



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

**Тема: Сравнительный анализ условий и стратегий развития
российских и зарубежных маркетплейсов**
**Проектная глава ВКР: Пути совершенства стратегий развития
российского маркетплейса Wildberries**

- 3 Пути совершенства стратегий развития российского маркетплейса Wildberries
- 3.1 Поиск основных путей совершенствования стратегий развития маркетплейса Wildberries
- 3.2 Совершенствование стратегий развития маркетплейса Wildberries
- 3.3 Экономическая эффективность стратегических направлений маркетплейса Wildberries

3 Пути совершенения стратегий развития российского маркетплейса Wildberries

3.1 Поиск основных путей совершенствования стратегий развития маркетплейса Wildberries

Поиск основных путей совершенствования стратегий маркетплейса следует рассматривать с технологий, которые позволят ведущим маркетплейсам выиграть в конкурентной борьбе. Пять лучших технологий: 1) голосовой поиск; 2) искусственный интеллект; 3) 3D-обзоры; 4) progressive Web App; 5) блокчейн в мобильных платежах, рисунок 3.1. Рассмотрим кратко эти технологии. [45]

1) Голосовой поиск. К концу 2022 года объём продаж voice commerce в США подойдёт к 40 млрд. долларов. Исследование Stone Temple показывает, что почти четверть покупателей предпочитают искать товары с помощью голоса. Специально для этого были придуманы Dragon Naturally Speaking, Dragon Anywhere, Google Now - многие из них уже встроены в маркетплейсы. Благодаря Alexa сейчас в этой нише лидирует Amazon с 64,4% доли рынка США. Он же позволяет распознавать голос через Amazon Seller Central. [45]

Голосовой поиск теперь заточен на разговорные фразы вроде «Где я могу купить подарок на Новый год?», более живые, непохожие на поисковые запросы. Конечно, больше всего он пригодится, когда нужно заказать что-то срочно из того ассортимента, что есть поблизости. Идеальный контент для клиентов помогут создать ответы на пять вопросов: кто, что делает, где, когда и почему. Например, «онлайн-магазин фитнес-гаджетов с доставкой по Москве».

В России голосовой поиск уже активно используется: например, за это отвечают Алиса на Яндекс.Маркете и Yandex SpeechKit в терминалах Ситилинк в Новосибирске. Мобильное приложение торгового центра Мега

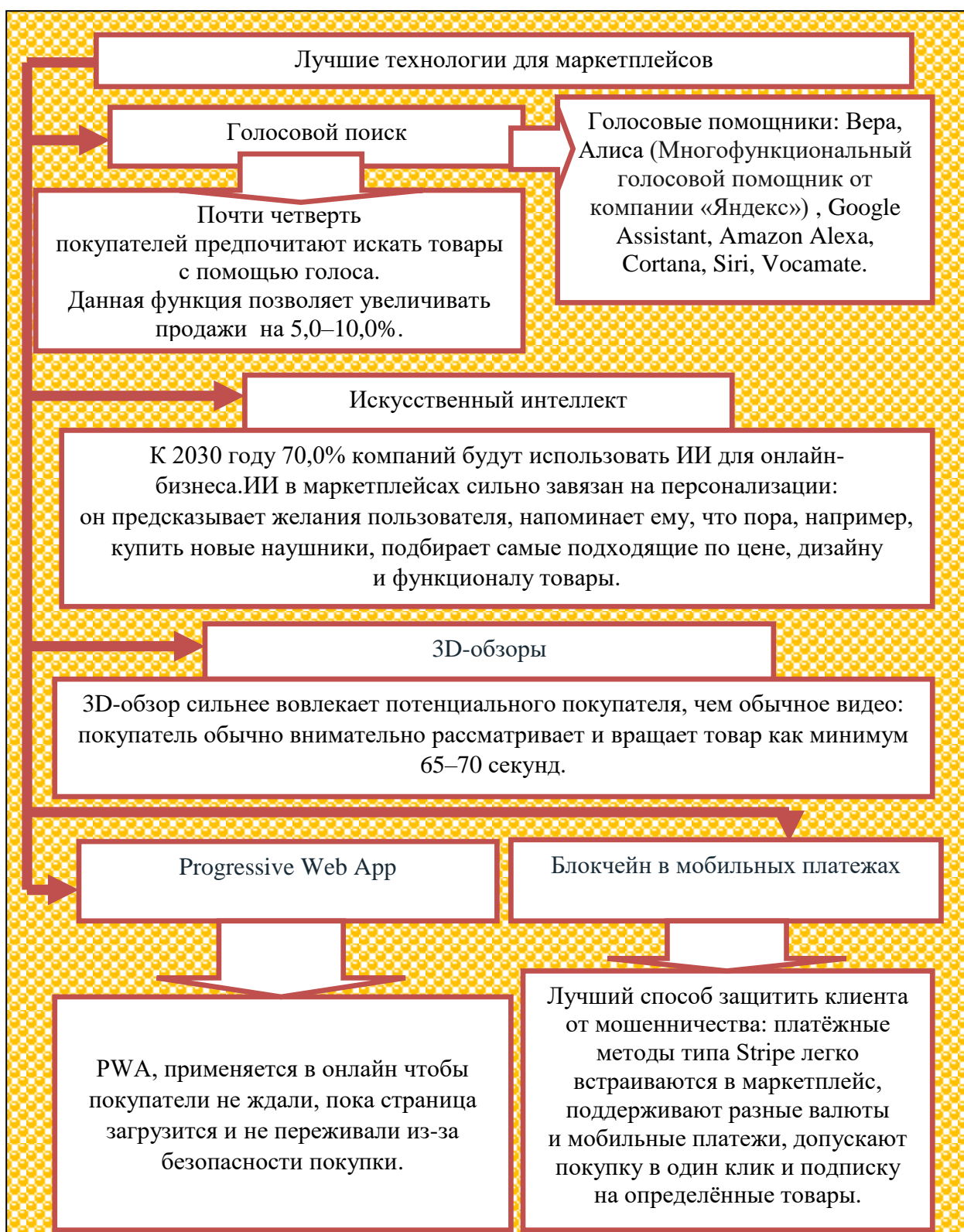


Рисунок 3.1- Лучшие технологии, которые позволят ведущим маркетплейсам выиграть в конкурентной борьбе

Источник: Составлено автором на основании: Топ-5 технологий, которые позволят маркетплейсу конкурировать в нише бытовой техники и электроники[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.cossa.ru/trends/279431/>(дата обращения 03.05.2022)

от Mobile Dimension также ищет сервисы, магазины, акции и скидки с помощью голосового поиска. Благодаря этим сервисам искать товар намного проще, а продажи растут на 5,0–10,0%. В настоящее время разработаны и функционируют несколько голосовых помощников для бизнеса: Вера, Алиса (Многофункциональный голосовой помощник от компании «Яндекс»), Google Assistant, Amazon Alexa, Cortana, Siri, Vocamate.

2) Искусственный интеллект. К 2030 году 70,0% компаний будут использовать ИИ для онлайн-бизнеса. И на самом деле не зря: ведь он может сам сортировать товары, делает картинки чёткими и яркими, переводит переписку и описания товаров автоматически и советует клиентам то, что им скорее всего понравится. ИИ в маркетплейсах сильно завязан на персонализации: он предсказывает желания пользователя, напоминает ему, что пора, например, купить новые наушники, подбирает самые подходящие по цене, дизайну и функционалу товары. [45]

Такой подход помог маркетплейсу Overstock увеличить выручку на 23,0%. ИИ отмечал клиентов, которые хотели купить товар, и составлял для них персонализированные предложения. Предсказывать действия потребителя помогают машинное обучение, чат боты, персонализированный шопинг, отслеживание привычек потребителя, автоматизированные описания товаров -этимися технологиями пользуются уже 49,0% маркетологов (по данным Salesforce). Давать хорошие советы искусственному интеллекту помогают вишлисты, тренды и предыдущие покупки. Некоторым игрокам такие рекомендации помогают получить почти половину продаж (до 40,0%).

Контент должен быть самым лучшим всех отношениях, и в этом тоже может помочь искусственный интеллект. Например, Ебай использует для описания товаров ИИ, который предварительно изучил 130 млн. изображений в 16 тысячах категорий.

ИИ-сервисы можно использовать для разных целей: например, Market Brew следит за поисковиками и быстро меняет SEO-стратегию, Blueshift

ищет маркетинговый подход к каждому пользователю в зависимости от его действий, а Zoomph анализирует поведение аудитории и показатель ROI в социальных сетях.

В России чат-бот на основе ИИ повышает лояльность клиентов и сотрудников и положительно влияет на конверсию. Shipit.to использует предсказательную аналитику для отслеживания грузов. Smarsy работает над умным зеркалом, которое следует принципу win-win: пользователи могут тестировать косметику с помощью дополненной реальности. В Texel разрабатывают умную примерочную, которая анализирует 130 показателей, чтобы подобрать именно тот размер, который сядет как влитой.

В российском маркетплейсе Cleverbots, который занимается разработкой искусственного интеллекта, уже есть минимально жизнеспособный продукт (MVP), который может тестировать гипотезы по внедрению речевых технологий, анализа данных, NLP, чат-ботов и компьютерного зрения в бизнесе. Чат-бот и персональный ассистент Билайна в сервис-маркетплейсе уже несколько лет развлекает пользователей - приглашает в кино, в салоны красоты, помогает доставить продукты. Делает он это с помощью предиктивной аналитики и технологий машинного обучения. Примеров использования искусственного интеллекта в электронной коммерции не мало, наиболее интересное представлены в Приложении Д. [17]

3)3D-обзоры. 3D-обзор сильнее вовлекает потенциального покупателя, чем обычное видео: покупатель обычно внимательно рассматривает и вращает товар как минимум 65–70 секунд. В результате посетитель останется на странице с товаром в полтора раза дольше и скорее захочет что-то купить. Если в камере нет подходящих разъемов, её придётся вернуть. 3D-обзор позволяет подробно рассмотреть гаджет и убедиться в том, что с ним всё в порядке, потребителя устраивает дизайн и функциональность.

По результатам А/В-тестирования в компании «Связной» покупатели, которые посмотрели 3D-обзор выбранного товара, покупали товар на 7,0%

чаще, чем те, кому 3D-обзор не показывали. При этом в сегменте техники и портативной электроники благодаря 3D-обзорам конверсия увеличилась более чем на 10,0%. В Эльдorado и М.Видео клиенты, которые кликнули уже на 3D-фото, покупали товар на 30,0% чаще.

Хорошая визуальная информация сильно повышает лояльность аудитории. Клиенты на 57,0% меньше сомневаются при покупке, а потому и возвращают товар реже. Детальные обзоры в магазинах Ise.com и The Simply Group уменьшили количество возвратов на 25,0%.

В России компания похожую технологию использует Carrasity. Они разрабатывают 3D и AR для интернет-ритейлеров и виртуальные шоу-румы для байеров. Благодаря этой технологии конверсия ЦУМ растёт на 40,0%, а вовлечённость пользователей - в два-пять раз. [45]

4) Progressive Web App. PWA - это мобильный интерфейс, который не нужно скачивать. При этом он обладает всеми преимуществами приложения: присылает push-уведомления и доступен офлайн.

Онлайн-магазин George.com начал использовать PWA, чтобы покупатели не ждали, пока страница загрузится и не переживали из-за безопасности покупки. В результате страница стала загружаться в 3,8 раза быстрее, конверсия выросла на 31,0%, и пользователи стали просматривать на 20,0% больше страниц каждый раз.

Новый сайт и PWA в интернет-магазине La Nature уменьшили скорость загрузки страницы до 0,1 секунды и увеличили конверсию с 0,74 до 1,22%. К тому же, пользователи стали просматривать на 30,0% больше товаров.

Отметим, что в начале, до установки PWA, маркетплейс AliExpress не пользовался популярностью у пользователей. Приложение скачивали очень мало. После установки PWA маркетплейсом стали пользоваться на 104,0% больше пользователей, конверсия увеличилась на 84,0%, а пользователи стали проводить на странице на 74,0% больше времени. В маркетплейсе Trivago благодаря PWA вовлечённость пользователей

выросла на 150,0%, а в 5miles пользователи на 30,0% дольше оставались на сайте и в два раза реже возвращали товар.

5) Блокчейн в мобильных платежах. Блокчейн на данный момент - это лучший способ защитить клиента от мошенничества: платёжные методы типа Stripe легко встраиваются в маркетплейс, поддерживают разные валюты и мобильные платежи, допускают покупку в один клик и подписку на определённые товары. К тому же блокчейн-технологии умеют награждать покупателя просто за то, что он сидит в интернете: дарят токены внимания как Brave или позволяют хранить данные и сдают их в аренду разным приложениям, когда нужно зарегистрироваться в нужном сервисе, как это делает Blockstack. IBM и Unilever используют блокчейн, чтобы быстрее согласовывать и выставлять счета без посредников и отслеживать попытки мошенничества со стороны рекламных площадок. [45]

Блокчейн очень сильно облегчает и ускоряет процесс онлайн-покупок, поэтому им всё активнее пользуются интернет-гиганты в России и других странах. Так, IBM сотрудничает с разработчиком Mediaocean, который планирует заказы и размещает их, выставляет счета и покупает рекламные места на основе базы данных из 5 тысяч издателей. В Сколково разрабатывается блокчейн-платформа для факторинга, которая позволяет заказывать товары с отложенным платежом. Похожей технологией уже пользуются, например, Сбербанк и М.Видео.

Пока законодательство в области криптовалют не до конца урегулировано, использование блокчейна в онлайн-торговле связано с рисками. Например, сейчас Минфин обсуждает новые поправки, которые вводят штрафы и уголовную ответственность за неотчётность по криптовалютам. Неясно, как точно будут применяться санкции и в каких случаях и какую информацию нужно передавать: например, можно ли использовать токены в качестве баллов лояльности, если их не пускают в оборот вне внутренней системы магазина. С апреля 2022 года владельцы криптовалют должны будут

отчитываться перед налоговой, если за год они провели операции с криптовалютами на сумму в 600 тысяч рублей. Осложняет ситуацию то, что рынок сильно волатилен и постоянно растёт.

И так, в 2022-2023 году e-commerce-тренды, сложившиеся под влиянием пандемии, продолжают укрепляться. Онлайн-игроки будут делать упор на персонализацию с вовлечением искусственного интеллекта, максимально простой процесс выбора товаров, в том числе с помощью сервиса подписки, использование дополненной и виртуальной реальности, максимально быстрый и простой процесс заказа, оплаты и доставки. Упор будет делаться не на привлечение новых клиентов, а на удержание существующих, например, с помощью CDP-платформ. Среди других важных тенденций - любые технологии, которые помогают создать эффект присутствия, например, 3D видео и онлайн-консультанты.

Кроме выше перечисленного для маркетплейсов не менее важным является доставка с помощью беспилотников (дронов). Беспилотные воздушные суда уже всю используют в коммерческих целях. По оценкам аналитического центра AeroNet, объем мирового рынка беспилотных воздушных судов в 2019 году превысил 14 млрд. долларов, а к 2024 году составит 43 млрд.долл. США при среднегодовом росте 20,5%. Interact Analysis прогнозирует, что к 2022 году в мире будет продано свыше 620 тысяч только коммерческих дронов (т.е. не считая потребительский сегмент), из них 12 тысяч - высокоавтономных аппаратов (оснащены функциями обнаружения на траектории полета и самостоятельного обхода препятствий; несколькими аварийными системами, так что если одна из них выйдет из строя, дрон все равно будет работать). Однако, сегодня эти цифры уже представляются заниженными. Федеральное авиационное управление США (FAA) признало, что оно недооценивало скорость распространения дронов: по его прогнозам, число коммерческих БВС в США должно было вырасти до

450 тыс. аппаратов к 2022 году, однако этот показатель был превышен уже в 2019 году. [14] [12]

Емкость российского рынка дронов составляет, по разным оценкам, от 5 до 10 млрд. рублей, на нем работают около 200 отечественных компаний. В основном они состоят из четырех-семи сотрудников и занимаются продажей импортных беспилотников либо их ручной сборкой на основе дешевых китайских комплектующих, предоставлением услуг по эксплуатации БВС, разработками программного обеспечения. Например, Екатеринбургская компания «Энергоскан», работая под брендом Terradrones и являясь официальным дистрибьютором китайской DJI, помимо собственно продажи БВС занимается обучением пилотов промышленных дронов и предоставляет услуги обследования при помощи беспилотников (построение 3D-моделей, тепловизионный контроль строительных объектов, обследование сложных инженерных сооружений). [12]

Крупных российских компаний (со штатом 100 и более сотрудников), занимающихся разработкой и производством дронов, единицы. Они базируются в Москве, Санкт-Петербурге и Ижевске. Так, ижевская ZALA Aero Group (входит в концерн «Калашников») помимо военных дронов выпускает беспилотники для коммерческого использования, в том числе конвертопланы и БВС вертолетного типа. [12]

Благодаря совершенствованию технических характеристик БВС и непрерывному расширению спектра навесного оборудования существуют уже десятки сфер коммерческого применения дронов. Из всего разнообразия наиболее перспективными считаются дистанционное зондирование и мониторинг Земли; перевозки; поиск и спасение; связь и телекоммуникации.

В сегменте перевозок реализуется ключевое технологическое преимущество дронов: возможность быстрой адресной индивидуальной доставки товаров и грузов непосредственно потребителю без использования традиционной транспортной инфраструктуры (дорожной сети, складских

терминалов, локальных дистрибьюторских пунктов, курьеров). В сфере доставки наиболее активно использует летающие беспилотники американский интернет-гигант Amazon. Компания отправляет грузы весом до 2,5 кг, коммерческая система транспортировок в США уже запущена. В Поднебесной у крупных интернет-магазинов также имеется авиапарк дронов, китайские компании вынуждены предварительно уведомлять военных о каждой доставке, однако это все равно менее хлопотно, чем отправлять грузы по дорогам. Время доставки при помощи БВС сокращается в два раза. Кроме того, это намного дешевле. Большинство дронов выдерживают вес около 15 кг и могут развивать скорость до 100 км/ч.

В России отдельные компании также пробуют использовать дроны в сфере доставки, но пока на уровне экспериментов. В 2014 году в Сыктывкаре «ДоДо Пицца» вместе с российским стартапом «Коптер Экспресс» осуществляли доставку пиццы дронами. Сбербанк попробовал в полете инкассаторский дрон. Он пролетел 10 км и успешно доставил деньги до места назначения (о преследовании со стороны государства не сообщается). В то же время дрон «Почты России» разбился во время тестовой перевозки груза (первый полет грузового беспилотника не состоялся из-за помех Wi-Fi-сетей).

А в Китае уже испытывают пассажирские БВС. Первый полет китайского дрона-такси с пассажиром на борту состоялся в начале 2018 года и прошел успешно. В мае 2020 года власти Поднебесной первыми в мире разрешили полеты тяжелых пассажирских дронов: китайский регулятор сертифицировал двухместный электрический беспилотник EHang 216 пока на полеты с грузом массой до 150 кг, но разрешение на пассажирские перевозки также ожидается в скором времени. В пассажирской модификации EHang 216 рассчитан на двух человек и оснащен восемью парами роторов, расположенными вокруг двухместной кабины. Его крейсерская скорость — 100 км/ч, аккумулятора хватает на 21 минуту полета. [12]

В России последовательно формируется нормативная база учета и использования летающих беспилотников. В 2019 году в стране закрепили необходимость их регистрации. В феврале 2020 года в целом закрепили права дронов в авиации. Такие механизмы получили официальное наименование - беспилотные воздушные суда. Им можно летать без специальных разрешений в зоне видимости управляющего оператора. В январе 2022 года были внесены изменения в Воздушный кодекс, уточняющие правила использования беспилотников. Новые нормы вступят в силу в сентябре 2022 года. В России появится законодательная база для учета беспилотных воздушных судов с максимальной взлетной массой до 30 кг.

На экспериментальные воздушные беспилотники, ввезенные в Россию или произведенные в стране, будут наноситься учетные опознавательные знаки, владельцы должны будут поддерживать летную годность беспилотников, а соответствие требованиям сертификационного базиса типовых конструкций беспилотников должен обеспечить их разработчик. На основе закона правительство установит порядок привлечения беспилотников к поисковым и аварийно-спасательным работам. Использование крупных коммерческих беспилотников массой выше 30 килограммов еще только предстоит отрегулировать.

По мнению экспертов, предстоит также урегулировать вопросы применения крупногабаритных беспилотников массой более 30 кг. Именно такие аппараты в основном используются для любых проектов коммерческих грузоперевозок и развития логистики в труднодоступных районах. Отрабатывать использование беспилотников в коммерческих целях предполагается с помощью экспериментального правового режима. Внедрять беспилотные авиасистемы будут в Томской области, Камчатском крае, Чукотском, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах.

Владельцы дронов в массой от 0,15 килограмма должны зарегистрировать свои беспилотные аппараты. Отведенный для этого срок истекает 27

мая 2022года. Изменения в Правила учета беспилотных гражданских воздушных судов были внесены постановлением правительства от 19 марта 2022 года. До этого в обязательном порядке регистрировать нужно было только беспилотники с максимальной взлетной массой от 0,25 до 30 килограммов. [10]

Теперь требование о регистрации беспилотников распространили и на более мелкие дроны массой от 0,15 килограмма. На регистрацию таких дронов отведено 60 дней с момента вступления в силу документа. Постановление правительства вступило в силу 29 марта 2022 года. Для регистрации владелец беспилотника должен представить в Росавиацию заявление. К заявлению нужно приложить фотографию дрона. В Росавиации поясняют, что представить заявление можно через Единый портал государственных услуг, портал учета беспилотных воздушных судов или обычным почтовым отправлением. [10]

Итак, законодательство о беспилотниках постоянно совершенствуется и изменяется, однако, беспилотные летательные аппараты (БПЛА) - набирают популярность в самых разных областях. Уже сейчас их в мире больше 6 млн., а к 2031 году станет еще больше - до 16 млн. Поэтому применение дронов в логистике маркетплейсов также является одним из важнейших трендов.

Кроме дронов, искусственного интеллекта, голосовых помощников и прочих выше перечисленных трендов, не менее важным направлением на рынке маркетплейсов является маркетплейсы в сегменте B2B. Вслед за B2C сегментом модель маркетплейсов активно развивается и в B2B. Ритейлеры и поставщики ищут максимально эффективные и удобные способы закупки товаров.

Сейчас B2B-площадки воспринимаются как дополнение или альтернатива офлайну, и только для некоторых поставщиков - это основной инструмент. Главное удобство таких платформ для бизнеса- все необходи-

мые услуги находятся в одном месте: электронный документооборот и интеграции с кассовым оборудованием и товароучетными системами, категорийный менеджмент. B2B-маркетплейсы избавили клиентов от необходимости ездить на закупки и решать вопросы со складским хранением. Еще одно преимущество таких платформ для покупателей - возможность познакомиться не только с сетевиками, но и с небольшими производителями. Клиенты получают доступ к широкому ассортименту, а продавцы - возможность конкурировать с лидерами рынка. В функционал B2B-маркетплейсов часто входит аналитика, как и в случае с B2C-маркетплейсами: можно узнать свой оборот, посмотреть основные запросы, по которым идет поиск в системе, сравнить цены с другими внутри сервиса, чтобы выстроить корректную стратегию.

Развитие электронной коммерции провоцирует появление новых B2B-маркетплейсов, которые в свою очередь положительно влияют на общее состояние e-commerce. В перспективе нескольких лет можно ожидать, что B2C-маркетплейсы будут добавлять B2B-опции в свой функционал из-за тенденции к формированию экосистем в российском ритейле. Несмотря на то, что рынок маркетплейсов в сегменте B2B еще только начинает развиваться, тем не менее они есть, наиболее популярные из них представлены в Приложении Б.

Сейчас большие B2C-компании, такие как Яндекс, Ozon, активны на рынке и ожидается, что в ближайшее время они будут выходить и в B2B-сегмент. Таким образом, любой маркетплейс, в том числе и Wildberries может следовать всем выше перечисленным трендам рынка маркетплейсов, это позволит ему повысить конкурентные преимущества и долю, занимаемую на рынке. Для того, чтобы подробнее описать совершенствование стратегий, перейдем к следующему параграфу исследования.

3.2 Совершенствование стратегий развития маркетплейса Wildberries

Любой маркетплейс, чтобы выдерживать конкурентную борьбу должен постоянно совершенствовать свои стратегии, не исключением является и Wildberries. Рассмотренные выше тренды маркетплейсов позволяют наметить основные стратегические направления для Wildberries. В частности, целесообразно развиваться данному маркетплейсу по нескольким направлениям: совершенствование стратегии качества (внедрение искусственного интеллекта, голосового помощника, улучшения различных функций в карточках товара)), стратегии продвижения (организация беспилотной доставки товаров с помощью дронов), формирование стратегии слияния и поглощения (путем приобретения маркетплейса в сегменте B2B и иных аналогичных компаний), рисунок 3.2.

Рассмотрим подробнее мероприятия, направленные на совершенствование стратегий маркетплейса Wildberries.

1) Совершенствование стратегии качества маркетплейса Wildberries.

Прежде, чем описать мероприятия по стратегии качества, отметим, что Маркетплейс не мало делает, для повышения качества работы. Совсем недавно, в апреле 2022 года Wildberries принял важное решение для всех покупателей, проживающих на российской территории. Отныне абсолютно все заказы, вне зависимости от их стоимости и того, кто выступает их продавцом, можно будет отменить. Подобная возможность стала доступна всем покупателям из РФ с 4 апреля 2022года, а появится она в случае, если происходит длительная задержка в отправке. В таком случае можно нажать на кнопку «Отменить», чтобы получить возврат денежных средств на банковскую карту или банковский счет. При этом возврат обычно занимает всего несколько дней, то есть денежные средства возвращаются обратно на счет максимально быстро. Иногда возврат происходит менее чем за 12 часов.



Рисунок 3.2- Совершенствование и формирование стратегий маркетинга Wildberries

Источник: Составлено автором на основании проведенного исследования

Подобное новшество означает, что теперь покупатели могут не ждать, пока продавец отправит те или иные товары, а просто отменить заказ, если вдруг что-то пошло не так, как было запланировано изначально. Новая возможность доступна всем пользователям Wildberries, в том числе тем, у которых совсем низкий процент выкупа товаров. Само собой, что при всем при этом каждый, кто воспользуется возможностью отмены, не понесет никаких прямых денежных расходов, потому что плата за такого рода действия не взимается, а никаких штрафных санкций на покупателя не накладывается, ведь его вины в том, что поставщик не отправил товар вовремя, явно нет и быть не может. В скором будущем подобную возможность обещают внедрить и для покупателей из других стран, где российский маркетинг доступен местному населению.

Однако, совершенствовать стратегию качества маркетплейса Wildberries целесообразно также и по другим не менее важным направлениям: внедрение искусственного интеллекта. Искусственный интеллект представляет собой не мало решений, для Wildberries можно порекомендовать: интеллектуальный анализ данных, голосовые боты и навыки, компьютерное зрение, чат-боты.

1.1)Интеллектуальный анализ данных. Data Science - это новый подход к анализу данных и извлечению из них ценной информации. Одно из самых популярных и эффективных направлений в этой области - машинное обучение (Machine Learning). Эта технология позволяет выявлять закономерности, недоступные при традиционном анализе данных. Анализ больших массивов данных открывает множество новых возможностей: создание рекомендательных систем; динамическое ценообразование, прогнозирование продаж и оптимизация ассортимента; мониторинг СМИ и социальных сетей; прогнозирование LTV и уменьшение оттока клиентов; сегментация клиентской базы; предсказание поломок и превентивное сервисное обслуживание, таблица 3.1.

1.2)Компьютерное зрение. Компьютерное зрение (Computer Vision, CV) - это область искусственного интеллекта, связанная с анализом изображений и видео. Методы CV используют в разных сферах - от маркетинга до контроля качества и охраны труда. Компьютерное зрение повышает эффективность работы ритейлеров и производителей путем осуществления следующих функций: мониторинг полок, управление спросом, проверка соответствия выкладки товаров планограммам, распознавание товаров по SKU, распознавание лиц, отслеживание поведения покупателей, офлайн-мониторинг цен конкурентов. Компьютерное зрение также осуществляет автоматизацию документооборота, путем: распознавания документов, выделение ключевых данных, занесение информации во внутренние системы, сверка документов,

автоматическое формирование писем и уведомлений и рассылка их контрагентам, оцифровка печатных документов.

Таблица 3.1- Возможности анализа больших массивов данных

№ п/п	Возможности	Характеристика возможности
1	Создание рекомендательных систем	Можно делать персонализированные предложения клиентам на основе истории их покупок и поведения на сайте.
2	Динамическое ценообразование	Система сама регулярно будет обновлять цены в диапазоне установленной маржинальности на основе анализа цен конкурентов на различных онлайн-площадках
3	Прогнозирование продаж и оптимизация ассортимента	ИИ поможет снизить операционные издержки и увеличить продажи за счет: снижения списаний по утилизации; оптимизации складских запасов; повышения эффективности производства и логистики; снижения неудовлетворенного спроса; оптимизации ассортиментной матрицы.
4	Мониторинг СМИ и социальных сетей	Новые технологии не просто отслеживают упоминания компании или бренда в СМИ и социальных сетях. Они умеют определять эмоциональный фон и контекст сообщений, выявлять тренды и работать с негативными отзывами.
5	Прогнозирование LTV и уменьшение оттока клиентов	Прогнозирование вероятности оттока клиентов, определение их ценности (LTV) и удержание с помощью персонализированных предложений на основе их интересов.
6	Сегментация клиентской базы	Алгоритмы машинного обучения разделят вашу аудиторию на сегменты и сформируют инсайты на основе их поведения. Эти данные помогут повысить эффективность продвижения.
7	Предсказание поломок и превентивное сервисное обслуживание	ИИ может прогнозировать поломки оборудования и определять оптимальную дату проведения обслуживания.

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

1.3)Голосовые боты и навыки. Речевые технологии дают возможность оцифровать и автоматизировать голосовую коммуникацию с клиентами. Это повышает качество обслуживания и позволяет создавать уникальные сервисы, которые повышают лояльность клиентов к компании и бренду. Голосовой помощник работает благодаря технологиям распознавания и синтеза речи, сервиса принятия решений и преобразования его в голосовое сообщение. Речевые технологии эффективно решают задачи входящих и исходящих звонков, рисунок 3.3.



Рисунок 3.3-Решение задач с помощью речевых технологий и схема работы голосового помощника

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

1.4) Чат-боты для бизнеса. Чат-бот—это коммуникационный интерфейс, который автоматизирует поддержку пользователей, снижая расходы на службу поддержки или предоставляя пользователям уникальный сервис. Эффективность чат-ботов для бизнеса и пользователей представлена на рисунке 3.4.



Рисунок 3.4- Эффективность чат-ботов для бизнеса и пользователей

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

Таким образом, выше были предложены основные технологии искусственного интеллекта для маркетплейса Wildberries. Искусственный интеллект

для ретейла уже не просто дань моде, а эффективное средство общения с покупателями, улучшения взаимодействия с ними, способ решить проблемы выбора товара и его доставки.

Для совершенствования стратегии качества маркетплейса Wildberries, кроме ИИ, необходимо также улучшение и добавление различных функций в карточках товаров. Выше уже было описано, что необходимо внедрение некоторых функций, которых нет на сайте в настоящее время. В частности: функция –сообщить о снижении цены, связаться с производителем товара. В перспективе постоянно совершенствовать систему управления качеством, внедрять те или иные функции. Все выше перечисленное позволит компании улучшать стратегию качества.

2)Совершенствование стратегии продвижения маркетплейса Wildberries. Данную стратегию предлагается совершенствовать за счет доставки товаров беспилотниками. Хотя на данный момент Wildberries уже тестирует дроны для доставки заказов и начал проводить тестовые полеты беспилотного летающего транспорта. Испытания начались в октябре 2021 года в Московской области, продолжатся в Татарстане совместно с «Иннополисом». Дроны -это беспилотные летательные аппараты, с помощью которых можно осуществлять транспортировку малогабаритных грузов. Приоритетным направлением их использования может стать доставка товаров в труднодоступные регионы России.

Беспилотные летательные аппараты работают как на бензиновом двигателе, так и с помощью перезаряжаемого аккумулятора, в зависимости от модели дрона. Дальность их полета достигает 300 км. Максимальная полезная нагрузка может составлять около 200 кг. Как отмечают в Wildberries, одно из важных преимуществ дронов, работающих от аккумуляторов - экологичность. Их использование позволяет сократить углеродный след в отличие от транспорта, работающего на сгораемом топливе. Кроме того,

при доставке дронами уменьшается и объем упаковки, который используется при транспортировке товара на большие расстояния.

Использование дронов позволит усилить новые эко-инициативы компании, о которых Wildberries объявил в октябре 2021 г., а также осуществлять доставку в труднодоступные регионы страны. В данной ситуации стоит только поддержать инициативу Wildberries и рекомендовать совершенствование стратегии продвижения за счет доставки товаров беспилотниками.

3)Формирование стратегии слияния маркетплейса Wildberries. Данная стратегия будет эффективна, так как показывает опыт компании Амазон. Для Wildberries целесообразно предложить покупку аналогичных компаний, например в сегменте маркетплейса B2B, с целью расширения деятельности и доли, занимаемой на рынке маркетплейсов. Тем более, что в настоящее время эти маркетплейсы только начинают набирать популярность. Однако, в сети Интернет уже есть не мало компаний в сегменте B2B, которые выставлены на продажу, цены на покупку маркетплейсов и агрегаторов могут составлять от 300,0 тыс. руб. до нескольких миллионов рублей. Покупка аналогичных компаний , маркетплейсом Wildberries позволит занять наибольшую долю рынка, тем самым увеличив продажи , прибыльность и рентабельность. Итак, выше были рассмотрены три основных направления по совершенствованию и формированию стратегий компании Wildberries. Для того, чтобы оценить эффективность предложенных рекомендаций, перейдем к следующему параграфу исследования.

3.3 Экономическая эффективность стратегических направлений маркетплейса Wildberries

Совершенствование стратегий качества, продвижения и формирование

стратегии слияния компании Wildberries окажет положительное влияние на финансовые результаты. Для совершенствования стратегии качества были предложены мероприятия по внедрению искусственного интеллекта, при этом каждое направление ИИ может дать свою эффективность. В настоящее время существуют не мало технологий ИИ которые уже разработаны и их можно купить, например голосовые помощники или чат боты. Однако, совсем недавно в России появился первый маркетплейс Cleverbots, который занимается разработкой искусственного интеллекта, с помощью него можно осуществлять заказ на те или иные технологии ИИ, рисунок 3.5. Компания осуществляет разработку: компьютерного зрения, чат- ботов, интеллектуального анализа данных и другие. Компания Wildberries может воспользоваться услугами данной компании в части разработки ИИ, однако, может найти и другой способ совершенствования данных технологий. В любом случае, разработчик ИИ Cleverbots, с помощью своего опыта, позволяет оценить эффективность тех или иных технологий искусственного интеллекта.

Согласно данным компании Cleverbots, технологии ИИ позволили освободить 350000 сотрудников от автоматизации бизнес-процессов, при этом, благодаря технологиям ИИ сэкономлено 400 млн. рублей, в совокупности у клиентов, обратившихся в компанию Cleverbots.

1) Показатели эффективности компьютерного зрения. Система аналитики трафика торговой точки и поведения посетителей с помощью технологий компьютерного зрения для ритейла, транспортных и других компаний с офлайн-точками, точность определения заданного действия составляет более 95,0%, точность подсчета проходимости до 96,0%.

2) Показатели эффективности голосовых помощников. По входящим звонкам- голосовой робот устранил проблему потерянных звонков и долгого ожидания ответа, при этом экономия времени и рост продуктивности составит более 50,0%, примерно на 90,0% бот справляется с большинством частотных запросов.

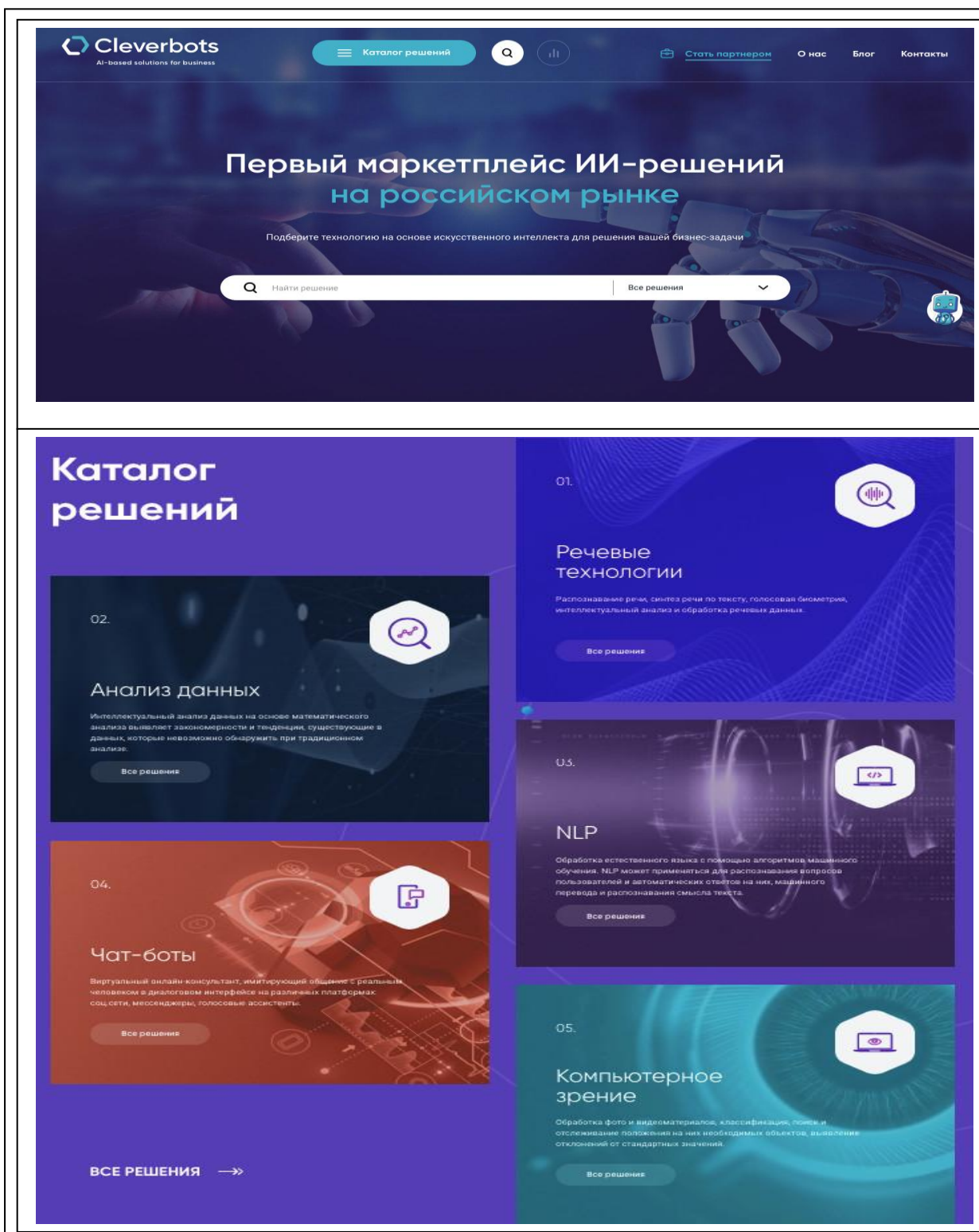


Рисунок 3.5-Каталог решений искусственного интеллекта, первого маркетплейса ИИ решений Cleverbots на российском рынке

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

По исходящим звонкам- бот обзвонит клиентов, проведет опрос или согласует дату доставки - в любое время и на любом языке. Бот обзвонит клиентов, проведет опрос или согласует дату доставки - в любое время и на любом языке. При этом, количество одновременных звонков составляет от 250 и более, средняя конверсия в заказ услуг составляет 40,0%.

Несмотря на внушительные темпы роста голосовой торговли, пользователи по-прежнему не доверяют голосовым помощникам серьёзные покупки. 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 3.6.

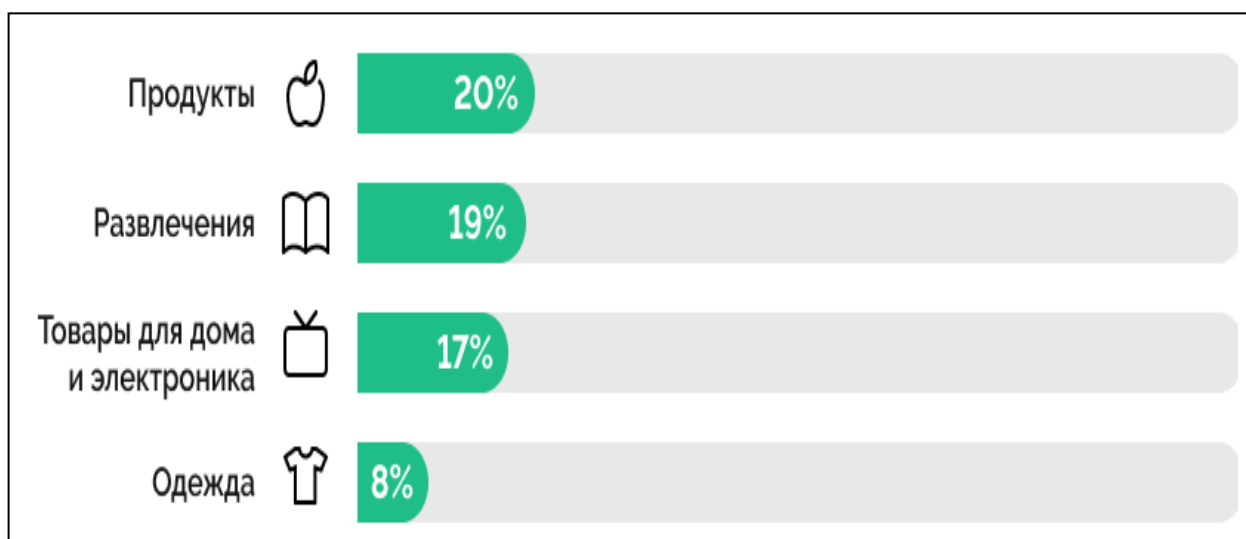


Рисунок 3.6-Доля продаж с помощью голосовых помощников по видам товаров

Источник: Торговля голосом. Как Алекса и Алиса меняют e-commerce [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://sber.pro/publication/torgovlia-golosom-kak-aleksa-i-alisa-menaiut-e-commerce>(дата обращения 03.05.2022г)

Для более дорогих или более сложных товаров и услуг - бытовой техники, одежды, авиабилетов - потребителям 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.

Ещё одно препятствие на пути развития голосовой торговли на сегодняшний день - отсутствие привычки у пользователей. Любые «существующие интерфейсы всегда будут удобнее и роднее», чем новые. С одной стороны, бизнес в России готов к голосовой коммерции даже больше, чем потребитель. С другой стороны, карантин из-за эпидемии коронавируса может помочь пользователям освоить функции голосовых помощников.

3) Показатели эффективности чат- ботов. Экономия на службе поддержки после внедрения чат-бота составляет примерно 30,0%. Чат-боты могут быть реализованы в любом диалоговом интерфейсе, имеющем API для интеграции, таблица 3.2.

Таблица 3.2-Диалоговые интерфейсы для реализации Чат-Бота

№ п/п	Диалоговые интерфейсы	Список интерфейсов
1	Социальные сети	Одноклассники, ВКонтакте
2	Мессенджеры	WhatsApp, Telegram, Viber
3	Операторские каналы	Webim, Livetex, Chat2Desk, Salesforce, Jivo Site
4	Другие платформы	Microsoft Teams, Slack, Bitrix 24, E-mail

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

В настоящее время существует несколько чат-ботов для бизнеса, например мультиплатформенный бот для автоматизации клиентской поддержки-Customer Care Bot. Он предназначен для b2b и b2c компаний и брендов с большим количеством обращений в службу поддержки, данный бот позволяет экономить на службе поддержки до 70,0% , рост NPS(индекс определения приверженности потребителей товару или компании/бренду, используется для оценки готовности к повторным покупкам) может

составлять 30,0% увеличение эффективности коммуникации за счёт глубокой аналитики составляет от 20,0%, рисунок 3.7.

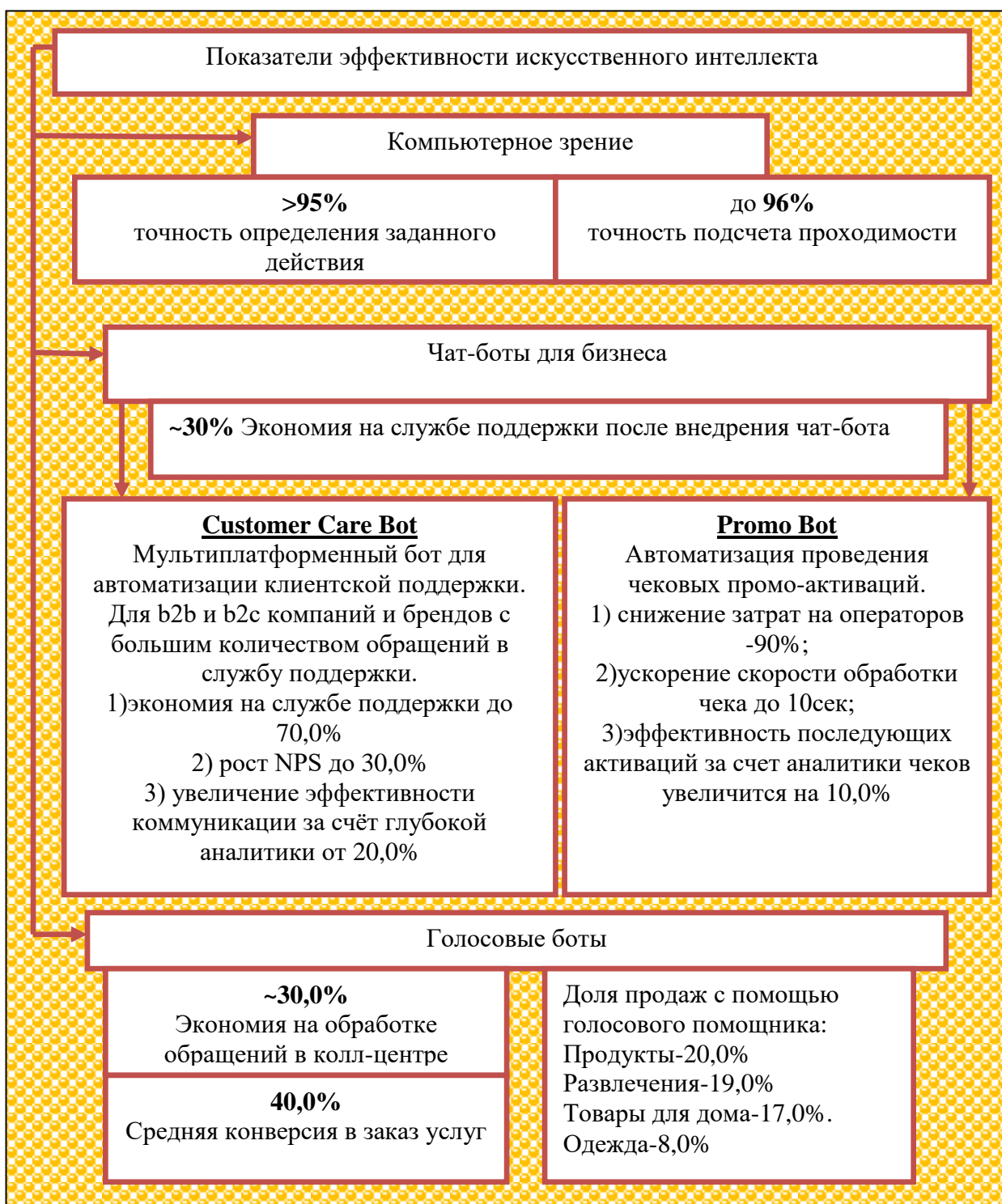


Рисунок 3.7-Показатели эффективности маркетплейса Wildberries после внедрения мероприятий по искусственному интеллекту

Источник: Составлено автором на основании Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 03.05.2022г)

Для автоматизации проведения чековых промо-активаций может применяться чат-бот -Promo Bot. С помощью данного чат бота затраты на операторов снижаются до 90,0%, скорость обработки чека составляет 10,0%, эффективность последующих активаций за счет аналитики чеков увеличивается на 10,0%.

Итак, выше были рассмотрены показатели эффективности искусственного интеллекта, которые позволяют увеличивать объемы продаж, осуществлять экономию на обработке обращений в колл-центре и др. Крайне сложно рассчитать эффективность от совершенствования стратегии продвижения с помощью дронов в компании Wildberries. Одно, можно сказать точно, что за счет скорости доставки товаров до потребителя, количество отказов от товаров из-за задержки существенно снизится. При расчете эффективности по мероприятию-доставка дронами, важно учитывать и стоимость дронов. В настоящее время дроны имеют различную грузоподъемность и цену, для маркетплейса Wildberries стоимость дронов может составлять от 1,5 млн. руб. Однако, так как в настоящее время компания уже осуществляет эксперименты по доставке дронами, очевидно, что компания их уже закупила, правда вот не известно в какой количестве. Поэтому более точно рассчитать показатели эффективности от внедрения беспилотников не представляется возможным, в любом случае это повит показатели компании.

Еще одна стратегия- слияния, которая предусматривает покупку маркетплейса в сегменте B2B , либо аналогичных компаний. Это позволит также увеличить продажи, прибыль и рентабельность маркетплейса Wildberries. Однако, стоимость таких проектов не дешевая и может составлять несколько миллионов рублей, рисунок 3.8. То есть прежде, чем компания Wildberries начнет получать доход от слияния, купив маркетплейс, необходимо серьезное вложение финансовых ресурсов в проект, стоимость может составлять 20 млн. руб. и более. Хотя формирование стратегии слияния можно рассматривать в долгосрочной перспективе, а в краткосрочной перспективе

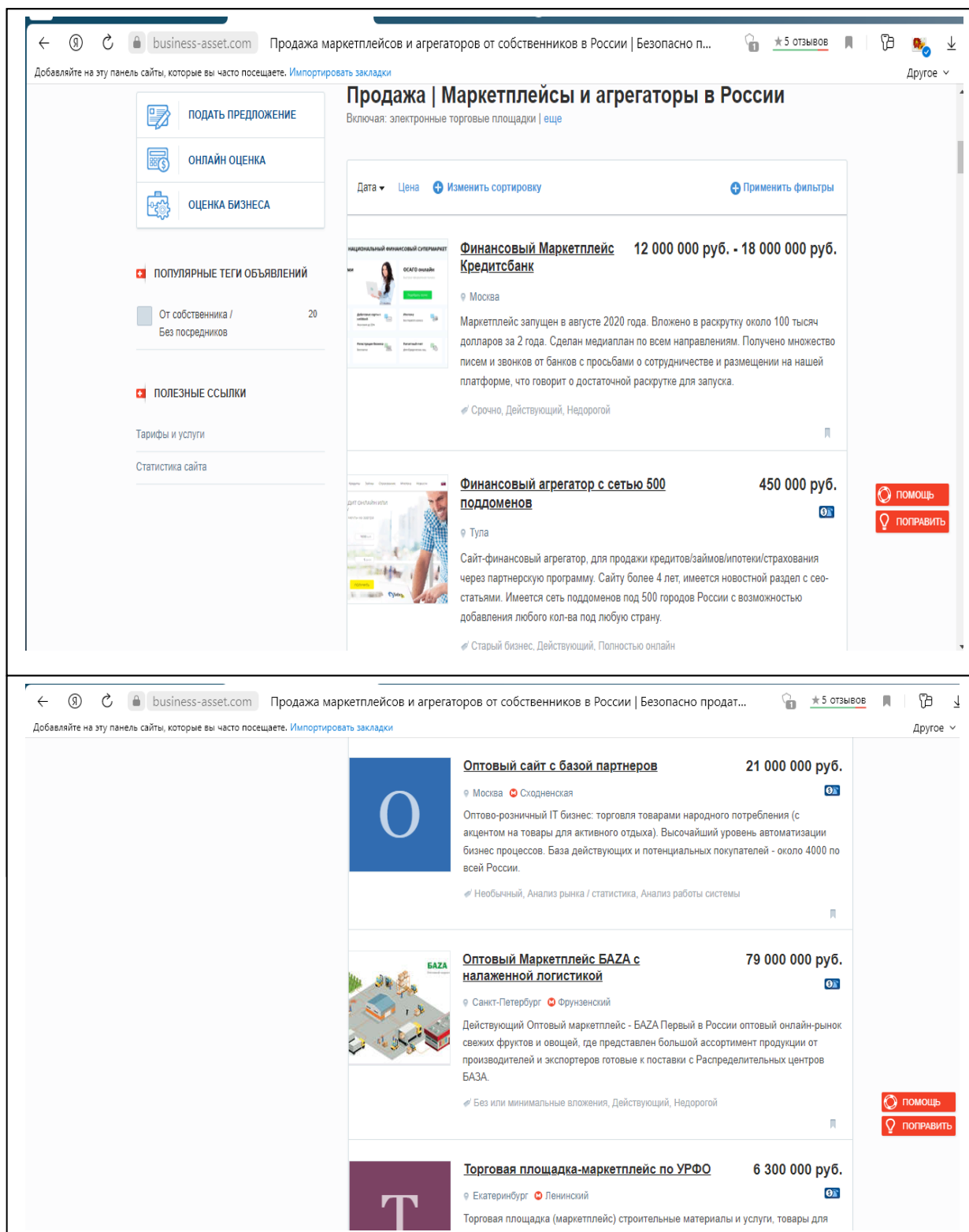


Рисунок 3.8-Фото (скан) по продаже оптовых маркетплейсов и агрегаторов в России с ценами

Источник: Продажа [Маркетплейсы и агрегаторы в России][Электронный ресурс]:
 Электрон. дан. – Режим доступа: <https://business-asset.com/ru/prodazha-biznesa/marketplejs/>(дата обращения 03.05.2022г)

основной упор сделать на стратегию повышения качества путем внедрения искусственного интеллекта и различных функций в карточках товаров. Стоимость искусственного интеллекта не является дорогой по сравнению с эффективностью, которую они приносят. По данным, представленными в сети Интернет, рост выручки за счет внедрения искусственного интеллекта в среднем составляет 5,0-10,0%, рисунок 3.9.

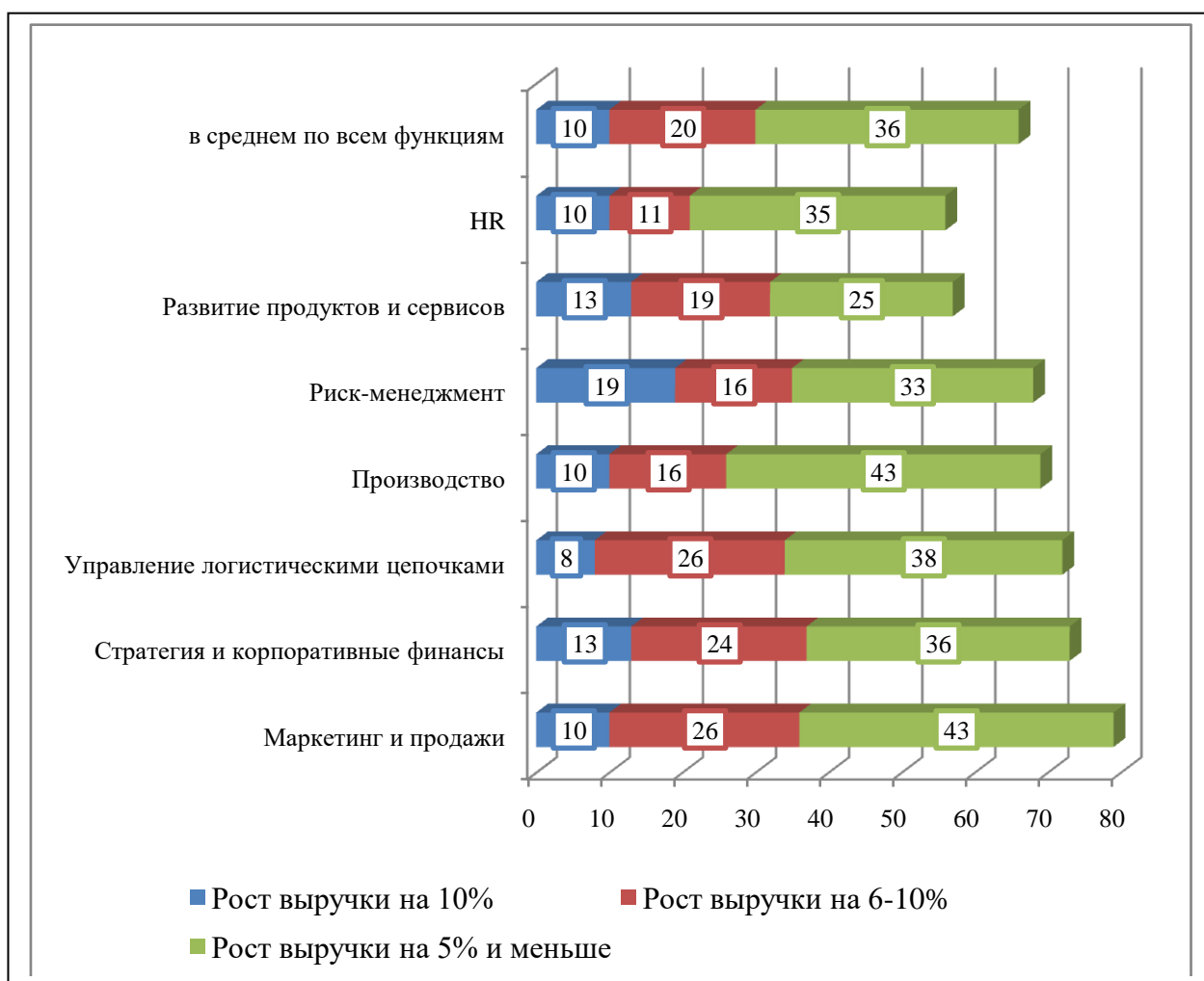


Рисунок 3.9- Рост выручки за счет внедрения ИИ по функциям за год

Источник: Рост выручки за счет внедрения ИИ[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://sbercloud.interfax.ru>(дата обращения 06.05.2022г.)

При этом по функциям в маркетинге и продажах -43,0% опрошенных увеличили выручку на 5,0%, 26,0%- опрошенных увеличили выручку на 6-10,0%, 10,0% опрошенных увеличили объемы продаж на 10,0%. В целом, рисунок 3.9 показывает, что большая часть опрошенных после внедрения ИИ

увеличивает выручку на 5,0%. Однако, при расчетах объемах выручки маркетплейса Wildberries стоит придерживаться все же показателя роста 10,0%. Таким образом, объемы продаж в компании Wildberries после внедрения мероприятий по ИИ могут составить 247434820 тыс. руб. Себестоимость продаж по данным на 2021год составила 45,0% от выручки, следовательно, если в прогнозируемом периоде заложить такой же процент себестоимости продаж, то в перспективе она составит 111345669 тыс. руб., рисунок 3.10.

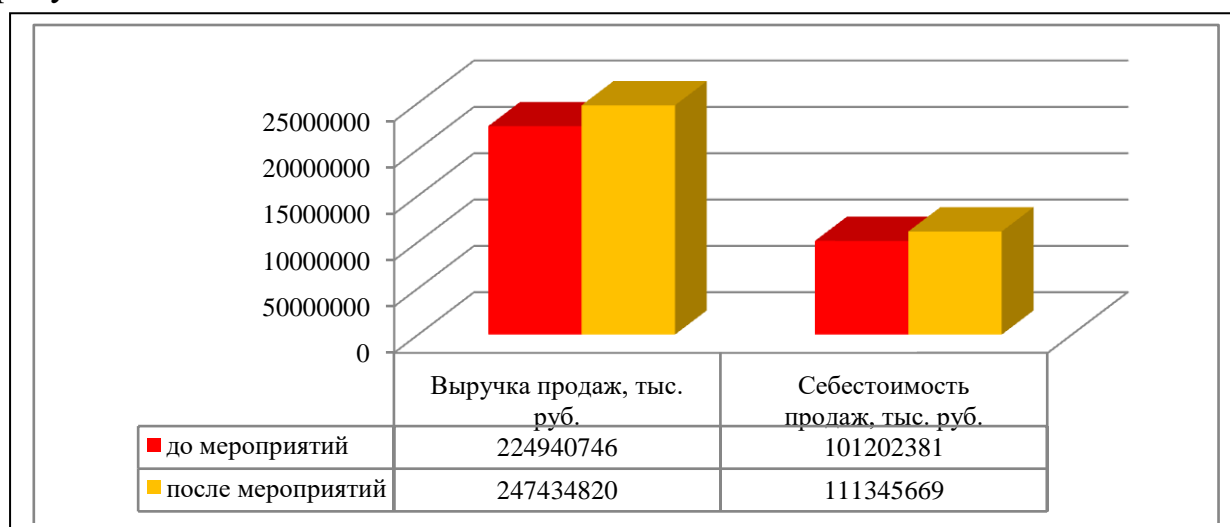


Рисунок 3.10-Показатели объемов продаж маркетплейса Wildberries после проведения мероприятий по совершенствованию стратегии качества

Источник: Составлено автором на основании проведенного исследования

Отсюда, валовая прибыль будет равна 136089151 тыс. руб. Расходы, связанные с проведением мероприятий по внедрению ИИ относятся к коммерческим затратам, крайне сложно обозначить точную цифру расходов, однако можно запланировать эту цифру в сумме 5,0 млн. руб. Следовательно, в перспективе сумма коммерческих затрат составит 96442524 тыс. руб. Если, предположить, что сумма управленческих расходов останется на уровне 2021года, то прибыль от продаж составит 39325216 тыс. руб., рисунок 3.11. Рентабельность продаж будет равна 15,89% (формулы рентабельности представлены в Приложении Б).

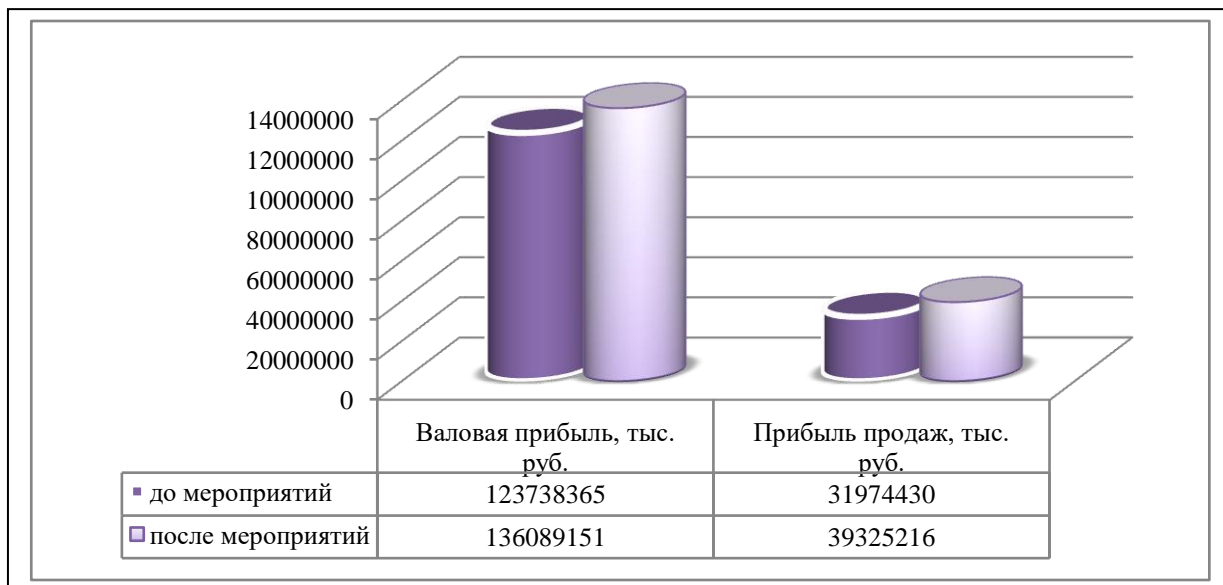


Рисунок 3.11- Показатели прибыли маркетплейса Wildberries после проведения мероприятий по совершенствованию стратегии качества

Источник: Составлено автором на основании проведенного исследования

За счет совершенствования стратегии качества маркетплейса Wildberries и внедрения искусственного интеллекта, планируемый показатель объемов продаж составит 247434820 тыс. руб., а это на 10,0% выше показателя 2021 года. При этом возрастет прибыль от продаж на 7350786 тыс. руб. и составит 39325216 тыс. руб. Показатель рентабельности продаж увеличится на 1,69% и составит 15,89%, рисунок 3.12.

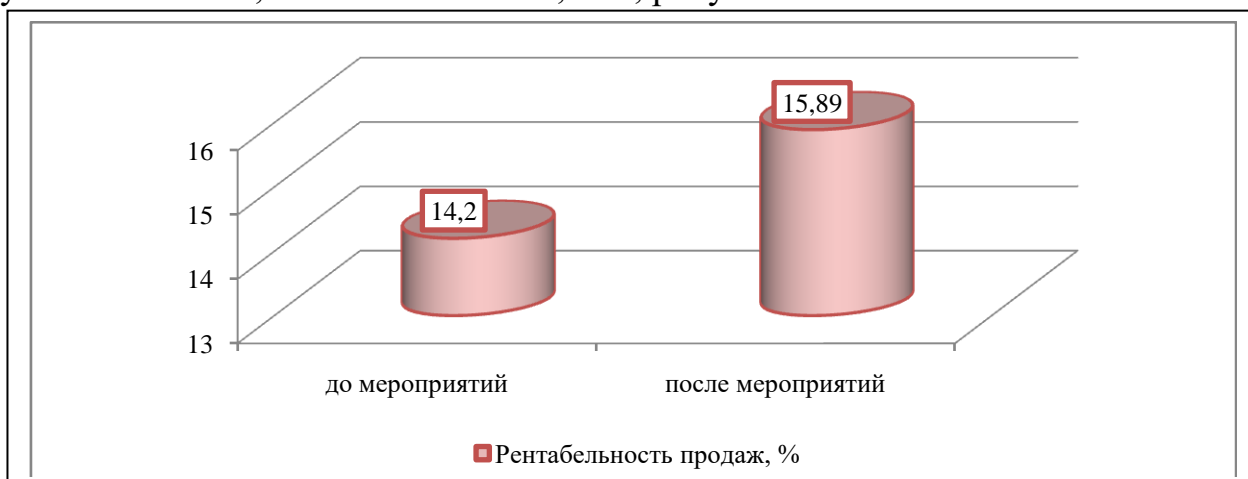


Рисунок 3.12- Показатели рентабельности от продаж маркетплейса Wildberries после проведения мероприятий по совершенствованию стратегии качества

Источник: Составлено автором на основании проведенного исследования

Представленный расчет экономической эффективности является прогнозируемым, на самом деле он может быть существенно выше ожидаемых значений. Да и в целом, при расчетах не были учтены долгосрочные мероприятия- совершенствование стратегии продвижения с помощью дронов и формирование стратегии слияния- путем приобретения маркетплейса в сегменте B2B. Расчет производился на ближайший, краткосрочный период. Кроме этого, объемы выручки маркетплейса Wildberries могут увеличиваться и по другим причинам, одна из них- в целом рост рынка электронной коммерции, который еще себя не исчерпал. В связи с тем, что маркетплейс работает на очень перспективном рынке, совершенствовать существующие стратегии является необходимостью, так как развивающаяся конкуренция и рост маркетплейсов, создают угрозу, и та компания, которая сегодня впереди, завтра может занять совсем другое место. Поэтому проведение данных мероприятий целесообразно и требует реализации.

Список использованных источников

1) Amazon получила официальное разрешение на использование дронов для доставки [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: https://pikabu.ru/story/amazon_poluchila_ofitsialnoe_razreshenie_na_ispolzovanie_dronov_dlya_dostavki_7687647 (дата обращения 12.04.2022)

2) Аренков И. А., Румянцева В. С. Трансформация бизнеса в условиях цифровой экономики. М., 2020г.

3) Amazon: [Электронный ресурс]: бизнес-стратегия технологического гиганта (дата публикации 2 апреля 2022 г.)
<https://promdevelop.com/business/amazon/> (дата обращения 05.05.2022);

4) Amazon представила новый дрон-доставщик [Электронный ресурс]: <https://nplus1.ru/news/2019/06/06/amazon-drone> (дата обращения 05.05.2022);

5) Бухгалтерская отчетность [Электронный ресурс]: ООО «Вайлдберис» Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh> (дата обращения 14.04.2022);

6) Бухгалтерская отчетность ООО «СДЭК.Маркет» [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2020/6194002171> (дата обращения 11.04.2022);

7) B2B - что это такое? [Электронный ресурс]: Виды, отличия, продажи, специалисты, плюсы и минусы Электрон. дан. – Режим доступа: <https://dvayarda.ru/business/b2b/> (дата обращения 11.04.2022);

8) B2B-маркетплейсы: [Электронный ресурс]: почему к ним пришли даже самые традиционные представители розничного бизнеса. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://rb.ru/opinion/b2b-marketplace/> (дата обращения 14.04.2022);

9) B2B маркетплейсы как актуальный тренд екома в России: [Электронный ресурс]: специфика, эффективность, перспективы развития (дата публикации 25 октября 2021г.) <https://new->

retail.ru/business/e_commerce/b2b_marketpleysy_kak_aktualnyy_trend_ekoma_v_rossii_spetsifika_effektivnost_perspektivy_razvitiya3955/(дата обращения 05.05.2022);

10)Гайва Е.Легкие дроны нужно зарегистрировать до 27 мая[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://rg.ru/2022/05/01/legkie-drony-nuzhno-zaregistrirovat-do-27-maia.html>(дата обращения 01.05.2022);

11)Голосовые помощники для бизнеса [Электронный ресурс]: <https://a2is.ru/catalog/golosovie-pomoshniki>(дата обращения 05.05.2022);

12)Доставка будущего: [Электронный ресурс]: дроны, робокурьеры и беспилотные грузовики https://new-retail.ru/tehnologii/dostavka_budushchego_drony_robokurery_i_bespilotnye_gruzoviki7268/(дата обращения 05.05.2022);

13)Есть ли место новым игрокам на рынке? [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа:

<https://www.retail.ru/articles/novaya-volna-marketpleysov-v-b2c-est-li-mesto-novym-igrokam/> - (дата обращения 03.03.2022);

14)Их уже больше 6 млн: [Электронный ресурс]: когда нас окружают дроны Электрон. дан. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/619df8d29a794784c0cf093f> (дата обращения 03.05.2022);

15)Захаров С.В., Сербиновский Б.Ю., Павленко В.И. Маркетинг . Учебник для вузов. М.,2021г.

16)Инструмент развития среднего бизнеса[Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5be648587a8aa936b7799375> (дата обращения 09.03.2022)

17)Искусственный интеллект при формировании персональных рекомендаций маркетплейса [Электронный ресурс]:

<https://temofeev.ru/info/articles/iskusstvennyy-intellekt-pri-formirovanii-personalnykh-rekomendatsiy-marketpleysa/>(дата обращения 03.05.2022);

18)Как использовать искусственный интеллект в ecommerce? [Электронный ресурс]: <https://www.likeni.ru/analytics/kak-ispolzovat-iskusstvennyy-intellekt-v-ecommerce/>(дата обращения 02.05.2022);

19)Кобер П.Решают задачи на лету[Электронный ресурс]: (дата публикации 8.02.2021г.) <https://expert.ru/ural/2021/07/reshayut-zadachi-na-letu/>(дата обращения 03.05.2022);

20)Каплан Р. Нортон Д. «Сбалансированная система показателей от стратегии к действию», М,2019г.

21)Киреев А.П. «Международная экономика», М., 2021г.

22)Куда движется е-комерс[Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: https://www.retail.ru/tovar_na_polku/budushchee-marketpleysov-kuda-dvizhetsya-e-commerce/ - (дата обращения 10.03.2022);

23)Как маркетплейс защищает интересы покупателей и продавцов[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/cdek-market/blog/48741/kak-marketplejs-zaschischaet-interesi-pokupatelej-i-prodavtsov>(дата обращения 12.04.2022);

24)Логистическая компания «СДЭК» сегодня запустила свой маркетплейс cdek.market, сообщает e-repper. [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/sdek-otkryl-svoy-marketpleys/>(дата обращения 14.04.2022);

25)Маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ: потенциальный лидер или очередная типовая торговая площадка? [Электронный ресурс] Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.ekam.ru/blogs/pos/sdek-market>(дата обращения 14.04.2022);

26)Маркетплейс СДЭК.МАРКЕТ [Электронный ресурс]: Официальный сайт. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cdek.market/>(дата обращения 14.04.2022);

27)Маркетплейс ООО «Яндекс. Маркет» [Электронный ресурс]: бухгалтерская отчетность и финансовый анализ Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e-ecolog.ru>(дата обращения 12.04.2022).

28)«Маркетплейсы станут инструментом развития малого и среднего бизнеса» [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5be648587a8aa936b7799375>(дата обращения 14.04.2022)

29)Маркетплейс СберМегаМаркет. [Электронный ресурс]: Официальный сайт. Электрон. дан. – Режим доступа: <https://sbermegamarket.ru/>(дата обращения 12.04.2022);

30)Маркетплейс Akat безвозмездно помогает туркменскому бизнесу выйти на рынок онлайн-торговли [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://orient.tm/ru/post/34445/marketplejs-akat-bezvozmездno-pomogaet-turkmenskomu-biznesu-vyjti-na-rynok-onlajn-torgovli>(дата обращения 10.04.2022);

31)Марченков А. А. Маркетплейсы как главный тренд электронной коммерции // Научные стремления. – 2019. – № 26

32)Пандемия дала толчок развитию маркетплейсов [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/YSyGX> (дата обращения 01.03.2022);

33)Развитие B2B маркетплейсов[Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/YVdxU> (дата обращения 01.03.2022);

34)«Развитие маркетплейсов в условиях цифровой трансформации как результат структурных сдвигов в экономике» [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <file:///C:/Users/Микаел/Downloads/razvitiemarketpleysov-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii-kak-rezultat-strukturnyh-sdvigov-v-ekonomike.pdf> (дата обращения 11.03.2022);

35)Россияне предпочитают отечественные интернет-магазины [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: - <https://clck.ru/YVdmh> (дата обращения 01.03.2022);

36)С 4 апреля.2022г. Wildberries принял важное решение для всех покупателей[Электронный ресурс]: <https://akket.com/raznoe/260052-wildberries-prinyal-vazhnoe-reshenie-dlya-vseh-pokupatelej.html>(дата обращения 02.05.2022);

37)Савицкая Г.В «Анализ хозяйственной деятельности предприятий»: Учебник. Мн.:ИП «Экоперспектива», 2019 г.-494 с.

38)Схемы работы СберМегаМаркета[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://betapro.ru/blog/FBS-FBO-FBY-DBS-DSM-razbiraemsa-v-terminologii-marketplejsov/>(дата обращения 14.04.2022)

39)Список самых популярных B2B-маркетплейсов [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: http://omni-solutions.ru/b2b__2016(дата обращения 05.05.2022);

40)Сборы могут отменить[Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/YVduX> (дата обращения 10.02.2022);

41)Смирнов Е. Н. Цифровая трансформация мировой экономики: торговля, производство, рынки: монография. – М.: Мир науки, 2019г.

42)Самиев П. А., Закирова, В. Р., Швандар, Д. В. Экосистемы и маркетплейсы: обзор рынка финансовых услуг // Финансовый журнал. – 2020г.

43)Современное состояние и перспективы международной торговли на маркетплейсах[Электронный ресурс]
<file:///C:/Users/Микаел/Downloads/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-mezhdunarodnoy-torgovli-na-marketpleysah.pdf> - (дата обращения 02.03.2022);

44)Торговля голосом. [Электронный ресурс]: Как Алекса и Алиса меняют e-commerce(дата публикации 27 апреля 2020)
<https://sber.pro/publication/torgovlia-golosom-kak-aleksa-i-alisa-menaiut-e-commerce>(дата обращения 02.05.2022);

45)Топ-5 технологий, которые позволят маркетплейсу конкурировать в нише бытовой техники и электроники[Электронный ресурс]: (дата

публикации 14.12.2020)<https://www.cossa.ru/trends/279431/>(дата обращения 05.05.2022);

46)Товары для продаж на Wildberries в 2022 году[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://delo.modulbank.ru/all/top-prodazh-na-wildberries>(дата обращения 12.04.2022)

47)Условия заказа и доставки[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://sbermegamarket.ru/info/delivery-terms/>(дата обращения 12.04.2022)

48)Цифровизация экономики: [Электронный ресурс]: проблемы и перспективы Электрон. дан. – Режим доступа: <https://apni.ru/article/679-tsifrovizatsiya-ekonomiki-problemi-i-perspekt>(дата обращения 12.04.2022)

49)Что будет с e-commerce в 2021, 2022 и 2023? [Электронный ресурс]: Описываем непростое, но интересное будущее Электрон. дан. – Режим доступа: <https://oborot.ru/articles/chto-budet-s-e-commerce-v-2021-2022-i-2023-i127977.html>(дата обращения 11.04.2022)

50)Формирование и развитие современных маркетплейсов. [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: <http://vestnik.volbi.ru/upload/numbers/449/article-449-2554.pdf> . (дата обращения 02.03.2022);

51)Финансовый маркетплейс [Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа: http://apel.ieml.ru/storage/archive_articles/10029.pdf - (дата обращения 02.03.2022);

52)FBO, FBY, FBA, FBS И DBS: [Электронный ресурс]: РАЗБИРАЕМСЯ В ТЕРМИНОЛОГИИ Электрон. дан. – Режим доступа: <https://betapro.ru/blog/FBS-FBO-FBY-DBS-DSM-razbiraemsiya-v-terminologii-marketplejsov/>(дата обращения 12.04.2022)

53)FBS или FBO: какую модель выбрать для работы на маркетплейсах[Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа: <https://cms-rating.ru/fbs-ili-fbo/>(дата обращения 14.04.2022)

54) FBO, FBS, DBS: [Электронный ресурс]: как не запутаться в трех буквах и выбрать оптимальную схему взаимодействия с маркетплейсом
Электрон. дан. – Режим доступа: <https://oborot.ru/articles/logistika-ploschadki-5-i150120.html>] (дата обращения 11.04.2022)

55) Wb запустил продажи во Франции, Испании и Италии
[Электронный ресурс] : Электрон. дан. – Режим доступа:
<https://tass.ru/ekonomika/10771551> (дата обращения 02.03.2022);

56) Cleverbots: первый маркетплейс ИИ-решений в России
[Электронный ресурс]:
<https://spark.ru/startup/cleverbotsai/blog/63466/cleverbots-pervij-marketplejs-ii-reshenij-v-rossii>(дата обращения 05.05.2022);

57) Wildberries тестирует дроны для доставки заказов [Электронный ресурс]: Электрон. дан. – Режим доступа:
<https://www.retail.ru/news/wildberries-testiruet-drony-dlya-dostavki-zakazov-26-oktyabrya-2021-210500/>(дата обращения 04.05.2022);

58) 12 корпоративных стандартов Амазон [Электронный ресурс] :
Электрон. дан. – Режим доступа: <https://clck.ru/YVe5e> (дата обращения 01.03.2022);

Приложения