прямых каналов сбыта в Интернет-торговле основана на продаже товаров и услуг производителем напрямую потребителю в обход любых посредников.

Их отличительными особенностями являются:

- Относительно небольшие объемы сбыта;
- Гибкая ценовая политика;
- Тесный контакт изготовителя с потребителями;
- Высокий уровень знаний продавцом информации о реализуемой продукции;

- Обширные возможности для организации технического обслуживания реализуемых изделий;
- Качественная и информативная обратная связь с потребителями;
- Высокая прибыль по сравнению с другими каналами распределения.

Примером прямых каналов распределения товарной продукции в Интернете является онлайн продажа товаров прямо с заводов-изготовителей через их официальные сайты.

Косвенные каналы распределения в Интернет-торговле встречаются гораздо чаще. Как правило, они предполагают наличие посредников. К отличительным особенностям косвенных каналов в Интернет-торговле относятся:

- Сравнительно высокие объемы сбыта;
- Относительно низкий уровень контактов между производителем и потребителями;
- Менее гибкая ценовая политика, чем в прямых каналах распределения;
- Незнание продавцами той продукции, что они продают;
- Относительно низкая прибыль в расчете на единицу проданной продукции;
- Слабые возможности в части технического обслуживания реализуемой продукции.

В настоящее время в торговле характерно сочетание использования интернета и традиционных каналов распределения.

Смешанные каналы распределения в электронной торговле встречаются в тех случаях, когда в них объединяются несколько производителей и посредников, которые предоставляют свою продукцию потребителю единым пакетом. Чаще всего такие каналы распределения используются в сфере производства информационных продуктов и услуг.

Активное использование интерактивных каналов распределения товаров приводит к появлению новых видов посредников – курьерские службы, фулфилмент-центры, информационные посредники.

Наиболее крупными интернет-ресурсами в области электронной торговли на рынке товаров B2B, B2G в Республике Беларусь являются:

- белорусская универсальная товарная биржа;
- белорусская валютно-фондовая биржа;
- белорусские экспортеры;
- белорусская торгово-промышленная палата;
- интернет-магазин управления материальными ресурсами Минобороны;
- электронная площадка концерна «Белнефтехим».

На рынке B2C существует большое число интернет-магазинов, которых по оценке отдельных исследователей насчитывается 1,5 тыс. Также представлено большое количество интернет-порталов, которые помогают реализовать потребительские товары. К ним относятся: onliner.by; 360.by [3].

По оперативным данным Торгового реестра Беларуси, количество интернет-магазинов за последние пять лет увеличилось на 10922 ед. (или на 93,9%) и на 1 января 2020 года составило 22552 ед.

По состоянию на 1 июля в Торговом реестре зарегистрирован 24021 интернет-магазин (прирост к началу 2020 года - 6,5%, или 1469 ед.), из которых 11406 ед. (47,5%) принадлежат юридическим лицам, 12615 ед. (52,5%) - индивидуальным предпринимателям [4].

В мировом масштабе объем розничных продаж электронной коммерции в 2019 году составил 3,53 трлн. долл. США и, по прогнозам Statista, в 2022 году он вырастет до 6,5 трлн. долл. США.

При этом чистый объем продаж крупнейшего в мире онлайн-ритейлера Amazon увеличился во втором квартале 2020 года на 40% до 88,9 млрд. долл. США по сравнению с 63,4 млрд. долл. США во втором квартале 2019 года. За этот квартал Amazon получил прибыль в размере 5,2 млрд. долл. США, что стало крупнейшей квартальной прибылью за всю 26-летнюю историю компании.

В сентябре Amazon в четвертый раз с начала пандемии масштабно набирает дополнительный персонал, на этот раз компания объявила о наборе 100 тысяч человек для работы на складских и производственных площадках для сбора, упаковки и доставки товаров к покупателям.

Выручка еще одного мирового монстра в сфере онлайн-торговли – китайской Alibaba Group за квартал, закончившийся 30 июня 2020 года, выросла на 34% до 21,7 млрд. долл. США по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. Операционная прибыль за квартал составила 4,9 млрд. долл. США, что на 42% больше в годовом выражении. Комментируя блестящие итоги квартала, руководство компании признало, что ускорению роста показателей способствовала пандемия.

Онлайн-продажи Walmart во втором квартале 2020 года выросли на 97%, сеть Target увеличила продажи по доставке на 273%. Драйверами продаж стали алкоголь, товары для дома и продукты питания (рост на 16%, 14% и 12% соответственно), при этом спрос на одежду значительно снизился.

Таким образом, пандемия сказалась на экономике многих стран, в том числе и Беларуси. Режим самоизоляции способствовал тому, что покупатели стали совершать большую часть покупок через такие интерактивные каналы распределения как интернет-магазины. Сегодня можно утверждать, что эпидемиологическая ситуация стирает существовавшие барьеры: как психологические, например, боязнь компьютерного мошенничества, так и законодательного плана, лекарства теперь можно купить онлайн. Данные показывают, что пандемия коронавируса действительно заставила потребителей пересмотреть свое отношение к покупкам в Интернете: часть потребительского спроса естественным образом переходит в онлайн. Для интернет-магазинов это создало возможности расширить свою аудиторию покупателей.

Список использованных источников

1. Юрченко, А.Н. Развитие интернет-торговли в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://edoc.bseu.by:8080/bitstream/edoc/61979/1/Yurchenko_126_128.pdf. – Дата доступа: 09.11.2020.

2. Интернет-торговля в Беларуси: тенденции и перспективы [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.kv.by/content/internettorgovlya-v-belarusi-tendentsii-i-perspektivy>.— Дата доступа: 08.11.2020.
3. Шепелюк, О. Самоизоляция – двигатель электронной торговли [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://belmarket.by/samoizolyaciya-dvigatel-elektronnoy-torgovli>.— Дата доступа: 07.11.2020.
4. Пандемия изменила отношение к e-commerce. К 2021 году ожидается рост рынка более 30% [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://belretail.by/article/pandemiya-izmenila-otnoshenie-k-e-commerce-k-godu-ojidaetsya-rost-ryinka-bolee>. Дата доступа: 07.11.2020.

Министерство образования Республики Беларусь
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей
IV Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 26 ноября 2020 г.)

Текстовое электронное издание

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2020

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты [Электронный ресурс] : электронный сборник статей IV Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 26 ноября 2020 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2020. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

№ госрегистрации 3061815625

ISBN 978-985-531-720-4

© Полоцкий государственный университет, 2020

2 – дополнительный титульный экран – производственно-технические сведения

Для создания электронного сборника статей IV Международной научно-практической online-конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» использованы текстовый процессор Microsoft Word и программа Adobe Acrobat XI Pro для создания и просмотра электронных публикаций в формате PDF.

Компьютерный дизайн обложки *М. С. Мухоморовой*
Технический редактор *С. Е. Рясова, А. А. Прадидова*
Компьютерная верстка *Т. А. Дарьянова*

Подписано к использованию 27.01.2021.
Объем издания: 18,8 Мб. Заказ 019.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Полоцкий государственный университет».

Свидетельство о государственной регистрации
издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/305 от 22.04.2014.

ЛП № 02330/278 от 08.05.2014.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72,
e-mail: i.pozdnyakova@psu.by