

Ю. И. Мамаева

*Институт бизнеса БГУ, Минск, Беларусь
Научный руководитель – Э. В. Рыбакова, старший преподаватель*

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАРКЕТПЛЕЙСОВ

Работа посвящена внедрению маркетплейсов для оптимизации бизнес-процессов производственного предприятия. Рассмотрены ключевые проблемы управления заказами и логистикой, а также преимущества автоматизации через платформы Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет. Представлены рекомендации по интеграции маркетплейсов, обучению персонала и снижению издержек. Сделан вывод о значимости маркетплейсов для повышения конкурентоспособности и цифровой трансформации компании.

Ключевые слова: *оптимизация бизнес-процессов, автоматизация, цифровая трансформация, производственное предприятие, Wildberries, Ozon, логистика, снижение издержек, цифровая экономика*

Современные реалии рынка заставляют компании активно искать новые способы повышения эффективности своей деятельности. Высокий уровень конкуренции и стремительное развитие технологий диктуют необходимость модернизации бизнес-процессов, включая использование цифровых платформ, таких как маркетплейсы. Эти платформы сегодня выступают не только как торговые площадки, но и как мощные инструменты для автоматизации и улучшения взаимодействия с клиентами. Маркетплейсы позволяют значительно снизить издержки, упростить логистику и повысить точность обработки заказов, что особенно важно для производственных предприятий.

Целью данной работы является разработка рекомендаций по внедрению маркетплейсов на производственном предприятии для оптимизации его бизнес-процессов. В рамках исследования анализируются текущие методы работы предприятия, оценивается эффективность использования маркетплейсов и предлагаются шаги по их интеграции.

На начальном этапе проведен анализ текущих бизнес-процессов предприятия. Были выявлены ключевые проблемы, такие как отсутствие централизованной системы обработки заказов, ручное управление логистикой и ограниченные возможности в продвижении товаров. Например, на предприятии значительная часть времени сотрудников уходит на решение рутинных задач: заполнение документации, расчеты объемов товаров и координацию поставок. Результаты анализа показали, что эти процессы являются одними из наиболее уязвимых, так как они замедляют работу и увеличивают риск ошибок.

Также проведено исследование рынка маркетплейсов. Изучены популярные платформы, такие как Wildberries, Ozon и Яндекс.Маркет, которые активно развиваются в Беларуси и странах СНГ. Каждая из них обладает уникальными особенностями, предоставляя инструменты для автоматизации продаж, аналитики и логистики. Например, Wildberries предлагает услуги фулфилмента (FBO), беря на себя всю цепочку поставки от склада до клиента, что позволяет сократить издержки предприятия. В свою очередь, Ozon предоставляет гибкие тарифы на комиссию, что выгодно для малого и среднего бизнеса. Анализ показал, что исполь-

зование маркетплейсов может стать ключевым решением для оптимизации работы предприятия.

Одним из ключевых преимуществ маркетплейсов является их способность автоматизировать большинство процессов, связанных с продажей и логистикой. Например, через интеграцию с CRM-системами компании могут централизовать управление заказами, быстро обновлять данные о доступности товаров и получать детальную аналитику продаж. Маркетплейсы также предоставляют платформы для взаимодействия с клиентами, включая возможность получения отзывов, ответов на вопросы и управления возвратами.

Особое внимание в исследовании уделено финансовым и операционным аспектам внедрения маркетплейсов. Были проведены расчеты, показавшие, что использование таких платформ позволяет увеличить выручку предприятия на 18 % за счет расширения аудитории и повышения доверия покупателей. При этом расходы на рекламу и логистику снижаются благодаря автоматизации этих процессов платформой. Однако эксплуатационные затраты, включая расходы на новое оборудование и оплату труда маркетплейс-менеджера, также увеличиваются. Несмотря на это, сроки окупаемости проекта составляют всего 1 год и 10 месяцев, что делает внедрение экономически целесообразным.

При внедрении маркетплейсов важно учитывать возможные риски. Одним из них является зависимость от платформы, включая ее комиссионные сборы и изменения в правилах работы. Например, повышение комиссии может существенно снизить прибыльность, если не будут приняты меры по оптимизации затрат. Также существует необходимость в обучении персонала, так как работа с маркетплейсами требует новых навыков, таких как управление карточками товаров, анализ статистики продаж и настройка рекламных кампаний. Эти вызовы требуют комплексного подхода и включения их в план реализации проекта.

На основании анализа разработаны практические рекомендации для предприятия. В первую очередь, предложено внедрить должность маркетплейс-менеджера, который будет координировать продажи на платформах, заниматься аналитикой и управлением клиентским сервисом. Для автоматизации складских операций и логистики рекомендуется интеграция платформы с внутренними системами учета. Это позволит минимизировать ошибки, сократить время обработки заказов и повысить уровень обслуживания клиентов.

Особое внимание уделено выбору подходящей платформы. По результатам анализа Wildberries признан наиболее перспективным вариантом благодаря высокому уровню доверия покупателей, широкой географии продаж и продуманной системе поддержки продавцов. Для обеспечения успешной интеграции с платформой разработан план действий, включающий в себя техническую настройку, обучение сотрудников и запуск пилотного проекта для оценки эффективности.

Проведенное исследование подтвердило, что маркетплейсы являются мощным инструментом для оптимизации бизнес-процессов предприятия. Их использование позволяет сократить издержки, улучшить качество обслуживания и укрепить позиции компании на рынке. Внедрение маркетплейсов требует подготовки, включая анализ текущих процессов, выбор оптимальной платформы и адаптацию сотрудников. Однако эти усилия оправдываются экономической эффективностью и стратегическими преимуществами, которые обеспечивают стабильный рост и развитие предприятия.

Интеграция маркетплейсов создает основу для цифровой трансформации компании, повышая ее конкурентоспособность и адаптивность к изменениям рынка. Успешная реализация проекта позволит не только улучшить текущие показатели, но и заложить фундамент для долгосрочного развития бизнеса в условиях цифровой экономики.

Список использованных источников

Багданов, В. С. Разработка систем автоматизации. Проектирования. Настройка. Внедрение / В. С. Багданов. – СПб : БХВ-Петербург, 2012. – 517 с.

Мастеров, А. И. Управленческий анализ смешанных затрат в условиях многономенклатурной реализации // Актуальные проблемы социально-экономического развития России – 2017. – № 2. – С. 21–24.

Автоматизация на предприятии // Технология. Консалтинг. – URL: <http://itglobox.ru/2009-05-01-15-10-06.html?showall=1> (дата обращения: 19.04.2024).

Анализ рынка маркетплейсов в 2023 году: динамика, тенденции и прогноз. – URL: https://vc.ru/rodion_sev/918840-analiz-rynka-marketpleysov-2023-dinamika-tendencii-i-prognozy (дата обращения: 20.04.2024).

Бизнес-план автоматизации управления предприятием. – URL: <https://www.evkoova.org/esse/biznes-plan-avtomatizatsii-upravleniya-predpriyatiem-> (дата обращения: 19.04.2024).