

УДК 347.71:004.9

РАЗВИТИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В КОВИДНЫЙ И ПОСТКОВИДНЫЙ ПЕРИОД В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сташкевич В.А., студ., Краенкова К.И., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Глобальное распространение информационных технологий стало рычагом для трансформаций в экономике и в обществе. Одной из главных составляющих этого процесса является проникновение интернета во все сферы экономики. За последнее время значительно расширился диапазон коммерческих отношений через интернет, в него включились такие составляющие, как: продажа и покупка товаров через сеть Интернет; перечисление денежных средств путем использования электронных сетей; торговля информацией в электронном виде и др. Электронная коммерция (e-commerce) является одним из направлений, которое развивается гипершагами в современной экономике. E-commerce состоит из торговых и финансовых операций, включая бизнес-процессы, связанные с их проведением. Главной особенностью e-commerce является совершение сделок в формате онлайн. Этот факт стал движущей силой для развития электронного бизнеса в период локдауна и постковидный период [1, с. 204–205]. Электронная коммерция в Республике Беларусь получила стремительное развитие в период ковидных и постковидных ограничений (табл. 1).

Таблица 1 – Развитие электронной коммерции в период с 2019–2022 гг.

Год	Ограничения	Возможности	Товарооборот, млн руб.	Рынок электронной коммерции
1	2	3	4	5
2019	Отсутствие структурированного законодательного регулирования	Усиление конкуренции среди игроков – конкуренция стимулирует их улучшать качество сервиса и привлекать больше клиентов	134 732,1	Приходится всего 4,1 % от всех розничных продаж. Средний чек на одну покупку – 50 руб.
2020	Закрытие границ. Локдаун	Рост потребителей рынка e-commerce в разных сферах, включая запрещенные ранее безрецептурные лекарственные средства, ювелирные изделия и др.	149 720,8	Доля интернет-продаж в розничном товарообороте страны составила 4,5 %. Средний чек одной покупки в интернет-магазине составляет около 70 бел. руб.

Окончание таблицы 1

1	2	3	4	5
2021	Ковидные ограничения	Дальнейший рост рынка e-commerce. Самый быстрый рост рынка отмечается в таких сегментах как «Подарки, хобби, книги» и «Онлайн обучение», самый популярный сектор - «Техника и электроника»	173 153,3	Доля e-commerce в розничном товарообороте страны достигла 7,8 %. Средний чек на одну покупку – 160 бел. руб.
2022	Санкционные меры	Поиск новых/ альтернативных поставщиков и покупателей, налаживание связей в странах СНГ.	-	Рынок e-commerce в Беларуси несмотря на санкции и экономические может достичь 8–9 %

Источник: составлено автором.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Краенкова, К. И. Интеграционный проект по развитию e-commerce в пространстве ЕАЭС e-commerce в мировой практике в условиях пандемии / К. И. Краенкова // Сборник статей финалистов конкурса молодых международных студентов СНГ имени А. А. Громыко 2021/ под ред. В. В. Сутырина, А. С. Пешенькова. Москва: Институт Европы РАН, Ассоц. внешнеполит. исслед. им. А. А. Громыко. – 2022. – С. 204–210

УДК 677.023.77

МОДЕЛЬ ДЮПОНА В ОЦЕНКЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Подоляко Е.А. студ., Краенкова К.И., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Формула Дюпона (DuPont formula) представляет собой расчет ключевого показателя эффективности деятельности – рентабельности собственного капитала (ROE) – через три концептуальные составляющие: рентабельность продаж, оборачиваемость активов и финансовый леверидж. Формула Дюпона помогает выявить, какой из факторов оказывает наибольшее влияние на показатель [1].

$$ROE = \left(\frac{\text{Чистая приб.}}{\text{Выручка}} \right) \times \left(\frac{\text{Выручка}}{\text{Активы}} \right) \times \left(\frac{\text{Активы}}{\text{Собств. капитал}} \right)$$