

Библиографические ссылки

1. *Бланк, И.А.* Управление финансовыми ресурсами / *И.А. Бланк.* – М.: Омега-Л., 2011. – 768 с.
2. *Гаврилова, А.Н.* Финансы организаций (предприятий): учеб. пособие для вузов / *А.Н. Гаврилова.* – М.: КноРус, 2016. – 597 с.
3. *Atrill, P.* Accounting and Finance for Non-Specialists / *P. Atrill, Eddie McLaney.* – 11th edition. – Harlow, England, 2018. – 648 p.

©БГЭУ

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ОТ СТАНОВЛЕНИЯ К ИЗМЕРЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА МАТЕРИАЛАХ МАГАЗИНА «YVES ROCHER»)

Е. Г. МАТЮШОНОК

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Р. П. ВАЛЕВИЧ, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ПРОФЕССОР

В работе представлена разработка экспертной системы оценки эффективности работы интернет-магазина «Yves Rocher» с использованием показателей системы KPI (Key Perfomance indicators).

Ключевые слова: информационные технологии, цифровая экономика, электронная торговля, интернет-магазин.

Развитие процессов цифровизации способствует проникновению в реальную экономику ее продуктов, инновационных технологий практически по всей цепочке бизнес-процессов. Быстрыми темпами растет популярность интернет-площадок, которых становится все больше и больше. Прирост интернет-объектов в последние годы составляет 15–20 %. Число зарегистрированных интернет-магазинов по состоянию на 01.01.2019 г. составило 19 400 ед. Доля интернет-продаж в розничном товарообороте Республики Беларусь оценивается в размере 3,1 %. Опираясь на мировой опыт, используя систему показателей KPI (ключевые показатели эффективности), материалы интернет-магазина ЗАО «ИНТЕРКОСМЕТИКА» и с помощью экспертного анализа в работе обоснован алгоритм оценки эффективности его деятельности и участие в создании результатов интернет-магазина других подразделений головной организации (см. таблицу).

Таблица. Основные показатели работы интернет-магазина «Yves Rocher»

Показатель	2017 г.	2018 г.	Темп прироста, 2018 к 2017, %
Товарооборот, тыс. руб.:			
действующие цены	1458	1825	+ 11,5
сопоставимые цены	–	2016,1	
Конверсии, %	23,7	26,8	+ 3,1 п. п.
Средний чек, руб.	71,5	68	- 4,9
Процент отказа от покупок, %	18,3	18,1	- 0,02 п. п.
Брошенные корзины, %	35,9	20,2	- 15,7 п. п.
Количество совершенных покупок, ед.	20400	26852	+ 31,6

Изучение полученных результатов позволило выявить проблемы в работе данного интернет-объекта. Такими проблемами стали: длительность по времени обработки и доставки заказа; сокращение среднего чека; недостаточное рекламирование сайта интернет-магазина через социальные сети. Для определения возможностей устранения выясненных проблем была проведена экспертная оценка (бальный метод) участия подразделений в поддержании интернет-магазина. Оценив результаты бальной оценки, становится ясно, что для улучшения работы интернет-магазина необходимо разработать и реализовать на практике ряд дополнительных мер по улучшению работы отдела информационных технологий, маркетинга и рекламы.

Проведенное исследование позволило подтвердить, что данная методика имеет большое практическое значение.

Библиографические ссылки

1. Информационное общество в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. – Минск, 2019. – 101 с.