

## 2. АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ ПРИ ПОМОЩИ ОНЛАЙН-МАГАЗИНОВ В СФЕРЕ ШВЕЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Снопок Л. А.

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

Ермакова Е. В. – канд. экон. наук

**Аннотация.** В данной работе приведено описание швейной отрасли в Республике Беларусь, представлены статистические данные по ее деятельности. Кроме этого, была рассмотрена возможность автоматизации продаж готовых изделий путем внедрения онлайн-магазинов.

Легкая промышленность является одной из важнейших составных частей промышленного комплекса Республики Беларусь. Она объединяет более десяти крупных отраслей и десятки производств, непосредственно участвующих в материальном обеспечении потребностей населения.

Швейная промышленность – это одна из крупнейших отраслей легкой промышленности в стране, включающая в себя около 170 производств. Основные направления деятельности этих предприятий, следующие:

- пошив костюмов и верхней одежды;
- пошив предметов детской одежды;
- пошив белья;
- пошив головных уборов и изделий из меха [1].

Согласно статистике 2021 года швейное производство в Беларуси в процентном соотношении делится на ткани и текстиль (шторы, полотенца и т. д.) – 46.5%, пошив одежды – 40.4%, пошив обуви – 9.8%, изделия из кожи и меха – 3.3%. На рисунке 1 изображена диаграмма, наглядно отображающая эти показатели.

Швейное производство в РБ



Рисунок 1 – Структура швейного производства в РБ

Одной из главных задач, которая стоит перед сегодняшними предприятиями швейной промышленности, является организация сбыта готовой продукции. В условиях усиления конкуренции поддержание производства зависит от выявления и привлечения новых клиентов и удержания уже существующих. Прежние модели взаимодействия с потребителем не работают или же устаревают, что приводит к необходимости улучшения не только качества товаров, но и обслуживания клиентов [2].

В связи с этим возникает необходимость во внедрении программных продуктов, предназначенных для оптимизации организации взаимодействия предприятия с потребителем. Применение таких решений позволит повысить эффективность продаж за счет увеличения скорости и качества услуг по оформлению заказов и доставке готовой продукции покупателю.

С развитием информационных технологий все большую популярность приобретает интернет-магазины. Такой магазин подходит для размещения ассортимента, позволяет четко контролировать рабочие процессы. Он может быть как совершенно независимой структурой, так и продолжением обычного магазина. Создание интернет-магазина обеспечивает новые возможности по расширению, информационной поддержке и рекламе бизнеса [3].

Магазины такого рода позволяют совершать покупки, не выходя из дома, данный факт является значительным преимуществом перед оффлайн-магазином. Все больше людей отдают предпочтение онлайн-шопингу вместо того, чтобы совершать покупки в различных торговых центрах. Можно выделить ряд основных причин, по которым это происходит:

- покупки по всему миру – рынок становится глобальным, совершать покупки можно из любой точки мира, где есть интернет;
- экономия времени, сил и денег – все, что нужно сделать покупателю – это оформить заказ;
- персонализированные рекомендации – основываясь на предыдущих покупках и запросах покупателю предлагаются необходимые товары;
- лучшие предложения и цены – зачастую цены в интернет-магазинах ниже, что объясняется отсутствием затрат на аренду помещения, оплату труда работников магазина и т. п.
- отзывы покупателей – для всех товаров доступны отзывы, это предоставляет более полное описание товаров, как правило, клиенты совершают покупки в большей степени основываясь на отзывах других.

С каждым годом значимость и роль интернет-магазинов только возрастает. Сегодня такие магазины больше не являются чем-то необычным, более того они стали неотъемлемой частью любого бизнеса. И любой организации собственный онлайн-магазин предоставляет множество преимуществ и возможностей.

**Список использованных источников:**

1. Знаменитые белорусские бренды | Justarrived.by [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://justarrived.by/>.
2. Алексеенко, И. В. Опыт применения CRM-системы в швейном производстве / И. В. Алексеенко // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 10-4. – С. 614-618.
3. Фомина О. Как открыть интернет-магазин с нуля. – М.: Издательство «РИПОЛ Классик», 2013
4. Беляцкая, Т. Н. Мировой рынок электронной коммерции и опыт Китая / Т.Н. Беляцкая // Бизнес. Инновации. Экономика № 5, 2021. - С.62-70.
5. Беляцкая Т.Н. Тенденции мирового рынка электронной коммерции / Т.Н. Беляцкая // Потребительская кооперация №3, 2021. - С.44-49