



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Доклад к курсовой работе на тему: «Особенности управления интернет-компаниями (на примере маркетплейса Озон)»

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается курсовая работа на тему: **«Особенности управления интернет-компаниями»** (слайд 1)

Цель и задачи исследования (слайд 2)

Целью курсовой работы является разработка проекта совершенствования управления интернет-компанией.

Для достижения указанной цели, в процессе написания курсовой работы необходимо решить следующие задачи: рассмотреть теоретические аспекты особенностей управления интернет-компаниями; проанализировать деятельность интернет-компаний; выявить слабые места интернет-компаний и предложить пути совершенствования управления.

Объект и предмет исследования (слайд 3)

Объектом исследования является маркетплейс «Озон», который организован в форме публичного акционерного общества ПАО «Ozon Holdings PLC». Предмет исследования- система управления компанией ПАО «Ozon Holdings PLC».

Актуальность темы исследования(слайд 4)

Интернет -это благоприятная среда для развития бизнеса. Мировая и отечественная сети развиваются очень быстрыми темпами - пользователи все чаще совершают покупки онлайн, общаются через социальные медиа, передают важную информацию «по облаку». В период пандемии рынок электронной коммерции получил еще большее развитие. Совсем недавно трудно было себе представить покупку товаров и услуг в сети Интернет, тогда как сегодня без этого не обходится практически ни один потребитель. Многие бизнесмены рассматривают возможность создания интернет-магазина, сайта, онлайн-приложения, так как все эти направления являются перспективными.

На сегодняшний день нет ни одной сферы деятельности, которая бы не получила свою реализацию в виде Интернет-проектов. При этом постоянно появляются и реализуются новые идеи, касающиеся того, как ещё Интернет может облегчить жизнь потребителей, сделать её более интересной и эффективной. Интернет-проекты - это уникальная возможность для самореализации людей, общения с единомышленниками, а также, что немаловажно, получения прибыли. Существует множество примеров, когда Интернет-проект, начинавшийся как любительский, практически без инвестиций, всего через несколько лет становился всемирно известным и высокодоходным бизнесом.

Однако, стоит отметить, что успех на рынке электронной коммерции зависит от эффективной системы управления интернет-компаниями. Важно своевременно реагировать на изменения внешней среды, поведения конкурентов, потребителей и др. В случае эффективно разработанной стратегии и ее реализации, интернет компания может существенно увеличить свою долю на рынке, в противном случае, место под солнцем займет кто-то другой.

Теоретические аспекты исследования(слайд 5)

Интернет-компаниями, работающие на рынке электронной коммерции являются: маркетплейсы, интернет-магазины, сервисы для продажи бизнес-услуг и ПО для бизнеса, сервисы для интернет-маркетинга, службы доставки и другие направления бизнеса. Интернет-компании характеризуются некоторыми особенностями в управлении. Так как данные компании работают на рынке электронной коммерции, то основной потребитель-это потребитель в сети Интернет. Управление ресурсом eCommerce, или менеджмент интернет-магазина - это деятельность по организации продаж, а также контроль, координация бизнес-процессов, трудовых ресурсов, необходимых для ее успешного осуществления. Для реализации интернет проектов необходимым является не только создание интернет-сайта, но и его продвижение. При этом, предусмотрено множество способов оптимизации интернет-бизнеса: контент-менеджмент, реклама в сети интернет и другое.

Анализ рынка электронной коммерции в России и в мире с 2018-2025гг. (слайд 6)

Рынок электронной коммерции- это перспективная отрасль экономики как в России, так и в мире. Потенциал роста этого рынка огромный, а следовательно, и развиваться на данном рынке является очень выгодным

мероприятием. В сети Интернет осуществляется реализация товаров, услуг, продуктов питания и так далее. Особую популярность в последнее время получили маркетплейсы, которые представляют собой площадку с несколькими продавцами. Сегодня потребитель может приобрести товары и услуги в одном месте по конкурентоспособным ценам. Наиболее популярными маркетплейсами являются: Wildberries , Ozon, Яндекс. Маркет, СберМегаМаркет, Амазон и другие.

Общая характеристика деятельности интернет-компании «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC») (слайд 7)

Для объекта исследования была выбрана интернет-компания ПАО «Ozon Holdings PLC», которая работает на рынке электронной коммерции более 20 лет, является маркетплейсом «Ozon». Компания осуществляет продажу товаров с собственной интернет-площадки. Анализ конкурентных позиций показал, что «Ozon»- это вторая в рейтинге торговая площадка по объемам продаж после маркетплейса Wildberries. Матричный анализ компании «Озон» показал, что ей необходимо развиваться на существующем рынке. Большую угрозу в настоящий момент представляют политические и социальные факторы. Нестабильная геополитическая ситуация в России и в мире, снижение доходов и покупательской активности населения не лучшим образом сказываются на всех отраслях экономики, не исключением являются и маркетплейсы. В таких условиях маркетплейсы вынуждены снижать цены, что сказывается на показателях прибыли.

Экономические показатели интернет-компании «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC») (слайд 8)

На протяжении последних четырех лет с 2018-2021гг., в компании ПАО «Ozon Holdings PLC» происходит рост выручки, при этом большая доля

в структуре выручки приходится на продажи товаров, меньшая на продажи услуг. Тем не менее, несмотря на рост продаж, прибыль компании имеет знак минус. При этом в динамике минус только растет, что вызывает тревожность в деятельности организации.

Мероприятия для совершенствования управления интернет-компанией «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC») (слайд 9)

Для совершенствования управления интернет-компанией ПАО «Ozon Holdings PLC» были предложены мероприятия в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. Предлагается в ближайшее время внедрение голосовых помощников в деятельность маркетплейса, в среднесрочной перспективе необходимо открывать маркетплейсы в сегменте B2B, а также осуществлять доставку готовой продукции из ресторанов и кафе. В долгосрочной перспективе улучшить работу маркетплейса позволят внедрение дронов для доставки товаров, а также роботизации, как например, сегодня осуществляется у маркетплейса Яндекс. Маркет.

Экономическая эффективность предложенных мероприятий интернет-компания «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC») (слайд 10)

Безусловно, для того, чтобы закрыть большой минус в строке прибыль, компании «Озон» необходимо постоянно совершенствовать существующие стратегии, изучать деятельность конкурентов и внедрять новейшие технологии работы с потребителями. Крайне сложно прогнозировать объемы продаж, прибыли и рентабельности после проведения мероприятий. Тем не менее, в курсовой работе был представлен расчет экономической эффективности после реализации мероприятия- по внедрению голосовых помощников. Предполагается, что данный проект позволит в среднем увеличить объемы продаж на 15,0%, в то же время валовая рентабельность увеличится на 3,0% и

составит 40,0%. Расчет основан на изучении эффективности продаж, которые осуществляются с помощью голоса.

Вывод(слайд 11)

Несмотря на то, что рынок маркетплейсов и электронной коммерции – является перспективным, желающих на нем работать меньше не становится. А чтобы победить конкуренцию, необходимо быть лучше, сильнее и конкурентоспособнее, этому помогут только эффективная система управления интернет-компанией.

Спасибо за внимание! (слайд 12)