

Е. М. Хомяков
(ГГУ им. Ф. Скорины, Гомель)

РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ ФИНАНСОВОГО УЧЕТА ПОДПИСОК В ПРОЕКТЕ КОРПОРАТИВНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Большинство развитых стран Азии и США в наше время повсеместно живут по подписке: пищевые добавки, контактные линзы, продукты, цветы и т.д. – всё это потребители получают доставкой или же по почте регулярно и не нужно заботиться о том, что у вас закончится тот или иной товар. Закончиться могут лишь деньги на вашем банковском счёте.

Всё чаще продуктовые стартапы выбирают для себя концепцию подписок или, так называемую модель «subscription economy». Данная модель гарантирует получение долгосрочных и регулярных клиентов для вашего бизнеса.

Для получения того или иного товара, следует его приобрести оффлайн или же онлайн, но и то и другое каждый раз тратит ваше время. Подписки – решение данной проблемы. Существует определенная концепция: клиенты компаний один раз пробуют тот или иной товар, чаще всего бесплатно, и будучи удовлетворенным качеством, оформляет подписку сроком на несколько месяцев или на год.

Разработанная система подписок позволяет оформить подписку на срок в 3 месяца. При оформлении подписки, достаточно выбрать способ доставки, а также способ автооплаты – всё остальное за пользователя делает система. Не нужно тратить время на следующий заказ – он оплачивается автоматически. В любой момент можно изменить параметры подписки: способ доставки, адрес, карту, дату автооплаты или отменить подписку.

По сравнению с обычным способом покупки, подписки намного выгоднее. Так, например, на последний заказ подписки в третьем месяце, можно получить скидку до 30%. Также можно получить дополнительную скидку в 5% на первый заказ нового цикла подписки при продлении в течение 30 дней.

Существует возможность группировать подписки в группы, что снижает стоимость доставки. Либо же, можно сгруппировать доставку подписочного товара вместе с обычной доставкой.