

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

В.В. Павлова, канд. экон. наук, доц.,

Белорусский национальный технический университет, Минск

Возникновение и быстрое распространение в мире электронного бизнеса обусловлено рядом объективно необходимых для этого условий и предпосылок. Прежде всего, это высокий уровень компьютеризации общества. Персональные компьютеры, получившие широкое распространение в производстве и быту, стали материальной основой перехода большей части населения промышленно развитых стран к практическому овладению знанием и навыками пользования современными информационными технологиями.

Более 60% населения Республики Беларусь пользуется компьютерами и ресурсами всемирной сети Интернет. Большинство из них решают свои ежедневные домашние и рабочие задачи практически каждый день: начиная с развлечений и заканчивая поиском, а также выбором предстоящих покупок, выходя в сеть с домашних компьютеров или мобильных устройств. Влияние Интернета на розничную торговлю огромно. Практически все долгосрочные покупки планируются при помощи интернета: технические характеристики, витрины, инструкции и советы по выбору, отзывы о товарах или о продавцах – все это существенно изменило потребительское поведение в Республике Беларусь так же, как и во всем мире. [1, с.10]

Электронная торговля продолжает расти как по объему, так и по географическому охвату. Рост онлайн-продаж поставил под угрозу бесперебойную работу обычных магазинов. Все больше и больше современных покупателей теперь выбирают удобство и экономию цифровых продавцов.

Официальной статистики, что и как белорусы покупают в Интернете, в нашей стране пока нет. Удельный вес интернет-магазинов в розничном товарообороте организаций торговли в 2019 г. составляет 3,8 %. Согласно исследованиям портала Deal.by, за 2019 год 49 % белорусов (4,7 млн. человек) совершили хотя бы одну покупку в Интернете. По сравнению с 2018 г. число тех, кто покупает онлайн, увеличилось на 4 %. Две трети покупателей выбирают и белорусские, и зарубежные интернет-магазины, 24 % покупают только в белорусских интернет-магазинах, 9 % — только в зарубежных. При этом 98 % белорусов, которые совершают онлайн-покупки за рубежом, делают это в интернет-магазинах Китая. В 16 раз меньше людей покупают в интернет-магазинах США. За ними следуют интернет-магазины Польши и России. Средняя стоимость одной покупки в белорусском интернет-магазине составляет 70 рублей, в зарубежном белорусы тратят в 2,8 раза меньше — 25 рублей. К примеру, средний чек на одну покупку в китайском интернет-магазине — 23 рубля. Самая популярная причина, по которой белорусы выбирают иностранные интернет-магазины, — более низкая цена. Это отметили 83 % интернет-покупателей. 39 % сказали, что в зарубежных интернет-магазинах есть то, чего нет в республике, 17 % — что к ним выше доверие.

Чаще всего только зарубежные площадки выбирают жители Брестской области (27 % интернет-покупателей), меньше всего такой способ распространен в г. Минске и Минской области (6 %). [2, с. 1]

В рейтинге электронной коммерции, составленном на Конференции ООН по торговле и развитию (E-commerce Index 2019), оценивающей приспособленность экономики к поддержке онлайн-шоппинга, Республика Беларусь заняла 37-е место из 152 государств, разместившись между Италией и Венгрией. 30-е, 31-е, 35-е места заняли Литва, Польша и Латвия соответственно. В десятку лидеров в порядке понижения вошли Нидерланды, Швейцария, Сингапур, Финляндия, Великобритания, Дания, Норвегия, Ирландия, Германия, Австралия. [3, с. 1]

Отставание Республики Беларусь от стран Европы и даже ближайших соседей – России и Украины обусловлено слаборазвитой логистической инфраструктурой электронной коммерции. На сегодняшний день определенные онлайн-продавцы приступают к формированию логистической инфраструктуры. Среди отечественных операторов полноценно работают лишь РУП «Белпочта» и ООО «Евроторг». [2, с. 2] Формирование интернет-магазинами элементов логистической инфраструктуры – нетривиальная, сложная задача, от эффективного решения которой зависят риск неудачи и значительные затраты на логистические операции, поскольку процент неудач в интернет-торговле в 2,5 раза выше, чем в обычной торговле (офф-лайн).

Розничная продажа товаров потребителям в Интернете последовательно проходит три этапа:

1. Движение товаров от поставщика;
2. Хранение на складе;
3. Перемещение со склада к покупателю («последняя миля до клиента»). [4, с. 1]

На каждом из этих блоков логистической цепи возникают вопросы по организации инфраструктуры обслуживания (Таблица 1).

Таблица 1. – Особенности формирования логистической инфраструктуры интернет-магазина

Этапы логистической цепи	Варианты форм сотрудничества и организации работы	Риски и недостатки
1	2	3
Закупочная логистика	Оптовая закупка	Необходимость содержания или аренды склада Наличие финансовых ресурсов для закупки оптовых партий продукции Риск убытков при падении спроса на закупленный товар
	Прямая поставка (dropshipping)	Проблемы с актуальностью данных о наличии товара, сроками доставки и качеством товара

Окончание таблицы 1

1	2	3
Складская логистика	Собственный склад	Значительные инвестиции для покупки и содержания склада
	Аренда склада	Колебания цен за аренду
	Хранение в фулфилмент-центре (fulfilment — комплексная услуга, при которой логистический оператор берет на себя прием товаров от поставщика, хранение, комплектование, упаковку, организацию доставки, прием денег покупателей и обработку возвратов.)	Зависимость от фулфилмент-оператора и затруднение обработки возвратов
Транспортная логистика	Аутсорсинговая доставка	Отсутствие гарантии качественной доставки и обслуживания
	Собственная доставка	Высокие затраты на закупку транспорта и программных средств для автоматизации процесса, найм курьеров
	Формирование точки выдачи	Удобство не для всех покупателей Высокий процент невыкупленных заказов

Кроме вышеперечисленных задач, требующих решения, необходимо заметить, что одним из слабых мест логистики электронной торговли являются проблемы с обратной логистикой (reverse logistics) т.е. послепродажным обслуживанием, приемом использованных товаров для их переработки, рециклирования и возврата товаров, от которых покупатель по тем или иным причинам отказывается. Процент возвратов в интернет-торговле доходит до 40 – 50%, что существенно увеличивает затратную часть логистики интернет-магазина. Поэтому наличие у интернет-магазина возвратной логистики становится серьезным конкурентным преимуществом и признаком зрелости и надежности магазина.

Следовательно, цепочку поставок в электронной торговле нужно тщательно просчитывать, чтобы найти оптимальное количество звеньев цепи. Именно решения рассмотренных инфраструктурных вопросов и повлияют на то, как быстро рынок электронной коммерции Республики Беларусь будет двигаться вперед.

Список использованных источников:

1. Рынок электронной торговли Беларуси (исследование). – Аналитическое агентство Data Insight, 2014. – 34 с.
2. Михович С., Интернет-торговля набирает обороты: в стране хотят создать ассоциацию электронной коммерции [Электронный ресурс] / С. Михович // Учреждение Администрации Президента Республики Беларусь «Издательский дом «Беларусь сегодня»».

- 19.06.2019. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/s-klikom-po-zhizni-internet-torgovlya.html>. – Дата обращения: 16.11.2020.
3. В рейтинге электронной коммерции Беларусь заняла 37-е место [Электронный ресурс] / Медиасервис // Сайт белорусских исследований thinktanks.by. 06.12. 2019. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2019/12/06/v-reytinge-elektronnoy-kommertsii-belarus-zanyala-37-e-mesto.html>. – Дата обращения: 10.11.2020.
 4. Соколова А., Что интернет-магазину делать с логистикой? [Электронный ресурс] / А. Соколова // RUSBASE: Технологии и бизнес, аналитика, обзоры рынков. – 19.07.2015. – Режим доступа: <https://rb.ru/howto/logistics-for-e-commerce>. – Дата обращения: 16.11.2020.

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