

УДК 33 DOI: 10.14451/1.243.87

Оптимизация бизнес-процессов в электронной коммерции: современные методы управления и цифровая трансформация

© 2025 **Гаврилов Артем Леонидович**

Студент Факультета налогов аудита и бизнес-анализа. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: algavrilov@icloud.com

© 2025 **Бурцева Ксения Юрьевна**

Доцент Кафедры бизнес-аналитики Факультета налогов, аудита и бизнес-анализа, кандидат экономических наук. Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва.

E-mail: KYburtseva@fa.ru

Ключевые слова: электронная коммерция, бизнес-модель Остервальдера, управление заказами, логистика, складские системы, клиентский сервис, маркетинг, автоматизация, возвраты продукции, аналитика данных, цифровые технологии, BPMN-моделирование.

В условиях стремительного развития электронной коммерции оптимизация бизнес-процессов становится ключевым фактором конкурентоспособности компаний. В данной работе рассматриваются основные процессы электронной торговли, включая выполнение заказов, управление складом, поддержку клиентов, расширение ассортимента, маркетинг и возвраты продукции. Проведен анализ ключевых аспектов, влияющих на эффективность бизнес-процессов, предложены пути их совершенствования с применением цифровых технологий и автоматизированных систем. Результаты исследования позволяют определить стратегии повышения операционной эффективности и адаптивности бизнеса в условиях цифровой экономики.

Электронная коммерция представляет собой одну из наиболее динамично развивающихся сфер современной экономики. С развитием цифровых технологий и повсеместным распространением интернета произошли значительные изменения в методах ведения бизнеса, что привело к формированию новых бизнес-моделей и трансформации традиционных рынков. Электронная коммерция не ограничивается только онлайн-

торговлей, она охватывает широкий спектр процессов, включая логистику, маркетинг, управление взаимоотношениями с клиентами и аналитические инструменты. В условиях высокой конкуренции на этом рынке компаниям необходимо постоянно совершенствовать свои бизнес-процессы, чтобы сохранять конкурентоспособность и удовлетворять ожидания потребителей.

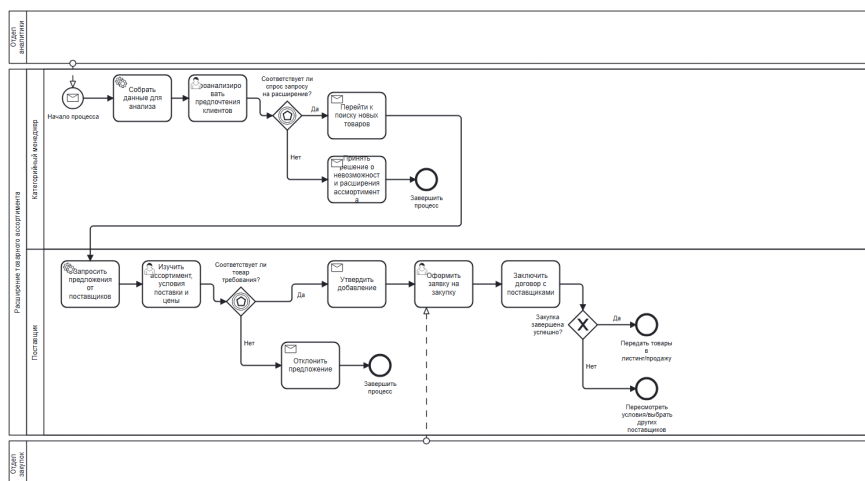


Рис. 5. Анализ спроса и расширение ассортимента.

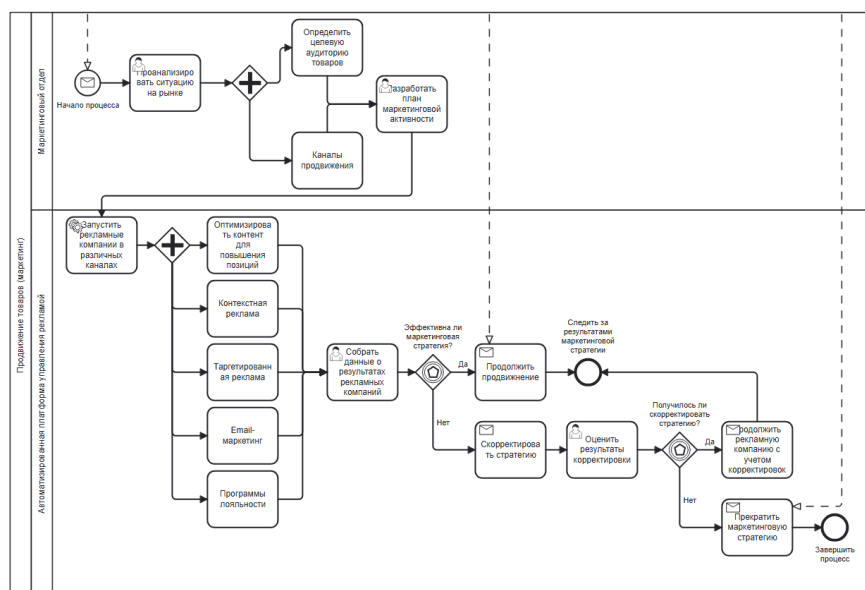


Рис. 6. Продвижение товаров с помощью маркетинговых стратегий.

сов достигается за счет автоматизированных платформ управления рекламой, сегментации целевой аудитории и персонализированного контента.

Процесс обработки возвратов является важной частью клиентского сервиса. Возвраты могут быть вызваны различными причинами — от дефектов продукции до несоответствия ожиданиям клиента. Важно обеспечить удобную систему возврата, которая минимизирует временные затраты клиентов и бизнеса. Оптимизация включает автоматизированные процессы регистрации возвратов, внедрение чат-ботов для первичной

обработки запросов и системы анализа причин возврата товаров (рис. 7).

Анализ и оптимизация бизнес-процессов является ключевым фактором конкурентоспособности компаний в сфере электронной торговли. Постоянное развитие технологий, рост ожиданий потребителей и увеличение объемов онлайн-продаж требуют внедрения инновационных подходов к управлению операционной деятельностью. Компании, которые систематически оптимизируют свои процессы, добиваются повышения эффективности, снижения издержек и улучшения клиентского опыта. Использование

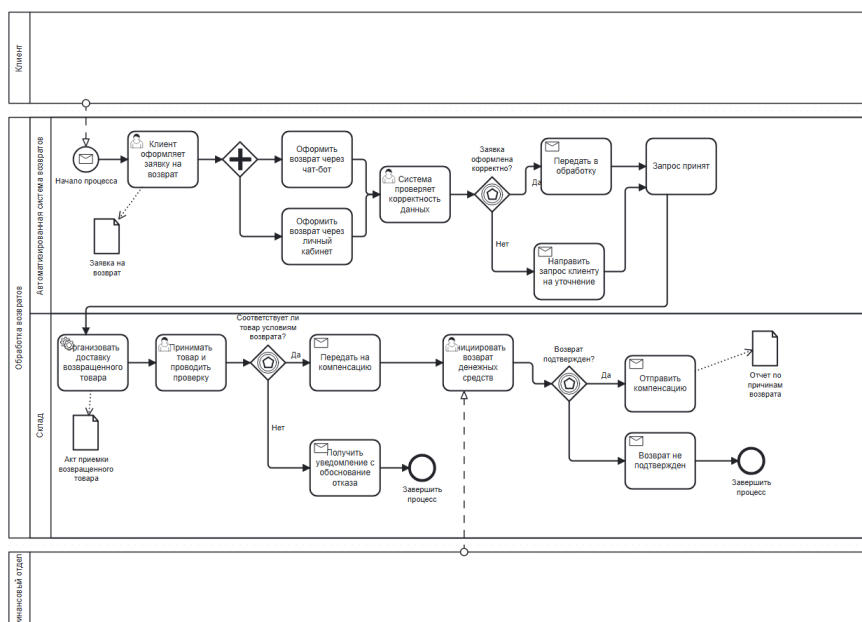


Рис. 7. Обработка возвратов товаров от покупателя поставщику/складу.

Business Model Canvas Остервальдера позволяет комплексно рассмотреть основные аспекты бизнеса, выявить ключевые направления развития и определить точки роста. Данная модель помогает не только оценить текущие бизнес-процессы, но и определить, какие элементы требуют модернизации. В частности, анализ цепочки создания ценности, структуры затрат и взаимодействия с клиентами позволяет разработать стратегию, направленную на повышение рентабельности бизнеса.

Методология as is и to be позволяет не только зафиксировать текущее состояние бизнес-процессов, но и разработать эффективные стратегии их трансформации. Анализ модели as is выявляет существующие проблемы и неэффективности, в то время как модель to be формирует видение будущих улучшений с учетом современных технологий и лучших практик. Этот подход особенно важен для электронной коммерции, так как позволяет компаниям быстро адаптироваться к изменениям на рынке и внедрять инновационные решения. Автоматизация процессов электронной коммерции с исполь-

зованием OMS, WMS, CRM, AI-решений и аналитических систем является важным фактором повышения эффективности бизнеса. Компании, активно использующие передовые технологии, могут снижать операционные затраты, улучшать точность прогнозирования спроса и повышать уровень клиентского сервиса. Интеграция IT-систем с логистическими платформами, маркетинговыми инструментами и аналитическими модулями позволяет создать единую экосистему управления бизнесом.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что оптимизация бизнес-процессов электронной коммерции – это не просто способ улучшить текущую операционную деятельность, а стратегическая необходимость для компаний, стремящихся к устойчивому росту и повышению конкурентоспособности. Использование методологии Остервальдера, анализ бизнес-процессов с позиции as is и to be, автоматизация и внедрение современных технологий создают основу для эффективного управления, снижения затрат и повышения удовлетворенности клиентов.

Библиографический список

1. Бариленко В. И. Бизнес-анализ : учебник. – М. : Кнорус, 2024. – 340 с.
2. Брикошина И. С., Трудаев А. М. Бизнес-процессы в электронной коммерции // Проблемы управления социальными и экономическими системами в современной России. – 2024. – С. 50–53. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=68514717>.
3. Бурмистров А. А., Климченко К. П. Бизнес-процессы в электронной коммерции // Наукосфера. – 2022. – № 12–1. – С. 447–456. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50179985>.
4. Бурцева К. Ю. Аналитический инструментарий для продвижении товаров на маркетплейсах // Экономические науки. – 2024. – 2(231).
5. Бурцева К. Ю. Направления повышения эффективности внутреннего контроля бизнес-процессов // Вестник Воронежского государственного аграрного университета. – 2021. – 1(68). – С. 151–159.
6. Бурцева К. Ю. Развитие учетного, аналитического и контрольного инструментария на основе XBRL технологий // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2020. – 3(59). – С. 94–98.
7. Бурцева К. Ю. Реализация стратегии посредством развития электронного бизнеса // Экономические науки. – 2024. – 6(235). – С. 45–49.
8. Бурцева К. Ю. Электронная коммерция как фактор глобализации бизнеса // Экономические науки. – 9 (238). – С. 33–36.
9. Костин К. Б., Субоч А. Н. Современные бизнес-модели электронной коммерции // Вопросы инновационной экономики. – 2020. – № 3. – С. 1623–1642. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44082136>.
10. Identifying Opportunities for Improving Business Processes within e-Commerce Companies: Evidence from Romania / G. Andrei [et al.] // Sciendo. – 2023. – P. 1362–1374. – URL: <https://intapi.sciendo.com/pdf/10.2478/picbe-2023-0122>.