

Развитие онлайн-сервисов на примере компании «Яндекс»

А.Р. Кокин¹, А.А. Седашкин²

¹ Приволжский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия;

² Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия

Обоснование. В современном мире, с развитием технологий, особенно в интернет-пространстве, набирают популярность различные онлайн-сервисы, вызванные возрастающей необходимостью пользователей в повседневном их применении в силу удобства, комфорта, возможности обучения, развлечения и пр. Давайте разберемся, какие онлайн-сервисы наиболее популярны в настоящий момент, а также проанализируем, насколько успешны данные онлайн-сервисов для тех, кто ими обладает.

Цель — определить, какие онлайн-сервисы наиболее популярны в настоящий момент в России, а также то, насколько прибыльно ведение данных сервисов на основе бизнес-модели компании «Яндекс».

Методы. Если обратиться к рис. 1, то можно увидеть список самых популярных сервисов среди людей, живущих в России, при этом из года в год этот список растет все больше и больше. Сегодня в Интернете можно не только заказывать себе вещи, еду, но и получать образование, обращаться за помощью к врачу, нанимать работников или заказывать различные виды услуг. Все это является только малой частью того, что можно делать в Интернете. По данным опросов (рис. 1), проведенных компанией Initiative, можно выделить топ-3 самых популярных онлайн-сервисов России — транспорт, музыкальные сервисы, доставка еды, где популярность среди пользователей более 50 %.

На основе полученных данных был проведен анализ того, насколько прибыльно ведение онлайн сервисов на примере бизнес-модели компании «Яндекс».

На сегодняшний день «Яндекс» является одной из самых популярных платформ, которая предоставляет пользователям большое количество услуг в различных сферах: люди могут заказывать такси, еду, вещи, слушать музыку, смотреть фильмы, обучаться и многое другое, что подкрепляет факт успеха, так как компания обладает всеми самыми популярными сервисами, а люди могут использовать все это вместе, пользуясь буквально одним приложением.

Некоторыми удачными примерами являются такие сервисы как: «Яндекс музыка», пользователями которого являются более 70 % слушателей в России, выручка сервиса по итогам 2023 г. составила около 30 млрд руб., которая сформирована на 98 % из платных подписок.

Не менее доходным направлением является «Яндекс Лавка» и «Яндекс Еда», где по итогам за 2024 г. выручка выросла до 137 млрд руб., при этом сервис продолжает развиваться и расширяет новые функции.

Однако самым популярным сервисом компании является ЯндексGo (такси), прирост пользователей которого за период 2020–2024 гг. увеличился на четверть и составил 96 % всех заказов такси в г. Москве.

Компания активно внедряет новинки, становясь для клиентов максимально привлекательной, подобные изменения позволили увеличить выручку компании до 1 трлн руб. в 2024 году, что больше на треть по сравнению с 2023 годом, вместе с тем выросла и чистая прибыль компании составив 100 млрд руб. В планах компании на 2025 г. продолжить рост выручки в аналогичной динамике. Акции компании за последний год также увеличились в стоимости более чем на треть (рис. 2).



Рис. 1. Опрос людей о популярности онлайн-сервисов

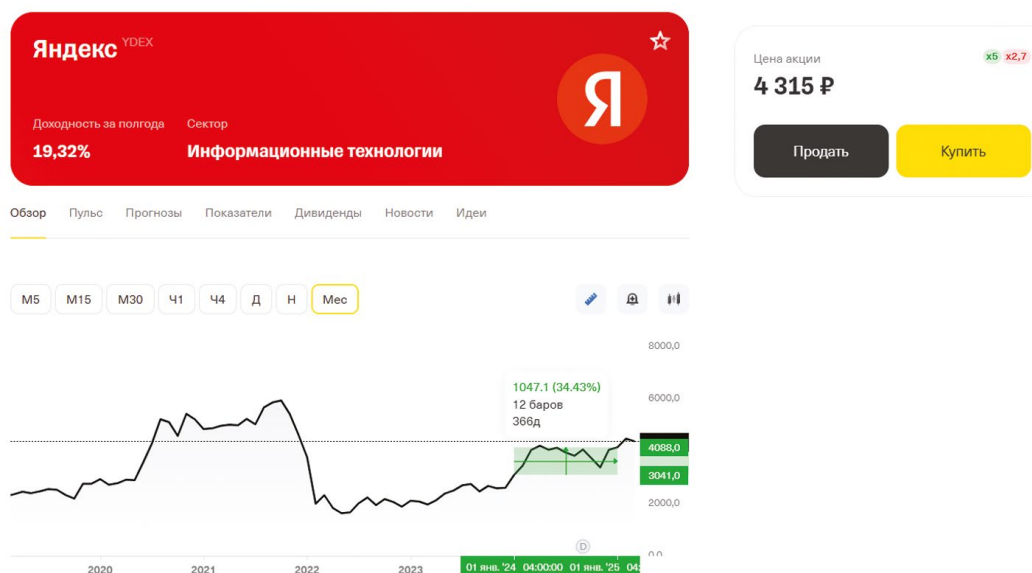


Рис. 2. Стоимость акций компании «Яндекс»

Выводы. Рассмотрев сервисы компании «Яндекс», можно сделать вывод, что данная компания выделяется среди остальных не только качеством предоставляемых услуг, но и созданием уникальных предложений. Компания активно внедряет новейшие технологии в свой бизнес, эффективно используя накопленный опыт и возможности онлайн-сервисов, понимая запросы клиентов начиная от дизайна и заканчивая концепцией определенных сервисов. Проанализировав все факторы, можно с большой уверенностью сказать, что данная компания является более чем успешной, являясь крупнейшей IT-компанией в России.

Ключевые слова: онлайн-сервисы; «Яндекс»; интернет-технологии; развитие технологий.

Сведения об авторах:

Александр Романович Кокин — студент, группа ПИБ-31, электротехнический факультет; Приволжский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия. E-mail: kokin.alexander1@yandex.ru

Алексей Александрович Седашкин — студент, группа 8209-400301D, юридический институт; Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева, Самара, Россия. E-mail: snowfall879@bk.ru

Сведения о научном руководителе:

Оксана Викторовна Малышева — кандидат экономических наук, доцент, институт управления и экономики; Приволжский государственный университет путей сообщения, Самара, Россия. E-mail: skoric_m@bk.ru