


**Особенности
организации
электронной коммерции
в различных областях
ЛОГИСТИКИ**

1. Особенности организации электронной коммерции в закупочной логистике.
2. Особенности организации электронной коммерции в логистике распределения.
3. Особенности организации электронной коммерции в транспортной и складской логистике.



1. Особенности организации электронной коммерции в закупочной логистике.

Электронная торговля в закупочной логистике

- это торгово-закупочная деятельность, осуществляемая через Интернет между покупателем и продавцом товара. Предметом электронной торговли может быть любой товар.

основные товары электронной торговли:

- продовольственные товары;
- промышленные товары;
- информационный продукт.

Преимущества электронной торговли в закупочной логистике :


- расширение зоны охвата бизнеса, привлечение дополнительных категорий клиентов, в том числе зарубежных;
- круглосуточная работа в любой день недели и любое время суток;
- конкурентные цены за счет исключения накладных расходов на аренду торговых помещений.

Электронная торговля в закупочной логистике (в отношениях с покупателями)

- реализует принцип
максимального
удовлетворения их
потребностей.

Электронная торговля в закупочной логистике базируется:

- 1. постоянно обновляемой базе предложений товаров и услуг;
- 2. организации взаиморасчетов за товары и услуги;
- 3. управления каналами доставки.



**Нормативно-правовые
документы, регламентирующие
механизм осуществления
электронной торговли на
территории
Республики Беларусь**

Беларусь

от 27 февраля 2012 г. № 112

«О проведении электронных аукционов»

- определяет виды государственных закупок товаров (работ, услуг), которые могут осуществляться на аукционах путем электронных торгов (электронных аукционов) товарами (работами, услугами) с понижением их цены, без применения процедур государственных закупок, предусмотренных законодательными актами Республики Беларусь.

Республики Беларусь от 26 марта 2012 г. № 261

«О мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 27 февраля 2012 г. № 112 «О проведении электронных аукционов»

- утверждено Положение о порядке осуществления электронных аукционов на территории Республики Беларусь, определяющее порядок выбора поставщика (подрядчика, исполнителя) при осуществлении государственных закупок путем проведения электронных торгов (электронных аукционов) товарами (работами, услугами) с понижением их цены.

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 июля 2007 г. № 924

«Об оптовой торговле, осуществляемой в форме электронной торговли»

- Утверждены Правила оптовой торговли, осуществляемой в форме электронной торговли, определён порядок заключения договоров купли-продажи товаров и оказания услуг, связанных с их реализацией, с использованием электронных документов и информационных систем и сетей.

4. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 8 «Об утверждении Инструкции о порядке размещения (публикации) информации о государственных закупках»

- утверждена Инструкция о порядке размещения (публикации) информации о государственных закупках, определяется порядок размещения годовых планов государственных закупок, приглашений к участию в процедурах этих закупок и сведений о результатах таких процедур, реестра договоров о государственных закупках в сети Интернет на сайте информационного республиканского унитарного предприятия «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» и в информационно-аналитическом бюллетене «Конкурсные торги в Беларуси и за рубежом».

2. Особенности организации электронной коммерции в логистике распределения.

Система распределения

- это инфраструктура сектора обслуживания электронной коммерции, определяющая её рост и развитие.

Именно она *«делает возможной взаимосвязь между виртуальной средой и реальными мировыми рынками»*. Электронная коммерция теряет всякий смысл, если отсутствует механизм обработки отгрузки и доставки товаров.

Традиционная экономика

- требовала значительных вложений в создание и поддержание каналов товародвижения недоступных большинству инновационных компаний.

Электронная коммерция

- сняла ограничения и виртуализировала каналы сбыта, переместив конкуренцию из сферы производства в сферу распределения.
- Распределительные сети трансформировались и приобрели полную независимость от поставщиков продукции.

Ф. Котлер:

- *«Конкуренция всё больше разворачивается не между компаниями-производителями, а между маркетинговыми сетями, причём выигрывает в ней организация, обладающая наиболее развитой и эффективной сетью»*

Отличительной особенностью новой распределительной инфраструктуры электронной коммерции

- является глобальность,
обусловленная глобальностью
Интернета.

Преимущества глобального распределения продукции (по Э.Дж. Бергеру):

- 1. Электронная коммерция предоставляет компаниям доступ к большему числу рынков и поставщиков без необходимости изменять физические объёмы продукции и запасы.
- Не имеет значения, куда отправлять товар после оплаты, стоимость доставки начисляется и оплачивается покупателем отдельно.

- 2. Электронная коммерция обеспечивает *«доступ к информации в режиме «24-7-365» и устраняет традиционные бумажные документы»*.
- Покупатель и грузоотправитель в любой момент могут получить информацию о месте нахождения товара и спрогнозировать дату его получения.

- 3. Электронная коммерция предполагает *«более быстрые платежи и решения на всех звеньях цепи поставок»*.
- Покупатели при покупке товара осуществляют полную предоплату его доставки, которая перераспределяется затем между всеми участниками распределительной сети.

- Таким образом, местные продавцы больше не могут использовать географические преимущества локальных рынков, так как товары в равной мере становятся доступны всем покупателям, независимо от их местонахождения.
- Они вынуждены глобализировать свою деятельность или уступить рынок сетевым торговцам.
- На этой основе формируется новый глобальный рынок услуг распределительной логистики.

Три мировых центра распределительной ЛОГИСТИКИ:

- Германия;
- США;
- Китай.


- Западная Европа не является лидером по внедрению распределительных сетей в электронной коммерции по причине того, что распределительные сети там были созданы задолго до её появления в нынешнем виде.

Реформирование этой инфраструктуры произошло в результате реализации общеевропейского проекта «Европа: 1992», целью которого стало создание внутренней (панъевропейской) инфраструктуры распределительной логистики:

- 1. Централизация распределительных центров.
- 2. Рост числа партнёрств и стратегических союзов.
- 3. Использование аутсорсинга и посредников.
- 4. Внедрение панъевропейской транспортной сети.
- 5. Реструктуризация управления логистикой.

- Таким образом, в Западной Европе электронная коммерция интегрировалась в уже существующую инфраструктуру распределения, принадлежащую крупным европейским корпорациям и логистическим провайдерам.

3. Особенности организации электронной коммерции в транспортной и складской логистике.

- 
- Оказание транспортных услуг в электронной коммерции отличается от традиционного аутсорсинга большей степенью интегрированности в маркетинговые сети.

Транспортные посредники

- переходят от оказания транспортных услуг к выполнению распределительных функций, превращаясь в провайдеров услуг.

Дж.Р. Сток и Д.М. Ламберт:

- *«Более успешно действуют те перевозчики, которые ... перешли от организационной структуры, ориентированной на продажи, к организационной структуре, ориентирующейся на маркетинг. Если первые реагируют на запросы потребителей, то вторые эти запросы предугадывают заранее. ... перевозчики, ориентированные на маркетинг, рассматривают себя в качестве партнёров, участвующих в общих логистических видах деятельности своих потребителей».*

Распределительные провайдеры


- оказывают весь комплекс логистических услуг, связанных с организацией поставок, включая сортировку и физическое перемещение собранных заказов, ведение учётной документации, таможенное оформление, а также маркировку и упаковки товаров для отдельных потребителей.
- принимают на себя решение всех вопросов, связанных не только с внутренними, но и с трансграничными поставками.

Роль поставщика

- передать распределительному провайдеру оплаченные товары и адресную базу данных покупателей.
- Всё остальное провайдер делает самостоятельно.

Распределительные провайдеры обеспечивают реализацию сразу четырёх из пяти функций оптовой торговли в каналах сбыта, за исключением комплектования торгового ассортимента:

- 1. *Сокращение числа контактов* – так как они принимают на себя ответственность за организацию поставок, начиная с момента отгрузки производителем и заканчивая передачей товара покупателю.

- 
- 2. *Единая распределительная инфраструктура*
– так как они собирают и обрабатывают на своей базе поставки одновременно от всех, включая самых мелких поставщиков.



- 3. *Экономия на масштабе*

– так как они из мелких партий товара собирают крупные партии, экономя на транспортных тарифах, массовых закупках упаковочных материалов и т. д.



- 4. ***Улучшение обслуживания поставщиков***

- – так как они обладают большим опытом организации поставок и налаженными контактами с субподрядчиками, а также берут на себя взаимодействия с покупателями при передаче товара.

- Это даёт возможность товаропроизводителям управлять *производством и запасами так, как если бы они были централизованы, но реальное физическое размещение производства и запасов определяют другие факторы – в частности рынок и/или поставщик.*

Распределительные центры (distribution center)

- ключевое звено сетей распределения в электронной коммерции .
- Они принимают на себя не только выполнение традиционных функций складской логистики, но и всех сервисных функций, связанных с обработкой и транспортировкой заказов конечным покупателям .

Сравнительная характеристика форм распределения

Параметры	Склад в традиционном товародвижении	Распределительный центр в электронной коммерции
Основное предназначение	хранение запасов	обработка заказов
Адресаты услуг	оптово-розничная торговля	конечные покупатели и поставщики
Характер хранения	постоянный	операционный
Производственный цикл	приёмка, хранение, комплектация, отгрузка	приёмка, сортировка, обработка, отгрузка
Сопутствующие услуги	отсутствуют	максимальные, вплоть до сборки/разборки
Сбор и обработка данных	по партиям товара	в режиме реального времени
Ориентация	минимизация операционных затрат	удовлетворение требований заказчиков

Распределительные центры:

- выступают в качестве подрядчиков полного цикла в отношениях с поставщиками товаров;
- проводят логистическое консультирование;
- отслеживают перевозки;
- осуществляют экспортно-импортные операции с товарными поставками.

Расположение распределительных центров определяется соображениями экономической целесообразности:

- **ориентация на поставщиков** (упрощает обработку поставок, но удорожает доставку конечным потребителям за счёт прямой отгрузки);
- **ориентация на потребителей** (удешевляет доставку, но усложняет отгрузку товара).

- Таким образом, тенденции развития распределительных сетей в сетевой экономике ведут к тому, что глобальные распределительные центры постепенно всё больше проникают во все сферы товародвижения. Если в традиционной торговле по принципу «склад-магазин» работали в основном только крупные мебельные центры, то в самое ближайшее время мы столкнёмся в электронной коммерции с принципиально новой схемой организации продаж. Вместо звеньев «опт – розница» в цепи товародвижения возникнут звенья «распределительный центр – пункт выдачи товара», с дополнением в виде выставочного центра (шоурума), где покупатели могут лично ознакомиться с образцами товара.