УДК 339.166:658.78

Шидловский Е.А.,
студент
Барановичский государственный университет,
Беларусь, г.Барановичи

ОН-ЛАЙН ТОРГОВЛЯ И ВЫБОР МОДЕЛИ ЛОГИСТИКИ

***Аннотация**: В статье рассматривается стратегия масштабирования собственной службы доставки для интернет-магазина ООО «Санта Ритейл». Обосновывается отказ от сплошного географического покрытия в пользу концентрации ресурсов в областных центрах с высокой плотностью торговых точек компании и платёжеспособной аудитории.*

***Ключевые слова**: интернет–магазин, он-лайн заказы. логистика*

Shidlovsky E. A.,
Student,
Baranovichi State University,
Baranovichi, Belarus.

ONLINE TRADING AND SELECTION OF A LOGISTICS MODEL

***Abstract:** The paper explores the strategy for scaling an in-house delivery service for the online store of LLC "Santa Retail". It provides justification for shifting away from uniform geographical coverage towards a focused allocation of resources in regional centers characterized by a high concentration of the company's retail outlets and a financially capable consumer segment.*

***Keywords:** online store; online orders; logistics.*

Запуск интернет-магазина невозможен без чётко выстроенной системы доставки, поскольку именно скорость, стоимость и удобство получения заказа являются для современного покупателя одними из ключевых критериев при принятии решения о покупке. Логистика является динамическим бизнес-процессом, ошибки в которой напрямую влияют на финансовые потери и репутационные риски [1]. Без определения географии и логистики интернет-магазин превращается в «витрину-каталог», которая не умеет зарабатывать. Это база, на которой строятся финансовые прогнозы, маркетинговые обещания и юридическая безопасность бизнеса. Следовательно, в случае принятия решения об открытии интернет-магазина, а это необходимо для поддержания конкурентоспособности на рынке, прежде чем принимать первые онлайн-заказы, необходимо определить, в каких городах и по какой модели будет осуществляться доставка. Рассмотрим это на примере ООО «Санта Ритейл».

Стратегически важным шагом является выбор областных центров для внедрения собственной доставки. Здесь не стоит руководствоваться исключительно административным статусом населённого пункта или пытаться охватить всю страну единовременно, распыляя ресурсы. Ключевым критерием выбора должна являться концентрация собственных торговых объектов компании и плотность платёжеспособной аудитории, в связи с чем проведём анализ наибольшего количества торговых объектов ООО «Санта Ритейл» расположенных в областных центрах Республики Беларусь и запишем результат в таблицу 1.

Таблица 1 — Количество торговых объектов ООО «Санта Ритейл» в областных центрах Республики Беларуси

Город	Количество торговых объектов	Удельный вес от общего числа ТО, %
Брест	34	24,1
Витебск	2	1,4
Гомель	5	3,5

Гродно	13	9,2
Минск	81	57,5
Могилёв	6	4,3

Примечание: Источник — собственная разработка на основе дислокации по данным ООО «Санта Ритейл»

Согласно таблице 1, максимальная плотность торговых объектов наблюдается в городе Бресте (24,1%) и Минске (57,5%), что в совокупности составляет 81,6% от общего числа торговых объектов компании, находящихся в областных центрах, следовательно, именно Брест и Минск являются приоритетными городами для внедрения собственной системы доставки.

После того как география доставки определена, следующим шагом является разработка экономически обоснованных условий доставки для покупателей. Ключевым параметром здесь выступает минимальная сумма заказа, при которой доставка остаётся рентабельной для компании. Согласно официальным статистическим данным, средний однодневный розничный товарооборот на душу населения в Республике Беларусь в начале 2026 года составил 31,4 белорусских рубля, что отображено в таблице 2.

Таблица 2 — Динамика среднедневного розничного товарооборота на душу населения за 2023–2026 годы

Период	**Средний чек (BYN/день)**
2023 год	22,7
Январь-сентябрь 2024 года	25,9
2025 год	30,9
Январь-март 2026 года	31,4

Примечание: Источник — [4]

Однако для установления минимального порога бесплатной доставки интернет-магазина ООО «Санта Ритейл» недостаточно опираться исключительно на макроэкономические показатели. Для понимания того, какую сумму покупатели психологически готовы воспринимать как обоснованный порог онлайн-доставки, проведём сравнительный анализ действующих условий доставки в ведущих розничных сетях Республики Беларусь и отобразим в таблице 3.

Таблица 3 — Пороговые значения минимальной суммы заказа для бесплатной доставки в продовольственных розничных сетях РБ

Торговая сеть	Сумма для бесплатной доставки (BYN)	Стоимость платной доставки
Green	от 45,00	4,99
Гиппо	от 60,00	~7,00
Евроопт	от 90,00	от 11,90

Примечание: Источник —: собственная разработка на основе общедоступных данных в сети Интернет [2,3]

Исходя из анализа данных таблиц 2 и 3, можно сделать вывод, что рекомендуемое значение минимального порога бесплатной доставки для интернет-магазина ООО «Санта Ритейл» составляет 49,99 бел. руб. Данный порог находится между нижней и верхней границей рынка, обеспечивая конкурентное преимущество и является оптимальным балансом между доходностью сервиса и лояльностью потребителя.

Определив ценовые условия, необходимо решить вопрос сборки и доставки заказа. Функции по сборке и комплектации онлайн-заказов на начальном этапе целесообразно возложить в качестве дополнительных обязанностей на работников торгового объекта. Такой подход не требует расширения штата и введения отдельных должностей сборщиков, поскольку загрузка на старте проекта будет неравномерной и не обеспечит

полной занятости сотрудника. После укомплектования заказа работник магазина передаёт его прибывшему курьеру.

На основе анализа рыночных данных определён оптимальный порог для бесплатной доставки (49,99 бел. руб.), обеспечивающий баланс между конкурентоспособностью и рентабельностью. Предложена экономичная модель операционной деятельности, при которой функции сборки заказов на начальном этапе возлагаются на действующий персонал магазинов без расширения штата, с последующей передачей заказов курьерской службе.

Использованные источники:

1. Гаджинский А.М. Учебник для бакалавров / А.М.Гаджинский. — 21 изд.. — М.: Изд. «Дашков и К», 2017г. — 420 с. [Электронный ресурс] — URL: https://znanium.ru/read?id=66171 (дата обращения: 01.05.2026)

2. Зоны доставки продуктов питания / Green . [Электронный ресурс] — URL: https://green-dostavka.by/delivery/?ysclid=mvmpq76645878253772 (дата обращения: 15.05.2026)

3. Интернет-доставка в Гиппо. ГИППО [Электронный ресурс] — URL: https://gippo.by/about/news/2022/internet_dostavka_v_gippo/?ysclid= mvmpurwna202320686(дата обращения: 15.05.2026)

4. Средний чек белорусов в магазинах вырос на 12,1%. Что по сумме? | myfin.by – [Электронный ресурс] – URL: https://myfin.by/article/ economy/srednij-cek-belorusov-v-magazinah-vyros-na-121-cto-po-summe-44983?utm_source=rssfeed – (дата обращения: 211.05.2026)