

Е. Г. Матюшонок (СНИЛ «Гандаль»)

*Научный руководитель — кандидат экономических наук Р. П. Валевиц
БГЭУ (Минск)*

ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ: ОТ СТАНОВЛЕНИЯ К ИЗМЕРЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

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

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 %. По оценке специалистов по состоянию на начало 2019 г. рынок электронной коммерции в Республике Беларусь оценивается в 1,5 млрд руб., из них на продажу товаров и услуг приходится 88,2 %, онлайн-рекламу в соцсетях и на порталах — 3,8 %, доставку товаров — 7,6 %, оплату товаров и услуг с помощью электронных сервисов — 0,4 %. 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 %.

Создание интернет-площадок — это первый этап становления бизнеса. Далее необходимо научиться оценивать его эффективность. Важно не только зафиксировать состояние, но выявить проблемы в их развитии.

Опираясь на мировой опыт, используя систему показателей KPI (ключевые показатели эффективности), материалы интернет-магазина ЗАО «ИНТЕРКОС-МЕТИКА» 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).

Основные показатели работы интернет-магазина «Yves Rocher»

Показатель	2017 г.	2018 г.	Темп прироста, 2018 г. к 2017 г., %
1	2	3	4
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.

1	2	3	4
Брошенные корзины, %	35,9	20,2	-15,7 п. п.
Количество совершенных покупок, ед.	20 400	26 852	+31,6

И с т о ч н и к: собственная разработка на основе данных интернет-магазина «Yves Rocher», предоставленных сервисом Google Analytics.

Изучение полученных результатов (по показателям конверсии, среднего чека, процента отказа от покупки, брошенных корзин) позволило выявить проблемы в работе данного интернет-объекта. Такими проблемами стали: длительность по времени обработки и доставки заказа; медленная загрузка сайта; сокращение среднего чека; недостаточное рекламирование сайта интернет-магазина через социальные сети. Для определения возможностей устранения выявленных проблем была проведена экспертная оценка участия подразделений в поддержании интернет-магазина. Используя бальную оценку получены следующие результаты по отделам:

1. Отдел маркетинга и рекламы — 36 баллов из 40 нормативных;
2. Отдел логистики — 18 из 20 возможных;
3. Отдел продаж — 18 из 20;
4. Отдел информационных технологий — 20 из 25.

Оценив результаты балльной оценки становится ясно, что в первую очередь 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.

И с т о ч н и к

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