

УДК 658.5

***ЦИФРОВИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ИНТЕРНЕТ- МАГАЗИНА:
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ***

Ержанова А.Д.

магистрант,

Российский государственный социальный университет,

г. Москва, Россия

Ерохин С.Г.

научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,

Российский государственный социальный университет,

г. Москва, Россия

Аннотация. В статье анализируются теоретические основы и практические методы оценки бизнес-процессов интернет-магазинов в условиях цифровизации экономики. На основе данных интернет-магазина «Tessitore» за 2022–2024 гг. проведён комплексный анализ ключевых финансово-экономических показателей, товарооборачиваемости, производительности труда и структуры бизнес-процессов. Особое внимание уделено влиянию цифровых инструментов, включая CRM-системы, на эффективность деятельности. Определены направления совершенствования бизнес-процессов интернет-магазина с использованием цифровых решений.

Ключевые слова: интернет-магазин, бизнес-процессы, цифровизация, анализ, автоматизация, CRM, Tableau, омниканальная модель.

***DIGITALIZATION OF ONLINE STORE BUSINESS PROCESSES:
ANALYSIS AND EVALUATION OF EFFECTIVENESS***

Erzhanova A.D.

Master's student,

Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ ЭЛ № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

*Russian State Social University,
Moscow, Russia*

Erokhin S.G.

*PhD in Economics, Associate Professor,
Russian State Social University,
Moscow, Russia*

Abstract. The article discusses the theoretical and practical aspects of the analysis and evaluation of business processes of online stores in the context of the digitalization of the economy. Based on data from the Tessitore online store for 2022-2024, a comprehensive analysis of key financial and economic indicators, turnover, labor productivity and the structure of business processes was carried out. Particular attention is paid to the impact of digital tools, including CRM systems, on business performance. The directions of improving the business processes of the online store using digital solutions have been identified.

Keywords: online store, business processes, digitalization, analysis, automation, CRM, Tableau, omnichannel model.

Современная экономика характеризуется интенсивной цифровизацией, которая существенно трансформирует бизнес-процессы предприятий электронной торговли. Интернет-магазины перестают быть лишь каналом реализации товаров и услуг, превращаясь в сложные экосистемы, объединяющие логистику, маркетинг, информационные технологии и аналитические инструменты для эффективного взаимодействия с клиентами [1].

Цифровизация создает новые возможности для повышения эффективности работы, улучшения клиентского опыта и конкурентоспособности компаний на рынке.

Под бизнес-процессами интернет-магазина понимается совокупность взаимосвязанных операций, обеспечивающих выполнение ключевых функций организации: от формирования ассортимента и взаимодействия с поставщиками до обработки заказов, организации доставки и послепродажного обслуживания клиентов [2].

Когда бизнес-процессы устроены грамотно, это напрямую отражается на удовлетворенности клиентов, финансовых результатах компании и её способности быстро реагировать на изменения в окружающей среде. Эффективная организация работы позволяет сотрудникам выполнять свои задачи быстрее и точнее, обрабатывать заказы без задержек, а количество ошибок и сбоев заметно снижается. Всё это укрепляет доверие и лояльность клиентов, что положительно влияет на доходы компании. Кроме того, чётко выстроенные процессы облегчают адаптацию к новым условиям рынка, внедрение инноваций и сохранение конкурентных преимуществ — особенно это важно в условиях высокой цифровизации и постоянно меняющихся потребностей потребителей.

В условиях цифровизации ключевыми факторами, влияющими на трансформацию бизнес-процессов интернет-магазинов, являются:

- внедрение автоматизированного управления запасами и заказами, что уменьшает влияние человеческого фактора и делает работу склада более эффективной; использование аналитических инструментов для прогнозирования спроса и планирования закупок, что помогает избежать дефицита или излишков товаров;
- развитие омниканальной модели продаж, обеспечивающей единый клиентский опыт на различных платформах — сайте, мобильном приложении, социальных сетях и мессенджерах;
- внедрение современных платёжных сервисов, ускоряющих процесс оплаты и повышающих доверие покупателей;

- персонализация взаимодействия с клиентами с помощью CRM-систем и технологий искусственного интеллекта, что повышает уровень лояльности и стимулирует повторные покупки [3].

Анализ и системная оценка бизнес-процессов позволяют выявить узкие места, определить эффективность функционирования отдельных подразделений и разработать рекомендации по их совершенствованию.

Для практической иллюстрации этих подходов в настоящей работе рассматривается интернет-магазин тканей «Tessitore». Торговая организация осуществляет хозяйственную деятельность на отечественном рынке розничной торговли в соответствии с регистрацией в качестве индивидуального предпринимателя.

Основной вид деятельности этой компании по ОКВЭД — 47.91.2, то есть розничная торговля через интернет. Главная цель работы организации — получать прибыль за счёт предпринимательской деятельности в сфере розничной продажи текстильных товаров.

В качестве эмпирической базы для исследования влияния цифровизации на эффективность бизнес-процессов интернет-магазина были использованы: бухгалтерская отчётность и управленческие данные интернет-магазина «Tessitore» за 2022–2024 гг.

Особое внимание уделялось процессной модели работы интернет-магазина, которая включает следующие блоки: управление ассортиментом, закупочная деятельность, складская логистика, обработка заказов, взаимодействие с клиентами и маркетинговая поддержка. Такой подход позволяет комплексно оценить влияние цифровизации на каждый этап работы компании и определить узкие места, требующие совершенствования.

Анализ финансово-экономических показателей интернет-магазина «Tessitore» за период 2022–2024 гг. позволяет сделать вывод о стабильном развитии компании и росте её конкурентоспособности.

Основными индикаторами выступают товарооборот, валовой доход, средний чек, производительность труда и рентабельность продаж. Эти показатели отражают не только финансовые результаты, но и эффективность управления бизнес-процессами и внедрения цифровых технологий, они отражены в Таблице 1.

Таблица 1 – Ключевые показатели деятельности интернет-магазина «Tessitore» (2022–2024 гг.)

Показатель	2022 г.	2023 г.	2024 г.	Изменение 2024/2022
Товарооборот, тыс. руб.	113 570,1	130 726,4	162 450,0	+48 879,9 (+43,0%)
Валовой доход, тыс. руб.	85 113,9	101 352,3	123 900,5	+38 786,6 (+45,6%)
Средний чек, руб.	2 035,9	2 310,8	2 498,6	+462,7 (+22,7%)
Товарооборачиваемость, дни	116	112	106	–10 дней
Численность персонала, чел.	14	16	17	+3 (+21,4%)
Производительность труда, млн. руб./чел.	6,08	6,28	7,05	+0,97 (+15,9%)
Рентабельность продаж, %	13,1	9,7	11,2	–1,9%

Источник: данные бухгалтерской отчётности интернет-магазина «Tessitore».

За три года товарооборот компании вырос на 43%, что говорит о расширении клиентской аудитории и удачной бизнес-стратегии. Валовой доход увеличился на 45,6%, показывая стабильный рост продаж и грамотное ценообразование. Сокращение времени оборачиваемости товаров на 10 дней свидетельствует о более эффективном управлении запасами и ускорении логистических процессов. Кроме того, производительность сотрудников выросла на 15,9%, что демонстрирует положительное влияние цифровых инструментов и автоматизации на работу команды.

Несмотря на снижение рентабельности продаж на 1,9% в 2024 г., данное снижение связано с инвестициями в цифровую трансформацию,

модернизацию складской логистики и внедрение новых платёжных сервисов, что является долгосрочной стратегией повышения конкурентоспособности.

В 2022–2024 гг. интернет-магазин «Tessitore» внедрил комплекс цифровых решений, направленных на оптимизацию процессов и улучшение клиентского опыта:

Автоматизация учёта товарных запасов и интеграция с системой управления складом (WMS) — позволила сократить ошибки при приёмке и отгрузке товаров, уменьшить издержки на хранение и повысить точность планирования закупок.

Применение CRM-системы для персонализации работы с клиентами — изучение истории покупок, предпочтений и активности покупателей позволяет предлагать им подходящие товары и акции, что повышает повторные продажи и укрепляет лояльность клиентов.

Развитие омниканальной модели продаж — интеграция сайта, социальных сетей и мессенджеров позволила создать единый клиентский опыт, увеличить охват аудитории и повысить конверсию.

Анализ показывает, что после того, как интернет-магазин «Tessitore» внедрил современные онлайн-платежи и сервисы доставки, работа заметно ускорилась. Оплата и доставка стали проходить быстрее, клиенты стали реже отказываться от заказов, а их удовлетворённость выросла. Цифровые технологии помогли компании сократить время обработки заказов примерно на четверть и снизить ошибки при сборке и отправке товаров почти на пятую часть. К тому же, точнее стало планировать закупки и прогнозировать спрос, а покупатели стали возвращаться за новыми покупками чаще — это явно укрепило их лояльность.

В 2022–2024 годах «Tessitore» показывал стабильный рост: оборот и доход увеличивались, сотрудники работали быстрее и эффективнее, а заказы обрабатывались гораздо оперативнее.

Цифровизация даёт магазину заметное преимущество на рынке, но есть и куда стремиться — например, развивать аналитику, автоматизацию и взаимодействие с клиентами через разные каналы продаж. Всё это помогает компании оставаться гибкой и готовой к новым вызовам.

Если «Tessitore» внедрит BI-системы, расширит возможности CRM и WMS, а также объединит все цифровые каналы продаж и маркетинга, это позволит точнее управлять процессами, быстрее выполнять заказы и улучшить впечатления клиентов.

Библиографический список:

1. Репин В. Моделирование бизнес-процессов в нотации BPMN в Business Studio 5. - М.: Инфра-М, 2022. – 107 с.
2. Исаев Р. Управление ИТ-архитектурой организации. Проектирование, анализ, оптимизация и трансформация. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2023. – 115 с.
3. Барин Т., Софронов М. Методология работы с аналитикой CRM-систем // Sensei.plus. URL: https://sensei.plus/analytics_crm (дата обращения: 15.08.2025)
4. «Аналитика интернет-магазина: 10 ключевых показателей» // Envybox. URL: <https://envybox.io/blog/analitika-internet-magazina/> (дата обращения: 16.08.2025)
5. «Аналитика бизнес-процессов в E-commerce» // AWG.ru. URL: <https://www.awg.ru/news/e-commerce-i-big-data-kak-analitika-pomogaet-optimizirovat-biznes-protsessy/> (дата обращения: 16.08.2025)
6. «Цифровизация бизнес-процессов: как понять, что и когда менять» // Machineheads. URL: <https://machineheads.ru/blog/tsifrovizatsiya-biznes-protsessov-komu-uzhe-pora-a-komu-eshche-rano/> (дата обращения: 16.08.2025)

Оригинальность 89%