

**В. В. КОРНЕЕВА**

(г. Гомель, Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»)

Науч. рук. **Я. В. Емельянченко**

## **AMAZON КАК ПРИМЕР УСПЕШНОГО БИЗНЕС-ПРОЕКТА СОВРЕМЕННОСТИ**

В XXI веке в силу широкого развития информационных технологий кардинально изменились правила ведения бизнеса. Многие бизнес-процессы стали автоматизироваться, что и открыло новые возможности для бизнеса. Широкое распространение получает электронная коммерция (e-commerce) – продажа товаров или услуг посредством сети Интернет.

Особенность электронной коммерции заключается в отсутствии торгового павильона, соответственно, издержки на ведение бизнеса по модели e-commerce будут отличаться от расходов традиционного магазина: нет необходимости оплачивать помещение, закупать оборудование, нанимать кассиров и т. д.

РЕПОЗИТОРИЙ ГГУ ИМЕНИ Ф. СКОРУНЫ

Распространены два варианта ведения e-commerce-бизнеса: продажи товаров с собственного склада своими силами и так называемый дропшипинг, при котором товар хранится и доставляется со склада поставщика.

Одному из таких успешных бизнес-проектов в области e-commerce и посвящено наше исследование.

История компании Amazon начинается в 1994 году, когда ее основатель Джеффри Безос разместил несколько столов и компьютеров в своем гараже, а также арендовал небольшое помещение, ставшее первой штаб-квартирой стартапа. Первым товаром, который Дж. Безос стал продавать, были книги. В то время это был оптимальный вариант, потому что многие покупатели уверены, что при покупке книги ее необязательно видеть, достаточно прочесть аннотацию и посмотреть на обложку.

Первые заказы в интернет-магазине появились летом 1995 года. В течение первого месяца товары из Amazon были отправлены во все штаты США и в 40 других стран. На тот момент еженедельная выручка составляла 20 тыс. долл. [1].

Первая информация о компании начала распространяться электронными сообщениями или в режиме онлайн, например, участники различных форумов делились своими отзывами после покупки какого-либо товара на данном сайте.

Данный вид маркетинга был выбран по той причине, что в режиме онлайн пользователь может поделиться сразу с огромным количеством людей своими впечатлениями. И именно отзывы на форумах впоследствии помогли решить некоторые проблемы и устранить недостатки в организации.

В этот момент компании приносит успех три составляющих: широкий ассортимент товаров, удобная поисковая система, быстрая и надежная доставка. Именно благодаря этим положительным качествам компания стала популярна у пользователей по всему миру.

В названии и логотипе зашифрована концепция Amazon, ведь буква A является первой буквой алфавита и обеспечивает компании первые позиции в различных журналах и каталогах. Стрелочка, появившаяся в 2000 году, символизирует то, что в каталоге есть все от A до Z.

Цель компании не изменилась с момента ее основания – привлечь как можно больше клиентов на свой сайт и продавать как можно больше товаров и услуг, то есть стать крупным электронным магазином, где можно купить все.

Сейчас компания Amazon является лидером мира, у которой есть целая сеть центров обслуживания покупателей в Великобритании, США, Германии, Франции, Японии. Данная компания добилась такого успеха, руководствуясь лишь несколькими принципами:

1. Клиентоориентированность. В приоритете у компании требования клиента и выпуск соответствующей продукции. Amazon ориентируется на определенных покупателей со средним и высоким доходом.

2. Диверсификация. Также компания постоянно совершенствуется. Она не остановилась на продаже книг и сегодня Amazon охватывает 34 категории товаров, в том числе электронные книги, продукты питания, хозяйственные товары, спортивные товары и многое другое. Совсем недавно запустили доставку с помощью дронов, а также открыли оффлайн-магазин Amazon Go. Это уникальное место, где не надо платить за покупки: система автоматически подсчитывает, сколько стоит то, что вы покупаете, и снимает эту сумму с аккаунта покупателя в Amazon.

3. Кадровая политика. В компании полагают, что успеха могут добиться только малые группы. Именно поэтому в Amazon нет сложной вертикальной иерархии в управлении. Все построено на работе малых групп.

4. Маркетинг. Немаловажную роль в успешных продажах занимает и правильный маркетинг компании. Любой владелец сайта может продавать через свой ресурс продукцию Amazon, получая определенный процент от продаж.

Дж. Безос реализовал свою идею относительно дочернего рынка. Суть этой идеи состояла в том, что другие сайты могли продавать продукцию Amazon и одновременно рекламировать данный бренд, получая процент от продаж каждой единицы товара [2].

5. В компании всегда ориентировались на долгосрочную перспективу.

6. Информативность. Очень важным фактором стала информативность клиентов. Компания предоставляла возможность оговаривать необходимую информацию, касающуюся приобретению любого товара. Потребителей также информируют об условиях доставки, сроках и цене, и даже присылают список товаров, относящихся к данной категории изделий.

Сегодня компания является огромной частью глобальной экономики. Каждая третья онлайн-покупка в Америке совершается на Amazon. В компании работает 270 000 человек, годовой оборот составил 107 млрд. долларов. У компании 304 млн. активных клиентов, которые ежемесячно делают 120 млн. покупок. Рынок онлайн-ритейла расширяется на 15 % за год [3].

Итак, сегодня Amazon является одним из гигантов e-commerce. Это многогранная компания, представленная в разных отраслях. Пожалуй, в будущем можно будет наблюдать только усиление диверсификации Amazon.

Дж. Безос использует Интернет, чтобы предложить богатый выбор продукции (только наименований книг имеется в 15 раз больше, чем в любом книжном магазине) и обеспечить миллионам покупателей персонализированный сервис.

Успех Amazon породил новое отношение к розничной торговле, персонализировал подход к покупателю и вывел компанию в лидеры сетевых магазинов в Интернете. Дж.Безос изменил у людей восприятие электронной коммерции. Опыт успеха Amazon является примером того, как вновь появившаяся компания может устроить переоценку ценностей во всей индустрии.

#### **Список использованной литературы**

1 История Amazon и миллиардного состояния ее основателя [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://binaroption.com/stati/672-history-amazon>. – Дата доступа: 07.02.2020.

2 Правила лидерства от Amazon [Электронный ресурс].- Режим доступа: <https://brokertribunal.com/blog/post/14-pravil-liderstva-ot-amazon>. – Дата доступа: 07.02.2020.

3 История успеха Amazon [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://bizcentr.com/success-story-amazon.html>. – Дата доступа: 07.02.2020.