

К мероприятиям по укреплению финансового состояния относится укрепление платежно-расчетной дисциплины, которое способствовало бы упорядочению расчетов ГПФ «Акцент» ОАО. Очень важная проблема, которая стоит не только перед ГПФ «Акцент» ОАО, но и перед другими организациями независимо от форм собственности, масштабов производства и вида деятельности. — это проблема ускорения инкассации и ликвидации дебиторской задолженности, а также уменьшение задолженности перед кредиторами. Возникновение неплатежей является первоначальной причиной данной проблемы.

Таким образом, в ГПФ «Акцент» ОАО проблема ускорения оборота средств в дебиторской задолженности может быть решена даже на стадии заключения контрактов с клиентами работ и услуг.

Источник

1. *Манина, С. В.* Как провести анализ финансового состояния предприятия? / С. В. Манина // Планово-экономический отдел. — 2020. — № 6. — С. 28–41.

И. В. Головизнин

РЭУ им. Г. В. Плеханова (Москва)

Научный руководитель — А. В. Рыжакова, д-р техн. наук, профессор

ПОТЕНЦИАЛ ИГРОКОВ РОССИЙСКОГО E-GROCERY-РЫНКА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

Электронная коммерция стала той отраслью в России и мире, на которую пандемия оказала исключительно положительное влияние. Способствовали этому ориентация потребителей на собственную безопасность, государственные меры по ограничению. В 2021 г. с января по октябрь объем рынка интернет-торговли составил 2,4 трлн руб., по данным ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ). По данным DataInsight, по результатам 2020 г. Россия заняла 9-е место в мире по объему рынка e-commerce с показателем 37 млрд дол. При этом по CAGR (совокупный среднегодовой темп роста) Россия занимает 1-е место в мире с показателем 34 %, что свидетельствует о высоком потенциале онлайн-торговли. В общем обороте отечественной розницы доля онлайн-продаж по итогам третьего квартала 2021 г. составила 8,5 %. Доля e-com в общем обороте розничной торговли России в 2020 г. составила 9,5 % (6,4 % в 2019 г.). По данным АКИТ и Сбербанк, в топ-5 товарных категорий по доле в денежном выражении на российском рынке e-com за 9 месяцев 2021 г. входят цифровая и бытовая техника (25 %), мебель и товары для дома (15 %), одежда и обувь (14 %), прочие товары (11 %), продукты питания (9 %). Одними из ключевых

для потребителя в продолжающуюся пандемию COVID-19 направлений онлайн-торговли являются товары повседневного спроса (FMCG-товары). За первое полугодие 2021 г. в FMCG-онлайн-ритейлерах было оформлено 118 млн заказов (18 % от всех онлайн-заказов в России) на сумму 149 млрд руб., по данным DataInsight. При этом количество онлайн-заказов выросло на 268 %, а сумма онлайн-продаж — на 174 % в сравнении с аналогичным периодом 2020 г. Среди ведущих игроков e-grocery по итогам 2020 г. лидером стал сервис «СберМаркет» по показателю онлайн-продаж в 17 570 млн руб. По количеству заказов лидером в 2020 г. стал ритейлер экспресс-доставки «Самокат» с общим количеством заказов 18 170 тыс. По данным DataInsight, за первое полугодие 2021 г. лидером по объему онлайн-продаж с долей 14 % от всего объема онлайн-продаж стал «ВкусВилл», опередив за этот период «СберМаркет» и «Самокат».

Полученный российскими онлайн-игроками опыт региональной экспансии в условиях высокой конкуренции с офлайн-ритейлерами в 2020–2021 гг. позволил развить операционные процессы до уровня выхода на международные рынки. Летом 2021 г. «Яндекс.Лавка» под брендом Yango Deli запустила доставку продуктов питания в Израиле, Франции и Великобритании. Летом 2021 г. издание The Bell сообщило о выходе экспресс-доставки «Самокат» на рынок США под брендом Vuuk. Развитие онлайн-торговли в России за период 2020–2021 гг. происходит быстрее среднемировых темпов роста. У российских e-grocery-ритейлеров потенциал определен их возможностями по обеспечению федеральной и международной экспансии. Высокая конкуренция на российском рынке в период пандемии позволила FMCG-онлайн-ритейлу в кратчайшие сроки использовать IT-потенциал совместно с коммерческим и операционным блоками для удовлетворения потребителя со всей территории России, обеспечив самое главное — безопасность и здоровье потребителя.

А. А. Гудыно

БГУУ (Минск)

Научный руководитель — С. В. Стасюкевич

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ ИСПОЛНЕНИЯ ДОГОВОРНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ПОСТАВКАМ ТОВАРОВ

В настоящее время организации торговли и общественного питания поддерживают хозяйственные связи с большим количеством поставщиков, в связи с чем они вынуждены работать с большим количеством договоров, из-за этого нередко возникают сложности