

Курсовая работа на тему: «Особенности управления интернет-компаниями (на примере маркетплейса Озон)»

Проектная глава курсовой работы:

ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЕЙ ПАО «OZON HOLDINGS PLC»

3.1. Основные пути улучшения деятельности маркетплейсов на рынке электронной коммерции

3.2. Мероприятия по совершенствованию управления интернет-компанией ПАО «Ozon Holdings PLC»

ГЛАВА 3. ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНТЕРНЕТ-КОМПАНИЕЙ ПАО «OZON HOLDINGS PLC»

3.1. Основные пути улучшения деятельности маркетплейсов на рынке электронной коммерции

Для того, чтобы определить направления для улучшения деятельности маркетплейса «OZON» рассмотрим основные стратегические направления и преимущества отечественных и зарубежных маркетплейсов, таблица 3.1.

Таблица 3.1- Стратегические направления и преимущества наиболее популярных зарубежных и отечественных маркетплейсов

№ п/п	Маркетплейсы	Стратегии/преимущества
1	Wildberries	Наличие собственных складов, высокая скорость доставки, постоянная система скидок, тестируется доставка дронами
2	Amazon	Осуществляется доставка дронами, применяется голосовой помощник, компания развивается по нескольким направлениям, применяет стратегию слияния и поглощения, имеется онлайн аптека, осуществляется производство и обслуживание своих мобильных роботизированных систем исполнения , постоянная система скидок и др.
3	Яндекс. Маркет Яндекс. Лавка Яндекс. Еда	Имеется функция: «Закажите обратный звонок»; сообщить о снижении цены, функция «Кредит», применяется голосовой помощник Алиса, робот-курьер Ровер «Яндекса» осуществляет доставку товаров и продуктов. Компания Яндекс развивает сразу несколько маркетплейсов. Яндекс. Лавка осуществляет доставку продуктов из различных магазинов, Яндекс. Еда доставляет блюда из ресторанов и др.
4	СДЭК. Маркет	Своя логистика
5	СберМегаМаркет	Возможны покупки в рассрочку от «Покупай со Сбером», а в приложении «Салют» можно заказать товары маркетплейса с помощью голосового помощника. Существует несколько схем работы: витрина+ фулфилмент, витрина+доставка, закажи и забери, доставка силами продавца. Осуществляется доставка продуктов на дом и в офис
6	Walmart	Применяется голосовой помощник, имеется кнопка «купить прямо сейчас»-товар по очень низкой цене, осуществляется доставка дронами

Наиболее интересными направлениями в развитии маркетплейсов являются: доставка дронами, голосовые помощники, внедрение роботизации в доставке продуктов и товаров. Рассмотрим кратко некоторые направления.

1) Доставка дронами. Маркетплейс Wildberries пока не использует доставку дронами, но начала тестирование беспилотников, способных переносить малогабаритные грузы. Wildberries начала проводить тестовые полеты беспилотных летательных аппаратов, предназначенных для доставки заказов в труднодоступные регионы страны. Испытания проводятся в Подмоскowie, а потом продолжатся в Иннополисе (Татарстан). [25]

Для транспортировки малогабаритных грузов тестируются дроны с дальностью полета 300 км и максимальной полезной нагрузкой 200 кг. В зависимости от модели беспилотные летательные аппараты работают как на бензиновом двигателе, так и с помощью перезаряжаемого аккумулятора.

Использование дронов, работающих от аккумуляторов, позволяет снизить углеродный след. Кроме того, доставка заказов дронами дает возможность уменьшить объем упаковки, которая используется при транспортировке товара на большие расстояния. [25]

Кроме Wildberries, доставка дронами осуществляется у маркетплейсов Walmart и Amazon, рисунок 3.1.

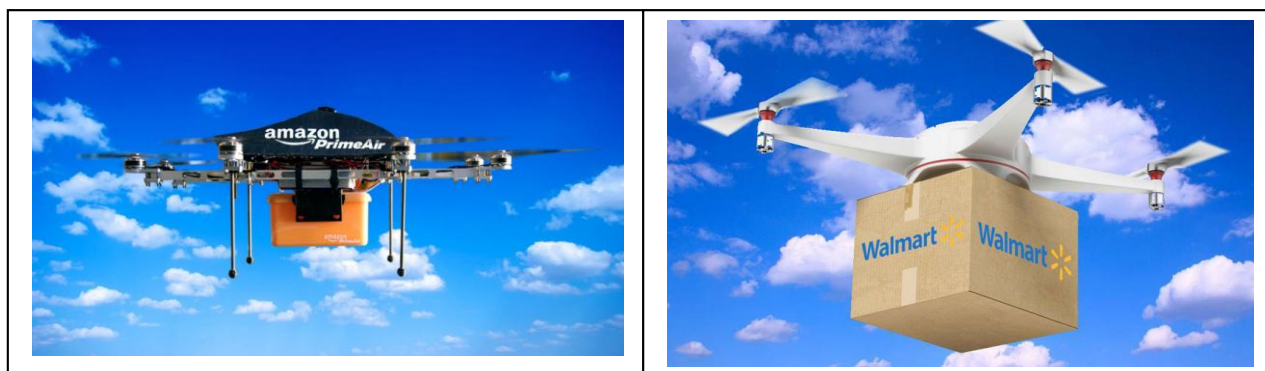


Рисунок 3.1- Фото- доставка дронами маркетплейсов Walmart и Amazon

2) Голосовые помощники. В настоящее время применяются голосовые помощники как на русском, так и на английском языке. [21]

2.1) Алиса от «Яндекса». Самый популярный в русскоязычном пространстве голосовой помощник. Встроенная в умную колонку Алиса отличается дерзким характером. В ответ на ваш вопрос или просьбу она может пошутить, переспросить и даже обидеться. При этом Алиса легко и

быстро справляется со своими задачами и находит максимально точные ответы на разные вопросы.

2.2) Салют от «Сбера». У этого голосового помощника есть три разных голоса на выбор - один мужской и два женских - Сбер, Афина или Джой. Если первые два общаются интеллигентно и по делу, то Джой, «прошедшая» курс русской литературы, способна пошутить и просто поболтать.

2.3) Alexa от Amazon. Англоговорящий помощник, мало представленный в России. [21]

3) Роботизация в доставке продуктов и товаров.

В ноябре 2019 года. Яндекс представил свое новое изобретение - робот-курьер по имени Ровер. Это «самодвижущаяся тележка» с шестью колесами, отсеком для груза и множеством встроенных датчиков. Первые тестовые прототипы использовались для доставки документов в кампусе самого «Яндекса». На втором этапе эксперимента такие роботы перевозили почту в бизнес-центре «Сколково». Проект развивается, и в 2021 году Роверы (уже I и II поколений) доставляют заказы из кафе, ресторанов в «Яндекс.Еде» и продукты из магазинов «Яндекс.Лавка» в нескольких районах Москвы и в небольшом, но очень густонаселенном городке Мурино Ленинградской области, совсем рядом с Санкт-Петербургом. Фото робота-курьера по имени Ровер представлено на рисунке 3.2. «Яндес.Ровер» - это по сути беспилотный автомобиль небольших размеров, предназначенный для гиперлокальной доставки заказов в пределах нескольких кварталов города по маршруту кафе (магазин) - жилой дом.

В корпус робота-курьера встроены компьютер, двигатель, аккумулятор, камеры, радары, парктроники, лидар и отсек для груза (сопоставимый по своим размерам с заплечными сумками, которые возят курьеры сервисов доставки типа Delivery Club). Робот функционирует в полностью автономном режиме. После получения заказа он сам составляет себе маршрут движения (с помощью внесенных в память компьютера подробных двухслойных карт

из объемного снимка обслуживаемого района, дополненных дорожной разметкой), распознает объекты вокруг себя, объезжает препятствия, пропускает прохожих и автомобили, проезжает регулируемые и нерегулируемые перекрестки, преодолевает небольшие препятствия и может даже «вскарabкаться» на небольшие бордюры. [18]

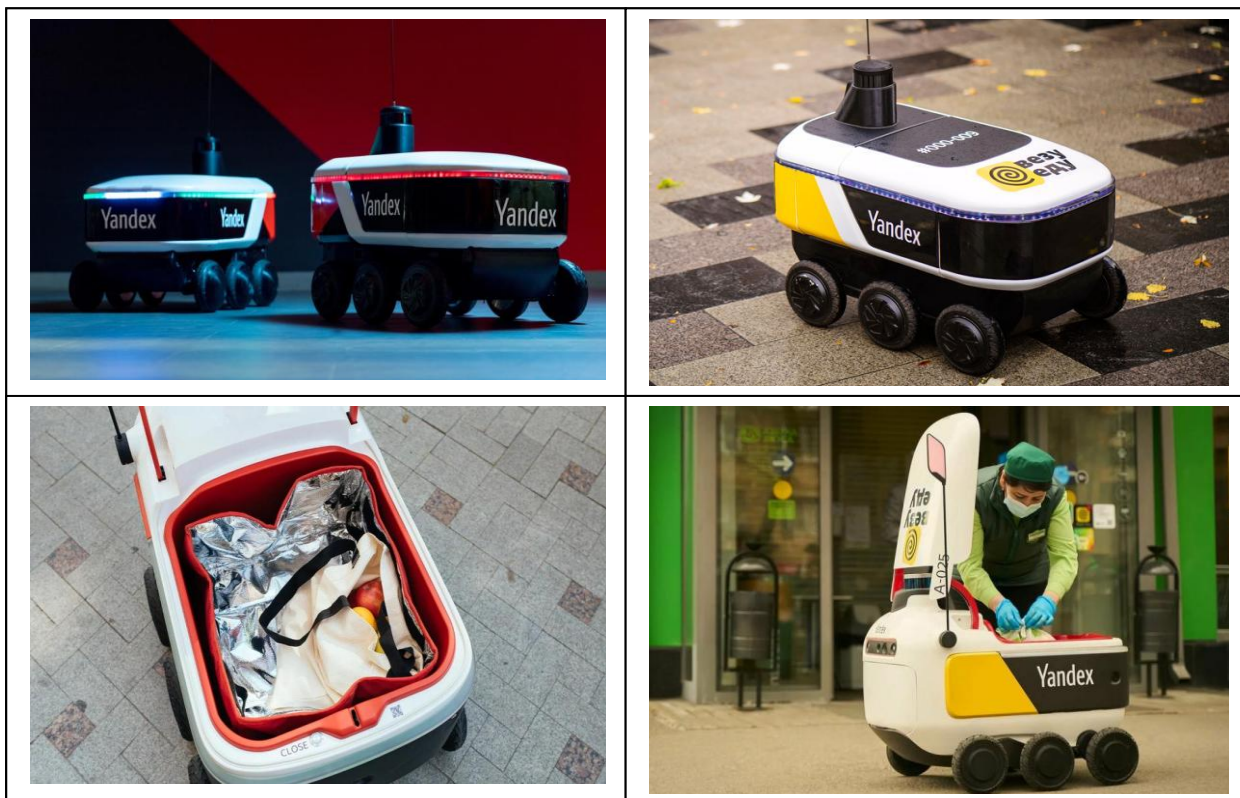


Рисунок 3.2- Фото робота-курьера по имени Ровер от Яндекса[18]

Весит робот приблизительно 70 килограмм, развивает максимальную скорость в 8 километров в час и без подзарядки может работать до 10 часов.

Они могут доставлять заказы в любое время суток и в любое время года, но, понятно, что в районе работы роботов-доставщиков должна быть хорошая инфраструктура (наличие «приличных» тротуаров, отсутствие больших и глубоких ям на придомовой территории, плавные съезды с тротуара на пешеходные переходы и т.д.). Так что в ближайшие годы (а скорее всего и десятилетия) роботы-доставщики не смогут полностью лишиться работы «людей-курьеров». Да, они займут свою небольшую нишу, могут немного потеснить в некоторых, особо благоустроенных, районах крупных городов. [18]

Процесс заказа и доставки выглядят следующим образом:

Заказ клиентом осуществляется с помощью приложения (Яндекс.Еда или Яндекс.Лавка). Выбирается опция «Хочу Яндекс.Ровер». После получения заказа из системы робот подъезжает для загрузки заказа. Официант (или работник магазина) собирает и загружает заказ в отсек Яндекс.Ровера и робот отправляется в адрес, указанный при оформлении заказа. Передвижение робота с заказом и время до прибытия робота клиент видит в приложении в режиме реального времени.

Когда Яндекс Ровер подъезжает к подъезду дома, из которого поступил заказ, клиенту необходимо спуститься и выйти во двор, ведь Ровер не может (по крайней мере пока) открывать двери и подниматься по лестнице.

Клиент подходит к роботу, кликает по кнопке в приложении и крышка грузового отсека открывается. В течение 20 секунд крышка грузового отсека будет открыта, через 20 секунд крышка грузового отсека автоматически закрывается (закреть крышку вручную раньше сам может заказчик, извлекая заказ из отсека). [18]

Итак, выше были кратко рассмотрены наиболее перспективные направления в развитии маркетплейсов. Для того, чтобы определить пути улучшения работы интернет-компании «Озон» перейдем к следующему параграфу курсовой работы.

3.2. Мероприятия по совершенствованию управления интернет-компанией ПАО «Ozon Holdings PLC»

В настоящее время существует не мало направлений, которые могли бы улучшить работу маркетплейса. Изучив опыт различных маркетплейсов, для интернет- компании «Озон» можно было бы порекомендовать несколько направлений для совершенствования работы маркетплейса. В частности это могут быть следующие: Расширение ассортимента – доставка блюд из ресторанов; Внедрение голосовых помощников; развитие оптовых

маркетплейсов в сегменте B2B; осуществлять доставку дронами; внедрение роботизации в доставке товаров. При этом, целесообразно все мероприятия осуществлять в течении трех периодов: в краткосрочной(в течении 1 года), среднесрочной (в течении 3-4 лет) и долгосрочной перспективе(в течении 5-6 лет), таблица 3.2.

Таблица 3.2- Мероприятия по совершенствованию системы управления интернет-компанией «Озон»

№ п/п	Периоды	Мероприятия
1	Краткосрочный период	Внедрение голосовых помощников
2	Среднесрочный период	Расширение ассортимента –доставка блюд из ресторанов; развитие оптовых маркетплейсов в сегменте B2B;
3	Долгосрочный период	Осуществлять доставку дронами; Внедрение роботизации в доставке товаров

В краткосрочной перспективе целесообразно внедрение голосовых помощников в работе маркетплейса. В среднесрочной перспективе необходимым будет открытие маркетплейса. Который будет ориентирован на оптовых потребителей (B2B), а также маркетплейс по доставке продуктов и блюд из различных ресторанов, как это в настоящий момент осуществляется в Яндекс. Еде и Яндекс. Лавке. В настоящее время маркетплейсов, ориентированные на розничного потребителя на много больше, чем для оптовых. Поэтому это направление еще слабо развито. Также не так много маркетплейсов по доставке блюд из ресторанов. Это также можно считать перспективными направлениями на рынке электронной коммерции.

В долгосрочном периоде целесообразно совершенствовать деятельность компании «Озон» путем внедрения роботизации и доставку товаров дронами. Все выше перечисленное позволит повысить и качество обслуживания потребителя в сети Интернет. Крайне сложно прогнозировать эффективность тех или иных мероприятий, однако, стоит попробовать дать прогнозные значения по мероприятию- внедрение голосовых помощников. Голосовые помощники выполняют множество функций, при этом с помощью

голосового помощника совершается определенный процент покупки тех или иных товаров в сети Интернет. Рассмотрим подробнее.

Голосовой помощник может взять на себя целый ряд функций по общению с потенциальными клиентами, тем самым разгрузив специалистов клиентской службы компании. Или даже использовать возможности сервиса для ненавязчивой нативной рекламы продуктов и услуг. Основные функции голосового помощника представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3- Основные функции голосового помощника в работе интернет- магазина и маркетплейса[24]

№ п/п	Функции	Описание функции
1	Доставка и заказ	Службы доставки, интернет-магазины и торговые площадки. Голосовой помощник оформит заказ, уточнит адрес и время доставки. А также поможет клиенту в выборе, познакомит с ассортиментом, сопутствующими товарами и акциями. Поможет с отслеживанием статуса заказа.
2	Онлайн-каталоги	Знакомство с ассортиментом – в режиме диалога с голосовым помощником или с переходом пользователя на сайт. Подбор товара по заданным параметрам (с учётом индивидуальных пожеланий клиента). Информирование о характеристиках товара.
3	Акции и скидки	Если потенциальный клиент ищет выгодные предложения товаров или услуг, можно прорекламировать ему свои акции и скидки. Голосовой помощник позволит не запутаться в разнообразии и вариативности промо-акций. А также показать ссылку на сайт или страницу в соц.сетях.
4	Консультации	Если менеджеры уже устали отвечать на одни и те же вопросы несколько раз в день, или оплата услуг call-центров расходует бюджет. Чат-бот легко возьмет на себя ответы на типовые вопросы потенциальных клиентов. А при необходимости предложит пообщаться со специалистом напрямую.
5	Техподдержка	Специалисты технической поддержки часто общаются с потенциальными клиентами по достаточно типовым проблемам, имеющим типовые решения; и по стандартным сценариям, которые легко автоматизировать. Это задача легко решается с помощью разработки специального навыка голосового помощника.
6	Счета и оплата	Выставление счетов и онлайн-платежи – в том числе, с переходом на сайты платёжных систем. Или заполнение под диктовку голосовому помощнику платёжных реквизитов и формирование готового счёта в формате PDF – с возможностью скачать документ или отправить на e-mail.
7	Опросы и анализ	Современный маркетинг невозможен без исследований и анализа поведения потребителей, их потребностей. В интерактивном режиме можно узнать мнение потенциальных клиентов о товарах и услугах. Для созданного навыка доступны статистика запросов и история сообщений.

Конечно же, это далеко не полный список возможностей, которые даёт бизнесу разработка навыка для голосового помощника. Кроме того,

например, голосовой помощник способен рассказать потенциальным клиентам о бренде и истории компании, провести обзор товаров и услуг или даже поиграть с пользователем.

Итак, выше были кратко рассмотрены некоторые функции, которые способен осуществлять голосовой помощник. Отметим, что голосовой помощник является достаточно эффективным мероприятием для интернет-магазина или маркетплейса.

С помощью голоса люди приобретают недорогие и простые в плане сценария покупки товары. По данным OC& C Strategy Consultants, продукты - это 20,0% от всех голосовых продаж, развлечения (игры, контент, билеты, книги) - 19,0%, товары для дома и электроника - 17,0% (а одежда, например, всего 8,0%), рисунок 3.3.



Рисунок 3.3- Процент продаж, осуществляемых с помощью голоса[21]

Для более дорогих или более сложных товаров и услуг - бытовой техники, одежды, авиабилетов - людям всё ещё нужно визуальное подкрепление. В компании Just AI перспективы голосовых продаж через «умные» колонки связывают с «умными» экранами, которые позволяют реализовать более сложную механику голосовых навыков.

Таким образом, голосовой помощник способен увеличить продажи товаров среднем на 15,0%. Стоимость голосовых помощников не является не реальной, это может позволить себе даже небольшая компания. А эффективность может быть увеличена в разы. Можно предположить, что

если продажи маркетплейса увеличатся на 15,0% после внедрения голосового помощника, то объемы выручки составят 204947250,0 тыс. руб., рисунок 3.4.

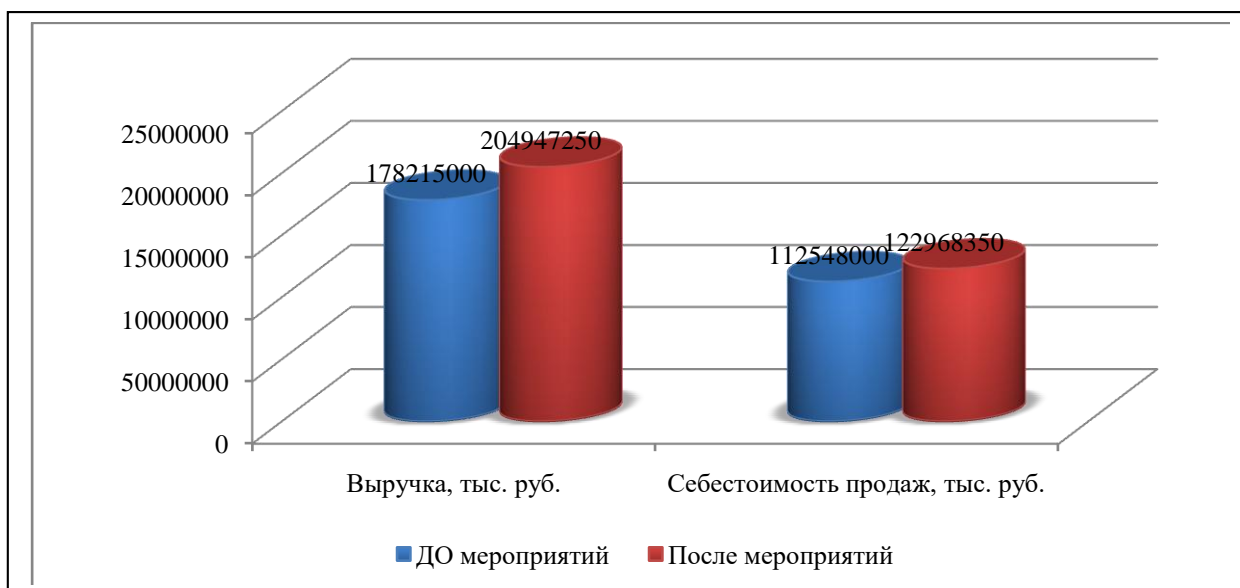


Рисунок 3.4- Объемы продаж и себестоимости продаж после проведения мероприятий маркетплейса «Озон»

Себестоимость продаж на протяжении нескольких лет в компании «Озон» колеблется в пределах от 60,0-70,0% от объемов продаж. Примем для расчета минимальное значение в 60,0%, при таком значении себестоимость продаж составит 122968350,0 тыс. руб. В результате данных мероприятий, валовая рентабельность (отношение валовой прибыли к объемам продаж) увеличится на 3,0% и составит 40,0%, рисунок 3.5.

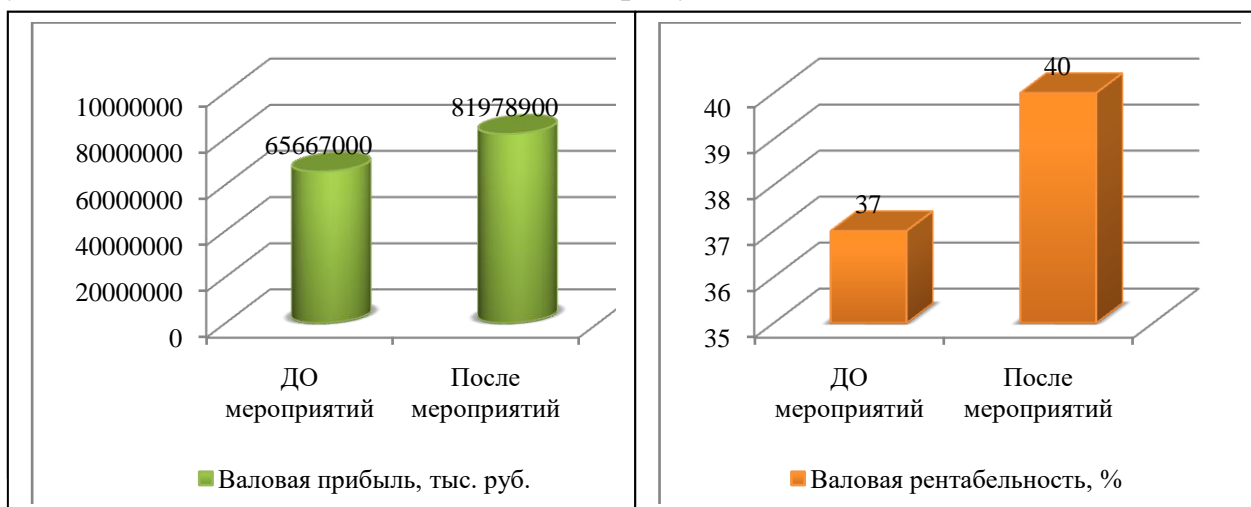


Рисунок 3.5-Валовая прибыль и валовая рентабельность до и после мероприятий маркетплейса «Озон»

Безусловно, что так как чистая прибыль компании «Озон» на протяжении последних лет имеет знак минус, то необходимо серьезно относиться к разработке и совершенствованию различных стратегий компании, которые будут существенно менять экономические показатели, прибыльность и доходность. На начальном этапе, в краткосрочной перспективе можно начать с внедрения голосового помощника, а также далее внедрять и другие мероприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Будущее маркетплейсов: куда движется e-commerce? [Электронная версия][Ресурс:https://www.retail.ru/tovar_na_polku/budushchee-marketpleysov-kuda-dvizhetsya-e-commerce/]
2. Где лучше продавать: в интернет-магазине или на маркетплейсе [Электронная версия][Ресурс: <https://www.insales.ru/blogs/university/internet-magazin-ili-marketpleys/>]
3. Десять технологий, которые изменят электронную коммерцию [Электронная версия][Ресурс: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/60ae425c9a7947e3e7969558>]
4. Ecommerce будущего - Маркетплейсы. Размещение и продвижение. Сравнение торговых площадок[Электронная версия][Ресурс: <https://vc.ru/u/646430-intervolga/255772-ecommerce-budushchego-marketpleysy-razmeshchenie-i-prodvizhenie-sravnenie-torgovyh-ploshchadok>]
5. Еремин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации : учебник / В.Н. Ерёмин. - М. : КНОРУС, 2019. - 648 с.
6. E-commerce в цифрах [Электронная версия][Ресурс: <https://constanta.co/news/20190108-e-commerce-v-tsifrakh>]
7. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва :Издательство Юрайт, 2020. – 301 с.
8. Как и что продавать на маркетплейсах[Электронная версия][Ресурс: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/kak-i-chto-prodavat-na-marketpleysakh>]
9. Ключевые тренды e-commerce: правила игры в 2022 году [Электронная версия][Ресурс:<https://admitad.pro/ru/blog/klyucheviye-trendy-e-commerce-2022>]

10. Менеджмент в интернете: что это такое? [Электронная версия][Ресурс: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/06/24/menedzhment-v-internete-chto-eto-takoe/?ysclid=ldmxu7h53g459467676>]
11. Мировой рынок e-commerce: развитие не остановить [Электронная версия][Ресурс: <https://journal.open-broker.ru/investments/mirovoj-rynok-e-commerce/?ysclid=ldjyxg1b9e655579783>]
12. Новая волна маркетплейсов в B2C: есть ли место новым игрокам? [Электронная версия][Ресурс: <https://www.retail.ru/articles/novaya-volna-marketpleysov-v-b2c-est-li-mesto-novym-igrokam/>]
13. Ozon: история создания и успеха Озон [Электронная версия][Ресурс: <https://lindeal.com/business/ozon-istoriya-sozdaniya-i-uspekha?ysclid=lcu87lcyim78212074>];
14. Официальный сайт маркетплейса Озон [Электронная версия][Ресурс: <https://www.ozon.ru/>];
15. Отчетность Ozon Holdings PLC [Электронная версия][Ресурс: <https://conomy.ru/investments/issuers/ozon/financial-statements?ysclid=lcu7ukop6d334923359>];
16. Обзор бизнеса OZON от А до Я [Электронная версия][Ресурс: <https://smart-lab.ru/blog/699636.php?ysclid=lcvks7ay3z144515494>];
17. Ozon объявляет результаты за четвертый квартал и аудированные результаты за полный 2021 год [Электронная версия][Ресурс: <https://corp.ozon.ru/tpost/xvthjo14y1-ozon-obyavlyayet-rezultati-za-chetvertii>];
18. Робот-курьер Ровер «Яндекса»: дорогостоящий проект с сомнительными перспективами или «убийца» профессии доставщиков и курьеров? [Электронная версия][Ресурс: <https://www.ixbt.com/live/car/rover-robot-kurer-ot-yandeksa-dorogostoyaschiy-proekt-s-somnitelnymi-perspektivami-ili-ubiysca-professii-dostavschikov-i-kurerov.html?ysclid=ldn09mu3t0413925009>]

19. Рейтинг маркетплейсов 2022: список лучших в России [Электронная версия] [Ресурс: <https://optomus.ru/blog/rejting-marketplejsov-rossii/>]
20. Рынок e-commerce в России: анализ, прогнозы и потенциал для бизнеса [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.ashmanov.com/education/articles/rynok-e-commerce-v-rossii-analiz-prognozy-i-potentsial-dlya-biznesa/?ysclid=ldjypylxnk562200361>]
21. Торговля голосом. Как Алекса и Алиса меняют e-commerce [Электронная версия] [Ресурс: <https://sber.pro/publication/torgovlia-golosom-kak-aleksa-i-alisa-menaiut-e-commerce?ysclid=ldppsl45iq717472984>]
22. Что такое Электронная Коммерция: Руководство [Электронная версия] [Ресурс: <https://sendpulse.com/ru/support/glossary/ecommerce>]
23. Что такое маркетплейс и как понять, нужно ли туда вашему бизнесу [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.nic.ru/info/blog/marketplace/>]
24. Чем может быть полезен голосовой помощник Алиса для бизнеса? [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.mibok.ru/services/alisa-skills-for-business/?ysclid=ldppzlxsr757289515>]
25. Wildberries начала тестирование дронов для доставки заказов в труднодоступные регионы [Электронная версия] [Ресурс: <https://www.forbes.ru/tekhnologii/444095-wildberries-nacala-testirovanie-dronov-dla-dostavki-zakazov-v-trudnodostupnye-regiony?ysclid=ldoioue54q601082598>]
26. 8 видов маркетинговых стратегий электронной коммерции [Электронная версия] [Ресурс: <https://ivashovsv.ru/internet-marketing/marketingovye-strategii.html>]

ПРИЛОЖЕНИЯ