

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Правительство Вологодской области
Вологодский государственный университет
Северо-Западный институт (филиал) Университета им. О. Е. Кутафина (МГЮА)
Вологодский институт права и экономики ФСИН России
Вологодский научный центр Российской академии наук

Молодые исследователи – регионам

**Материалы Международной научной конференции
(Вологда, 23 апреля 2024 г.)**

Вологда
2024

УДК 001
ББК 72
М75

Утверждено научным советом ВоГУ

Редакционная коллегия:

Л. О. Кочешкова (главный редактор), И. В. Спасенкова, А. С. Румянцева, Е. Н. Ильина, Е. В. Титова, И. Н. Тяпин, Н. С. Смирнова, Т. М. Димони, В. А. Саблин, Н. А. Ястреб, А. А. Борисов, Е. В. Крылова, В. С. Орлова, С. А. Петракова, Н. П. Воронина, Н. П. Советова, Т. Л. Харионовская, А. П. Сергушичева, Е. В. Кармазина, М. А. Назарова, Е. Н. Соколова, О. Б. Голубев, Л. А. Марченко, Т. А. Поярова, Н. В. Носова, Н. Н. Мелентьева, М. Г. Долгушина, Е. Е. Трандина, А. С. Степанов, С. Б. Федотовский, О. Н. Пикалев, А. Е. Немировский, Н. М. Дементьев, В. А. Шорин, С. Н. Рыбаков, А. А. Тесаловский, А. Г. Гудков, Н. Н. Монаркин, И. С. Казакова, М. В. Бутакова, Н. Н. Кириловская, А. С. Чертовникова, А. В. Яблокова

Молодые исследователи – регионам : материалы Международной научной конференции (Вологда, 23 апреля 2024 г.) / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации и др. ; [главный редактор Л. О. Кочешкова]. – Вологда : ВоГУ, 2024. – 1549 с. : ил. – Текст : электронный.

ISBN 978-5-00239-009-0

В сборнике содержатся тезисы докладов по проблемам машиностроения и транспорта, электроэнергетики и электротехники, информационных технологий, дорожного хозяйства, строительства, архитектуры, геодезии и землеустройства, географии и экологии, биологии, химии, экономики, управления, менеджмента и юриспруденции, современного государства и безопасности, философии, истории, лингвистики, перевода и лингводидактики, литературоведения, педагогики, психологии, музыкального искусства и музыкального образования, спорта и адаптивного физического воспитания, представленных на конференции «Молодые исследователи – регионам». Содержание материалов сборника отражает результаты научно-исследовательской работы студентов, аспирантов и молодых ученых Вологодской области и других регионов Российской Федерации, а также Республик Беларусь и Казахстан.

УДК 001
ББК 72

ISBN 978-5-00239-009-0

© ФГБОУ ВО «Вологодский
государственный университет», 2024

Чудук В. В. Применение электронной коммерции на предприятии	373
Шестаков М. А. Формирование конкурентных преимуществ продукции АО «Вологодский оптико-механический завод» в целях повышения ее рентабельности	375

Секция «ИССЛЕДОВАНИЕ ФУНДАМЕНТАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ»

Баженова В. А. Разработка и реализация системы мониторинга экономической безопасности региона (на материалах Вологодской области)	378
Вареник В. И. Требования к построению системы качества в организации	380
Верещагин В. С. Особенности и проблемы социально-экономического развития муниципальных образований	382
Еременко Э. Г. Потенциал развития системы управления Вытегорского муниципального района Вологодской области в сфере жилищно-коммунального хозяйства	384
Животок И. А. Научный потенциал изучения «проблемы безбилетника» ...	386
Закиров Э. М. Экономическая безопасность личности: влияние институциональной теории.....	389
Зубарев И. Д. Анализ факторов развития предпринимательства в экономической теории.....	391
Курбанов Г. Б. оглы Взаимодействие государства и бизнеса: теоретический аспект.....	393
Меньшикова Н. Е. Разработка системы мероприятий по увеличению рождаемости для обеспечения экономической безопасности региона (на материалах Вологодской области).....	395
Островский В. Л. Роль инновации в трансформации социально-экономической системы	397
Панкратов А. Р. Повышение уровня экономической безопасности предприятия (на примере ООО «Устюггазсервис»).....	399
Санаев И. Ю. «Проблема безбилетника» в контексте производства общественных благ	401
Седых А. С. Технологический суверенитет России и его связь с экономической безопасностью страны.....	403
Серебряков А. И. Ключевые показатели коммуникации граждан с властью Республики Коми	405

ПРИМЕНЕНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В. В. Чудук

М. М. Хованская, научный руководитель, ст. преподаватель
Барановичский государственный университет
г. Барановичи, Республика Беларусь

Несмотря на то что электронная коммерция становится все более популярной в современном бизнесе, многие предприятия сталкиваются с проблемами при ее внедрении и использовании. Это может быть связано с различными факторами, такими как отсутствие технической подготовки, проблемы с безопасностью данных, недостаточное понимание потребностей клиентов в онлайн-среде и т. д.

На сегодняшний день изучение электронной коммерции является актуальным, поскольку успешное ее использование может значительно увеличить эффективность бизнес-процессов предприятий, расширить рынок сбыта и улучшить взаимодействие с клиентами.

Применение электронной коммерции дает возможность предприятию улучшить отношения с клиентами, предоставляя им возможность совершать покупки в любое время и из любого места. Кроме того, она позволяет снизить операционные расходы, так как многие процессы автоматизированы и не требуют большого количества персонала.

В статье будет рассмотрен механизм работы системы электронной коммерции, проанализированы различные ее виды и их применения в деятельности предприятия посредством исследования теоретической базы по данной теме.

Электронная коммерция (e-commerce) – это сфера цифровой экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи информационных технологий, и бизнес-процессы, связанные с проведением транзакций в Интернете [1].

К электронной коммерции относят: онлайн-платежи, интернет-банкинг, транзакции в платежных системах, онлайн-маркетинг и др.

С технической точки зрения, для электронной коммерции организация должна обладать 3 компонентами: сервер, база данных и система доставки товара (услуги) клиенту. Критически важна первая составляющая – качественный и быстрый сервер. База данных нужна крупным объектам, а доставка электронных товаров или услуг не требует сложной логистики.

Цифровая электронная торговля строится по такому принципу:

- клиент выбирает товар или услугу в каталоге интернет-магазина;
- когда заявка поступает на сервер, ее получает менеджер;
- менеджер обращается к базе данных, проверяя наличие товаров на складе, и подтверждает заявку;

– клиент оплачивает заказ с помощью карты. Транзакцию обрабатывает банк. Если сделка одобрена, заказ поступает в обработку;

– дальше заявку передают на склад;

– сотрудники логистического отдела забирают заказ со склада и доставляют клиенту или в пункт выдачи;

– когда заказ доставляют, клиент получает смс-уведомление.

Различают следующие основные виды электронной коммерции:

– B2B – Business-to-Business или «Бизнес для бизнеса», который означает коммерческие отношения между юридическими лицами. Эта ниша предполагает взаимодействие между производителями, предприятиями и другими экономическими субъектами рынка для заключения контрактов на поставку, продажу и покупку различных продуктов: товаров и услуг. Поиск контактов партнеров и переговоры происходит через специализированные сайты;

– B2C – Business-to-Consumer или «Бизнес для потребителя», что означает продажу товаров и услуг юридическими лицами физическим лицам. Это сфера розничной торговли с использованием онлайн-площадок, таких как магазины, сервисы, банки и т. д. Основное преимущество для клиентов заключается в большем выборе продуктов, возможности удобного заказа и доставки на дом или в офис. Предпринимателям электронная коммерция предоставляет возможность сократить затраты на аренду и содержание торговых площадей и складов;

– B2G – Business-to-Government или «Бизнес для правительства», означает коммерческие отношения между юридическими лицами и государственными инстанциями. В этой сфере сделки реализуются с помощью конкурсов, тендеров или котировок. B2G является крупномасштабной сферой электронной коммерции, что предъявляет строгие требования к участникам рынка. Компании-участники торгов должны иметь высокий статус и безупречную репутацию, так как перед ними стоит задача предоставить товары или услуги для выполнения государственных программ [2].

Электронная коммерция открывает новые возможности для предприятий, такие как расширение географии продаж, что позволяет находить клиентов за пределами традиционных рынков. Она предлагает более эффективные методы взаимодействия с клиентами, включая персонализированный маркетинг и улучшенное обслуживание клиентов. Это может привести к увеличению продаж и улучшению отношений с клиентами.

1. Захаров, А. Электронная коммерция: что это такое и как работает коммерция в интернете / А. Захаров. – Текст: электронный // Calltouch: сайт. – URL: <https://www.calltouch.ru/blog/glossary/elektronnaya-kommerciya/> (дата обращения: 27.03.2024).

2. Вершинин, О. E-commerce – что это такое: категории и виды электронной коммерции в Внтернете / О. Вершинин. – Текст: электронный // НЕЙРОС: сайт. – URL: <https://neiros.ru/blog/business/e-commerce-biznes-ukhodit-v-internet/> (дата обращения: 27.03.2024).