

РАЗРАБОТКА ERP-СИСТЕМЫ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ РАБОТЫ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Авторы: Арсениев А.Н., Рубан А.О.

Научный руководитель: д.э.н, профессор Максимова Т.Г. (Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург)

Ключевые слова: ERP, бизнес-моделирование, веб-сервис, финансовый анализ, проектирование сервисов, веб-разработка, маркетинг, цифровая трансформация, маркетплейсы.

По данным ассоциации компаний интернет торговли (АКИТ) рынок интернет торговли в 2021 году достиг 3,6 млрд рублей увеличившись на 13% по сравнению с предыдущим годом. Мощнейшими драйверами такого роста являются маркетплейсы - онлайн платформы, забирающие на себя логистику до покупателя и предоставляющие витрину в интернете. Почти половина продаж 2020 года на рынке электронной коммерции пришлось на крупные маркетплейсы — Wildberries, Ozon, «Aliexpress Россия» и «Яндекс.Маркет». При этом, по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат), в 2020 году на онлайн-продажи пришлось только 3,9% оборота розничной торговли в РФ против 2% в 2019-м. Что свидетельствует о потенциале дальнейшего роста розничной интернет-торговли. Этому способствует и расширение категорий продаваемых товаров.

Среди маркетплейсов по данным исследовательского агентства Data Insight от апреля 2021 года можно выявить явного лидера - Wildberries - 305 млн заказов, Ozon — 73,8 млн, «AliExpress Россия» — 19 млн.

Однако предпринимателям интересно иметь представительство на нескольких маркетплейсах, чтобы диверсифицировать риски, появляющиеся при работе с одной компанией. И не терять клиентов, предпочитающий другой маркетплейс.

В связи с этим возникает проблема агрегации данных о заказах с разных площадок для дальнейшей отгрузки, сбора статистики о результате проделанной работы над карточкой товара, контроля остатков, числящихся на определенной площадке и анализа финансовых показателей по отдельной площадке, по отдельному товару, и по компании в целом.

В рамках данной работы были поставлены задачи формирования на отечественном рынке онлайн-сервиса, предоставляющего услуги агрегации данных с крупнейших маркетплейсов.

При выполнении работы было необходимо изучить рынок и потенциальную целевую аудиторию, подготовить бизнес-модель предоставления услуг и спроектировать веб-сервис. Разрабатываемый продукт сможет предложить своим клиентам централизованное управление продажами на маркетплейсах. Основными задачами веб-сервиса является:

Аналитика финансовых данных такие как ABC-анализ [2], XYZ-анализ, DDS-анализ, PNL-анализ, аналитика складских остатков, аналитика оборачиваемости.

В ходе работы были исследованы запросы потенциальных потребителей услуги, выделена целевая аудитория и определены основные гипотезы. Сформулирован общий вид сервиса и формат предоставления услуг, выявлены ключевые преимущества и устраненные недостатки в сравнении с конкурентными сервисами. Разработан минимальный жизнеспособный продукт (MVP): Построена бизнес-модель, а также определен план работ, перечень необходимых ресурсов и применяемые в разработке технологии.

В результате работы было получено представление о рынке сервисов агрегации данных с разных маркетплейсов, подготовлена оптимальная бизнес-модель для реализации услуг на

отечественном рынке, а также разработан минимальный жизнеспособный продукт, описание процесса его разработки и последующего выхода на рынок.

Арсениев А.Н. (Автор)

Максимова Т.Г.(Научный руководитель)