

ПРОГРАММНЫЙ КОМПЛЕКС ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ B2B-ОРГАНИЗАЦИИ В СФЕРЕ ПРОДАЖ

Живица К.В.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Петрович Н.О. – старший преподаватель

Аннотация. В статье проводится анализ деятельности B2B-организаций, а также рассматриваются организация торговли в Республики Беларусь и приводится предложение по автоматизации работы таких компаний.

Ключевые слова. B2B, электронная коммерция, автоматизированная система.

В настоящее время стремительно развивается электронная коммерция.

Электронная коммерция (e-commerce) – сделки, при которых взаимодействие сторон торговой сделки выполняется с помощью компьютерных сетей.

Виды электронной торговли (рисунок 1):

– C2C (Consumer-to-Consumer) – взаимодействие конечных потребителей посредством интернет-аукционов.

– B2C (Business-to-Consumer) – коммерческие отношения между компанией и конечным потребителем с помощью Интернет-магазинов.

– B2B (Business-to-Business) – коммерческие отношения между компаниями, при которых одна компания работает на другую.

– B2G (Business-to-Government) – системы электронной торговли для взаимодействия государства с бизнесом [1].

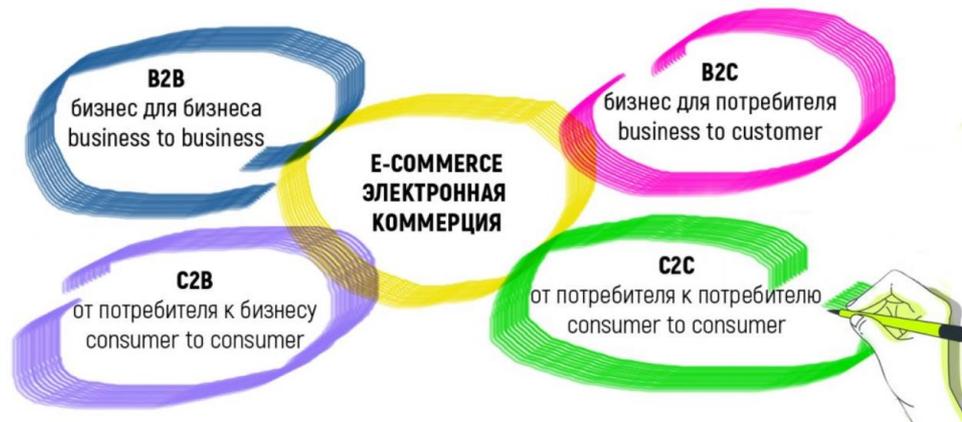


Рисунок 1 – Виды электронной торговли

Целевой аудиторией B2B организации являются другие компании, которым необходим продукт или услуга, предоставляемые ею. Например, в случае продажи электроники клиентом B2B-компании будут бизнесы, для функционирования и модернизации которых она необходима.

В 2022 году существуют следующие общие тенденции электронной коммерции B2B:

- переход на цифровые продажи;
- внутренние потребители покупают товары из-за границы;
- крупные бренды будут создавать свои торговые площадки;
- появление новых платежных систем;
- персонализация торговых предложений [2]

Основные показатели эффективности продаж на B2B-рынке:

- размер среднего чека сделки;
- процент выполнения плана на месяц/квартал/год;
- процент оттока клиентов;
- скорость осуществления продажи;
- количество новых клиентов за один отчетный период.

В Беларуси Интернет-торговля регулируется Законом «О государственном регулировании торговли и общественного питания» и законодательством РБ о защите прав потребителей.

В соответствии с этими Законами владельцы информационных ресурсов, на которых размещаются интернет-магазины:

1. Принимают все необходимые меры по соблюдению продавцами законодательства о защите прав потребителей.

2. При заключении с продавцом договора об оказании услуг по размещению интернет-магазина запрашивает у продавца информацию:

- 1) о государственной регистрации и местонахождении продавца;
- 2) для индивидуального предпринимателя – паспортные данные;
- 3) сведения о регистрации в Торговом реестре Республики Беларусь;
- 4) банковские реквизиты;
- 5) контактные телефоны;
- 6) адрес электронной почты;

3. После заключения договора, при размещении информации на сайте, обеспечивают обязательное наличие следующей информации о продавце:

- если продавец – организация – фирменное наименование, место нахождения;
- если продавец – индивидуальный предприниматель – ФИО, информация о его гос. регистрации и наименование органа, её осуществившего, место жительства;
- дата регистрации в Торговом реестре Республики Беларусь;
- режим работы;
- образец кассового чека.

Права потребителя при покупке им некачественного товара:

- право на замену товаром надлежащего качества;
- право соразмерного уменьшения покупной цены товара;
- право незамедлительного бесплатного устранения недостатков товара;
- право на возмещение расходов на устранение недостатков товара;
- право расторжения договора купли-продажи и возмещения убытков в полном объеме [3].

В последние годы в Республике Беларусь происходит рост доли Интернет-торговли из-за того, что она имеет массу преимуществ по сравнению с классическим вариантом торговли. Например, клиенты могут заказывать товары, недоступные в своей стране, из-за рубежа, также уходит необходимость трат времени на поездку в торговую точку и приобретение товара там, теперь товары можно получить в удобное для потребителя время, также расширяется рынок сбыта за счёт захвата районов, в которых отсутствуют торговые точки.

Все вышеприведённые аргументы вызывают необходимость создания удобной и функциональной системы, которая оптимизирует процессы продажи и связи с поставщиками продукции за счёт автоматизации рутинных операций.

Основные процессы автоматизации: учёт товаров, цикл продаж, связь с поставщиками товаров.

Пользователями системы будут менеджер Интернет-магазина, клиент и поставщик товаров.

Основные функции системы:

- создание учётных записей менеджера, поставщика и клиента;
- блокировка и разблокировка пользователей;
- создание, редактирование и удаление товаров менеджеров;
- механизм предложения товара поставщиком магазину;
- механизм обработки заявок от поставщиков менеджеров;

58-я научная конференция аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2022 г

- сортировка и выбор товаров пользователем;
- редактирование и очистка корзины;
- оформление заказа;
- возможность клиента оставить отзыв;
- механизм обработки заказов менеджером.

Система состоит из front и back частей, а также базы данных. Front-end реализован с помощью фреймворка Angular языка JavaScript, для оформления интерфейса использован фреймворк Bootstrap языков HTML и CSS. Back-end написан на языке Java, для построения архитектуры приложения использован фреймворк Spring Boot, для взаимодействия с базой данных использован фреймворк Spring Data, для обеспечения безопасности приложения путём разграничения доступа использовался фреймворк Spring Security, а для безопасной авторизации и аутентификации применяется JSOM Web Token.

Таким образом, внедрение программного комплекса для поддержки деятельности B2B-компании в сфере продаж позволит сократить операционные расходы за счёт автоматизации основных бизнес-процессов. А также система будет безопасной, надёжной, удобной и отказоустойчивой за счёт использования современных технологий.

Список использованных источников:

1. Виды электронной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://romi.center/ru/learning/glossary/e-commerce-info/>.
2. Тенденции электронной коммерции B2B в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/trade/197091-tendencii-elektronnoy-kommercii-b2b-kotorye-sformiruyut-otrasl-v-2021-godu>
3. Законы о деятельности интернет-магазинов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=U01402377>