

УДК 658.84:004.77

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТА КАК КАНАЛА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ТОВАРОВ

Р. Н. ДЫСЕНКОВ

Научный руководитель А. В. АЛЕКСАНДРОВ, канд. экон. наук, доц.  
Белорусско-Российский университет  
Могилев, Беларусь

Большинство товаропроизводителей не занимаются продажей своих товаров конечным потребителям напрямую, поэтому на сегодняшний день фирмы любой сферы деятельности используют сеть Интернет для сбыта продукции.

Проведя исследование и оценку распределительной политики компании Marko в интернете, можно определить как ее преимущества, так и недостатки.

К основному преимуществу относится возможность забронировать желаемую пару обуви на официальном сайте производителя.

Говоря о недостатках, которые мешают предприятию сбывать свою продукцию должным образом, следует упомянуть следующее:

- отсутствие общения с консультантами онлайн;
- ограниченное число мест сбыта товаров;
- отсутствие возможности сделать предзаказ обуви.

Для решения первой из проблем предлагается разместить на официальном сайте компании Marko вкладку «Помощь консультанта». При нажатии на данную вкладку будет открываться диалоговое окно с одним из консультантов. Общение с живым человеком поможет получить полную информацию о товаре, например, скидках, распространяемых на данную модель, размере, материале, из которого сделана обувь, стоимости и т. д.

Далее предлагается осуществлять сотрудничество с крупными интернет-магазинами, такими как «Е-Доставка» и Wildberries. Такое взаимодействие даст Marko возможность продавать свою продукцию не только в фирменных магазинах, но и в пунктах выдачи товаров популярных интернет-магазинов. Также это повысит осведомленность молодежи о компании и ее товарах.

Последнюю проблему предлагается решить путем размещения на официальном сайте Marko кнопки «Заказать в ваш город». При посещении сайта у посетителя будет требоваться разрешение на доступ к геоданным. В случае наличия пары обуви в соответствующем городе кнопка «Заказать в ваш город» пропадает. В противном случае опция остается на экране и далее при нажатии кнопки пользователю предлагается выбрать подходящий магазин и время доставки. Данная функция будет демонстрировать потенциальным потребителям, что компания Marko заботится о них, и, как следствие, убеждать покупателей отдать предпочтение именно обуви Marko.

Ожидается, что данные мероприятия позволят компании Marko стать безоговорочным лидером по продаже обуви в Республике Беларусь, а также реализовывать свою продукцию в интернете эффективнее, чем в настоящий момент времени.