

ционные фонды. Это распространенный во многих странах вариант фонда. Такие фонды различаются по нескольким признакам. Но имеют общие черты:

– капитал разделен на паи, доли (аналог акций) или акции, которые либо дорожают, либо по ним начисляется доход;

– паевые инвестиционные фонды также могут находиться под активным и пассивным управлением.

Хедж-фонды. Особый вид инвестиционных фондов с широкими возможностями и сложным управлением. Хедж-фонды отличаются от прочих инвестиционных фондов сразу по многим параметрам:

– хедж-фонды не только хранят активы в инвестиционном портфеле, но продают и покупают их, для повышения прибыли или снижения риска;

– хедж-фонды требуют значительных вложений и не работают с мелкими инвесторами. Особое преимущество хедж-фондов в том, что они не следуют за рынком, но добиваются своей цели при любом движении рынка: получают доход, как при росте, так и при снижении котировок; уменьшают риски, когда рынок становится неустойчив [2].

Заключение. Инвестиционные фонды имеют некоторые преимущества перед прямыми инвестициями. Потому что инвестиционные фонды снижают степень риска. Также, при активном управлении, инвестиционный фонд позволяет заработать больше средней прибыли по рынку, несмотря на комиссии управляющим. А интернет предоставил доступ к данной форме инвестиций всем желающим и сделал процесс инвестирования более понятным и доступным.

ЛИТЕРАТУРА

1. Википедия – Свободная энциклопедия [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> – Дата доступа: 15.12.2020.

2. Что такое инвестиционный фонд – [Электронный документ]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/investicionnye-fondy> – Дата доступа: 15.12.2020.

УДК 339.138

ПОНЯТИЕ И ПРИНЦИП РАБОТЫ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА

Е.С. Горегляд, К.А. Тишкевич, студенты группы 10502119 ФММП БНТУ, научный руководитель – старший преподаватель Т.А. Петровская

Резюме – в статье рассматриваются интернет-магазины и тенденции их развития, так же преимущества и недостатки интернет-магазинов по сравнению с обычными магазинами.

Resume – the article discusses online stores and trends in their development, as well as the advantages and disadvantages of online stores compared to conventional stores.

Введение. В настоящее время пользователи все больше производят покупки в интернет-магазинах. Обычные магазины все больше теряют свою актуальность. Пришло время технологий и их развития.

Основная часть. Интернет-магазин – это программное обеспечение, которое служит для покупки товара не выходя из дома. Если товар интернет-магазина, который заказал покупатель, отсутствует на складе, то покупателю может быть предложена система предварительных заказов. При первом посещении интернет-магазина покупателю предлагается зарегистрироваться. Регистрация – это основной способ взаимодействия между покупателем и интернет-магазином, покупатель сообщает свои данные (имя, пароль) для идентификации, (ФИО, адрес, телефон и т.д.) для оформления заказа. Эта вся информация сохраняется и при последующих покупках будет использована автоматически.

Когда покупатель заходит на сайт интернет-магазина первое, что он видит – это каталог товаров, в котором показан полный ассортимент товаров данного интернет-магазина. При выборе нужного товара, покупатель может увидеть изображение и подробные характеристики товара. В каталоге представляется полный перечень товаров и их характеристика, но отсутствуют живые образцы и продавцы-консультанты, которые могут помочь и подсказать. Из-за этого минуса, можно сказать, что важную роль играют технологии 3D визуализации, которые могут позволить посмотреть товар со всех сторон и даже заглянуть вовнутрь.

Если говорить об оформлении заказа в интернет-магазине, то он состоит из 2-х этапов: выбор товара (этот пункт включает в себя поиск товара, просмотр его характеристик и перемещение товара в корзину) и оформление заказа (этот пункт включает в себя выбор оплаты и доставки товара). Если оформление заказа было прервано покупателем, по различным причинам, то интернет-магазин запоминает состояние корзины и при следующем визите покупатель может продолжить оформление заказа. Время хранения товара в корзине зависит от конкретного магазина, может быть продолжительным (до нескольких недель) [1].

Существует несколько видов оплаты товара купленного в интернет-магазине [2]. Оплата наличными курьеру. Способ один из самых простых и удобных. Преимущества: товар будет точно получен и оплачен покупателем. Недостатки: курьерская служба требует затрат. Оплата и получения заказа в магазине. Преимущества: те же, что и в 1-м случае, плюс покупатель может увидеть товар своими глазами и сделать о качестве товара. Недостатки: покупателю нужно самому приехать в магазин. Наложный платеж (через почту). Преимущества: отсутствие географических ограничений. Недостатки: товар может испортиться при перевозке. Оплата пластиковой карты. Преимущества: простота процесса оплаты. Недостатки: низкий уровень защищенности. Оплата с помощью электронных денег. Преимущества: высокая степень безопасности. Недостатки: необходимость создания кошелька с электронными деньгами.

Отметим преимущества интернет-магазинов. Товар не обязательно должен находиться в наличие. Если товара нет в наличие, то надежный поставщик может доставить его в точный срок, тем самым это позволяет покупателю получить свой товар в точный срок. Отсутствие торговой площади. Отсутствие торговой площади помогает сэкономить на торговом оборудовании и на оплате аренды помещения. Но здесь есть маленькие минусы, придётся хорошо подумать над дизайном сайта для интернет-магазина, т.к. он должен быть привлекателен и удобен для использования покупателю. Нет привязанности к определённой территории. Интернет-магазином можно управлять из любой точки Земли, т.к. он находится в виртуальном пространстве. Не требуется нанимать большое количество персонала. Для работы интернет-магазина необходимы люди, которые владеют навыками работы с компьютерами, а также Интернетом. Для этого не требуется большое количество персонала. Возможность самим планировать своё рабочее время. Прием и обслуживание заказов можно в любое время, которое удобно для вас. Из-за этого преимущества вы можете иметь несколько мест работы [1].

Заключение. Интернет-магазин разработан для удобства покупок и продаж с веб-сайта. С каждым годом интернет-магазины набирают свою популярность. Бизнес в сети становится все более привлекательным, тем более для крупных офлайн-продавцов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Мировые информационные ресурсы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://works.doklad.ru/view/yL4pQMr4Bg8.html>. – Дата доступа: 19.12.2020.
2. Принцип работы интернет магазина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://beseller.by/blog/kak-organizovat-rabotu-internet-magazina/>. – Дата доступа: 19.12.2020.

УДК 339.138

СПЕЦИФИКА МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ

*К.А. Гришанович, группа 10503319 ФММП БНТУ,
научный руководитель – старший преподаватель Н.В. Макаревич*

Резюме – сфера услуг доминирует среди основных направлений развития экономики любой страны и для ее успешного развития необходимо изменение и внедрение новых методов и приемов, которые будут качественно удовлетворять потребности человека, учет ее специфики в управлении и маркетинге.

Resume – the services sector dominates the mainstream of any country's economy, and its successful development requires the modification and introduction of new methods and techniques that meet the needs of the people, their management and their marketing.