

МЕТОДЫ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

В.В. Комарова

Научный руководитель М.М. Манукян

Современный мир в наше время не стоит на месте, он постоянно развивается, и, именно поэтому, инновации являются основной движущей силой экономического и социального развития. Инновации, научно-технический процесс в современных условиях стали основой устойчивого экономического роста практически всех стран мира; они позволяют полнее удовлетворять потребности общества и населения в разнообразных видах продукции и услуг, при существенной экономии природных ресурсов, сырья и материалов, ведут к коренным изменениям в технологическом способе производства[1].

Компании и фирмы, сейчас, ставят себе в приоритет одну из важнейших задач – это повышение инновативности, а именно способности четко и адекватно реагировать на малейшие изменения на рынке, путем выпуска новой продукции, усовершенствования старой продукции, внедрения новых технологий производства, и сбыта, реструктуризации усовершенствования системы внутрифирменного управления и использования новейших маркетинговых стратегий. Так же с внедрением новых инноваций появляются различные платформы, новые формы введения бизнеса и многое другое. Одна из таких форм бизнеса является электронная коммерция или по-другому е-коммерция[2]. Она очень популярна и удобна, ведь современный человек уже не может себя представить без телефона, интернета и различных гаджетов. Поспособствовала появлению электронной коммерции, конечно же, развитие информационно-коммуникационных технологий, которые дают массу плюсов вести электронную коммерцию. Единообразие и своевременность информации, удобство вести бизнес дистанционно, хорошая обратная связь с клиентом, сокращение времени

перевода денег и времени на поиски товара и т.д. – все это плюсы вести электронную коммерцию. Есть и минусы электронной коммерции, один из примеров -это мошенники, из-за которых покупатели могут с недоверием относиться к некоторым продающим платформам, или же можно привести яркий и самый волнующий пример – это огромное количество конкурентов. Пусть эти минусы имеет не только электронная коммерция, но они так же очень важны и болезненно отражаются на дистанционном бизнесе. Именно, исходя из минусов и анализа бизнеса и рынка можно сделать вывод, что для улучшения различных механизмов электронной коммерции, будь это интернет-магазины, организации платёжных систем или же интернет-аукционы, нужно принимать меры по повышению рентабельности компании.

Сама рентабельность рассчитывается для того, чтобы были четкие конкретные цифры (например - знать коэффициент ROS-коэффициент рентабельности продаж), разрабатывать прогнозирование прибыли, проводить параллель с другими фирмами и анализировать текущее положение дел[3]. Для того чтобы понять какие методы нужны для повышения рентабельности в электронной коммерции рассмотрим Рисунок 1:



Рисунок 1. Составляющие электронной коммерции.

Исходя из схемы видно, что если пострадает одна цепочка составляющей на рынке e-commerce, то конечный результат – продажа

товара или услуги, не состоится. Если же одна из цепочки будет менее сильной, чем другие, то случится понижение рентабельности. Для этого сформируем методы повышения рентабельности и применим их на одной из интернет-платформ, а именно, интернет-магазина Wildberries. Но, прежде чем переходить к выработке методов, следует изучить: деятельность конкурентов, структуру продаж и издержек, активность и поведенческие факторы целевой аудитории, эффективность работы менеджеров и коэффициент рентабельности отдельных товарных групп. Если кратко сделать вывод об изученных всех пунктах, которые представлены выше, можно сформулировать следующее: так как Wildberries является магазином универсального формата, он имеет огромное число конкурентов, даже не смотря на его известность; структура продаж и издержек изменчива, но находится на хорошем уровне; ежедневно на эту интернет-платформу «приходят» 7 миллионов пользователей, из них 63% женщины с доходом средним и ниже среднего, основной возраст которых от 25 до 35 лет, и которые на этой платформе достаточно активны; эффективность работы менеджеров немного слабый. Ещё хотелось бы отметить, что Wildberries, как интернет-магазин имеет товары компаний-партнёров и представляет собой одну из самых закрытых компаний на российском интернет-рынке. Хотя Wildberries и является одним из лидеров на рынке e-commerce, ему необходимо применять методы повышения рентабельности, чтобы его продажи оставались такими же высокими.

Один из первых методов повышения рентабельности – это расширение среднего чека. Реализовать этот метод в розничной торговле несложно: достаточно надавить на нужные точки и подтолкнуть клиента к импульсивным покупкам, подключая эмоции. В качестве вспомогательных инструментов применяют акции и скидки, программы лояльности, современные техники продаж. Насколько продуктивным будет выбранный способ, зависит от особенности целевой аудитории. Если рассматривать Wildberries, то эта интернет-платформа очень неплохо использует этот метод,

но у них он не до конца реализован. Они используют бесплатную доставку и, иногда ограниченные предложения, что входят в этот метод повышения среднего чека, но не используют такие рычаги воздействия на целевую аудиторию как пакетные продажи, бонусные программы, перекрестные продажи и другие. Каждая компания с легкостью может воспользоваться этим методом делая на своих платформах различные привлекательные предложения. Этим предложением может быть достаточно много и их можно чередовать. Примером может стать бонусная система, которая будет приносить хорошую прибыль. Реализовать ее проще некуда: на товары с большим спросом делаем скидку в 5%, на товары с низким спросом ничего не делаем, выпускаем бонусную программу, такую, что при покупке товара начисляется определенное количество бонусов, которые равняются рублям, когда потребитель накопит с покупок определенное количество бонусов он может их потратить на покупку товара, оплатив к примеру 50% от стоимости товара – бонусами, но при условии, что товар не будет со скидкой. При таком раскладе бонусной системе, как бы не повел себя потребитель, фирма останется в выигрыше, тем самым повысив количество продаж и свою прибыль. Так же можно действовать различными способами, делая товары-подарки к основным дорогостоящим товаром и т.д. Все эти условия и способы хорошо повысят рентабельность и их можно сформулировать и сделать по-разному.

Второй из методов повышения рентабельности в электронной коммерции – это грамотное продвижение. Очень важный метод, так как если интернет-платформа не известна, то очень сильно снижается вероятность того, что покупатель купит там тот или иной товар. Здесь Wildberries пользуется этим методом очень грамотно так как использует SEO-продвижение сайта, таргетированную рекламу в социальных сетях и, конечно же контекстную рекламу. Ничуть не удивительно, что у Wildberries с этим методом все хорошо, так как это платформа уже 16 лет на рынке и благодаря продвижению и другим факторам стала известна. Но вот фирмам, которые

только открылись или на рынке еще маленькое количество времени, этот метод очень важен. Эффективная реклама на правильных площадках приводит много новых покупателей и увеличивает средний чек.

Третьим методом повышения рентабельности является - увеличение ценности продукта. Этот метод заключается в том, чтобы продать дорого, используя увеличение ценности предложения. Этот фактор зачастую бывает основным при выборе магазина. В этот метод входит: разработка удобного и презентабельного сайта; грамотность, приветливость и коммуникабельность менеджеров; простота осуществления заказа и оплаты через интернет; оперативная доставка в четко оговоренные сроки. В этом плане Wildberries есть над чем работать, но в принципе этот метод у них не плох. Для реализации этого метода используются разные средства, приглашаются специалисты Web-дизайна, специалисты по работе и повышению знаний у менеджеров. Что бы повысить этот метод рентабельности нужно улучшить внутреннюю среду организации. Что касается Wildberries у них выигрышный спокойный дизайн в сиреневых оттенках, который ассоциируется с творчеством, таинственностью и глубиной. Так же у них удобный сайт, есть различные фильтры и сортировки товаров, чтобы потребитель нашел нужную себе вещь по приемлемой цене, качеству и цвету. В методе увеличения ценности продукта так же очень важна обратная связь с клиентом, которую должен осуществлять менеджер, обладающий определенными качествами. Он должен уметь уладить конфликт, хорошо общаться и быть отзывчивым. У небольших интернет-платформ очень слабый именно этот пункт, но и у огромных международных электронных платформ этот пункт зачастую хромает, как и у Wildberries. Так как Wildberries имеет очень много точек по всей России, то в некоторых областях как раз хромает приветливость и коммуникабельность менеджера.

Из всего выше сказанного можно сделать вывод, что для повышения рентабельности в e-commerce нужно использовать метод расширения среднего чека, грамотного продвижения и увеличения ценности продукта.

Пользуясь этими методами, электронная платформа сможет грамотно спрогнозировать и повысить свою прибыль, выбиться в лидеры среди конкурентов и оценить окупаемость инвестиций.

Список использованных источников:

1. Тулешова Г.Б., Казиева Л.Ж., Райымжан Э.К. Развитие инноваций как основа модернизации национальной экономики / Сборник материалов всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Экономика, право и управление: актуальные вопросы». Чебоксары: Издательство: ООО «Издательский дом «Среда», 2019г. С. 72-74
2. Алтухов С.И. Инновационный менеджмент [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://lib.ssga.ru/fulltext/2009/Алтухов%20С.И.%20Инновационный%20менеджмент.%202009.pdf>
3. Молодой учёный №5 (139) февраль 2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/139/39286/>

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА

А.Д. Марков

Научный руководитель И. В. Гоман

Сегодня для устойчивого развития экономики страны необходимо улучшение положения регионов. Каждый регион обладает неким потенциалом, который может быть использован с целью его развития. Одним из таких потенциалов является финансовый потенциал.

Научные исследователи трактуют совершенно по-разному финансовый потенциал региона, поэтому, для начала, разберем понятия «финансы» и «потенциал». Финансы в узком смысле слова – это капитал, денежные