

Название учебного заведения

Курсовая работа на тему: «Особенности управления интернет-компаниями (на примере маркетплейса Озон)»

Выполнил: _____

Проверил: _____



Цель и задачи исследования

Цель курсовой работы - разработка проекта совершенствования управления интернет-компанией.



Задача 1: Рассмотреть теоретические аспекты особенностей управления интернет-компаниями;



Задача 2: Проанализировать деятельность интернет-компаний;



Задача 3: Выявить слабые места интернет-компаний и предложить пути совершенствования управления.





Объект и предмет исследования



Объект исследования:

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

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.

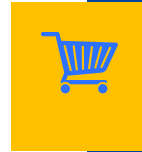
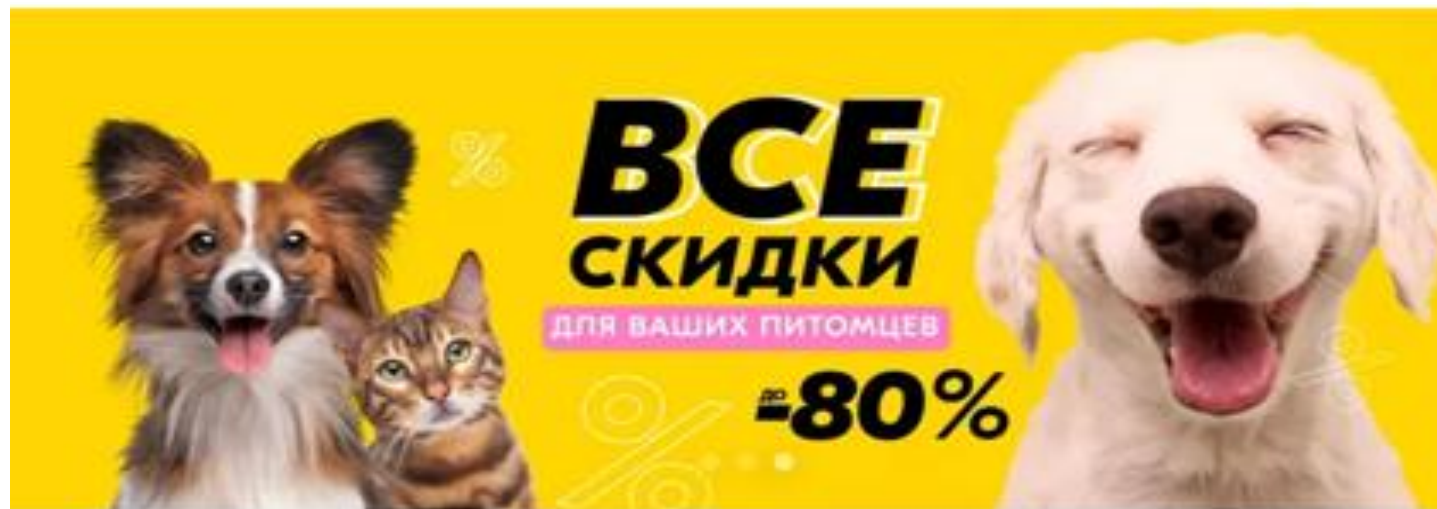


Теоретические аспекты исследования

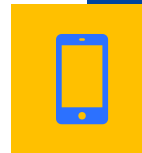
Управление ресурсом eCommerce, или менеджмент интернет-магазина - это деятельность по организации продаж, а также контроль, координация бизнес-процессов, трудовых ресурсов, необходимых для ее успешного осуществления.

Таблица 1-Формы электронной коммерции

B2B	Бизнес для бизнеса	C2B	Потребитель для бизнеса
B2C	Бизнес для потребителя	G2G	Правительство для Правительства
B2G	Бизнес для правительства	B2P	Бизнес для партнеров
C2C	Потребитель для потребителя	B2E	Бизнес для сотрудников
G2C	Правительство для граждан	B2B2C	Бизнес потребителю с помощью посредника



Маркетплейсы



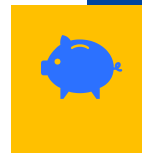
Интернет-магазины



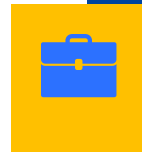
Службы доставки



Сервисы для продажи бизнес услуг и ПО



Онлайн-банкинг



Другие

Анализ рынка электронной коммерции в России и в мире с 2018-2025гг.



Wildberries



Ozon



Yandex.Market



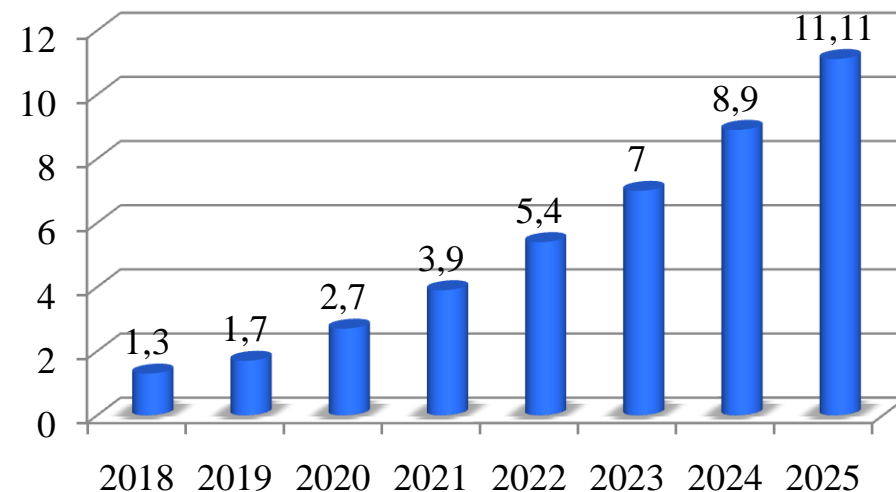
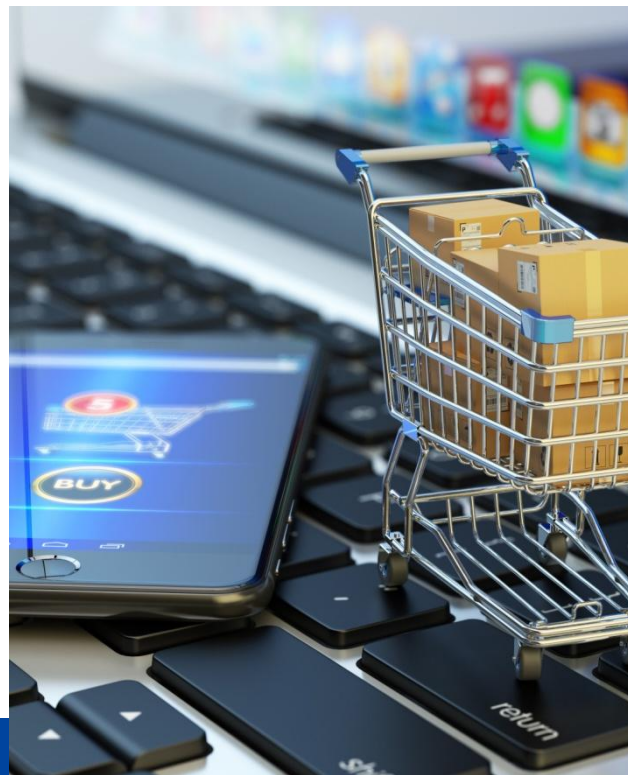
СДЭК.Маркет



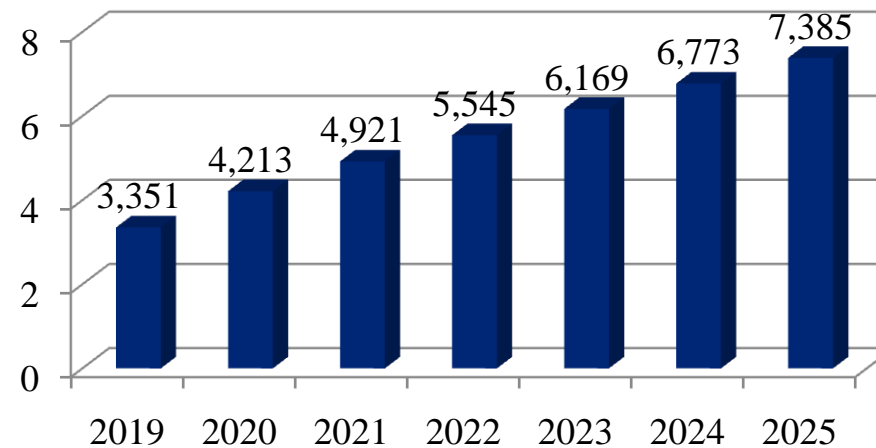
СберМегаМаркет



Amazon



■ Объем российского рынка электронной коммерции, трлн. руб.



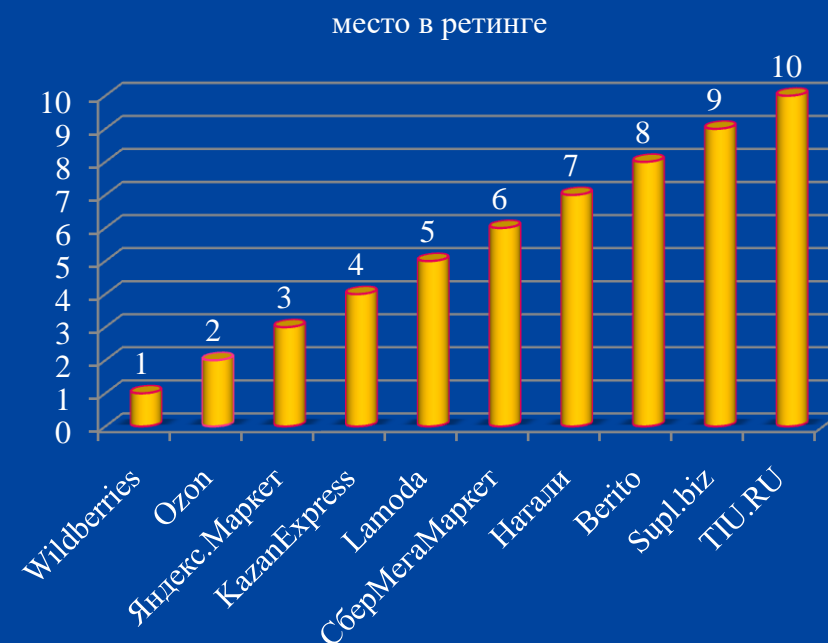
■ Объем мирового рынка электронной коммерции, трлн.долл. США

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

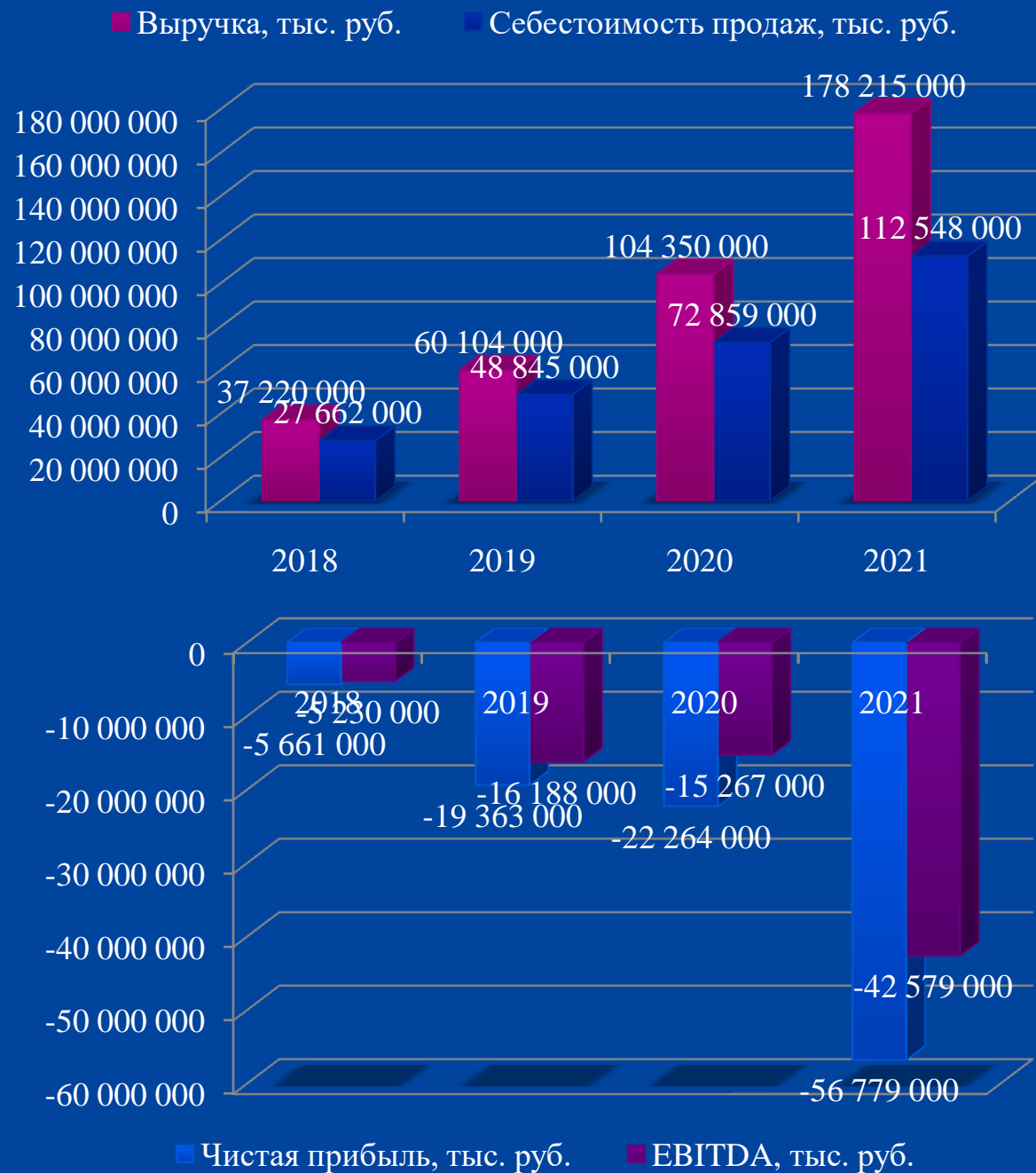
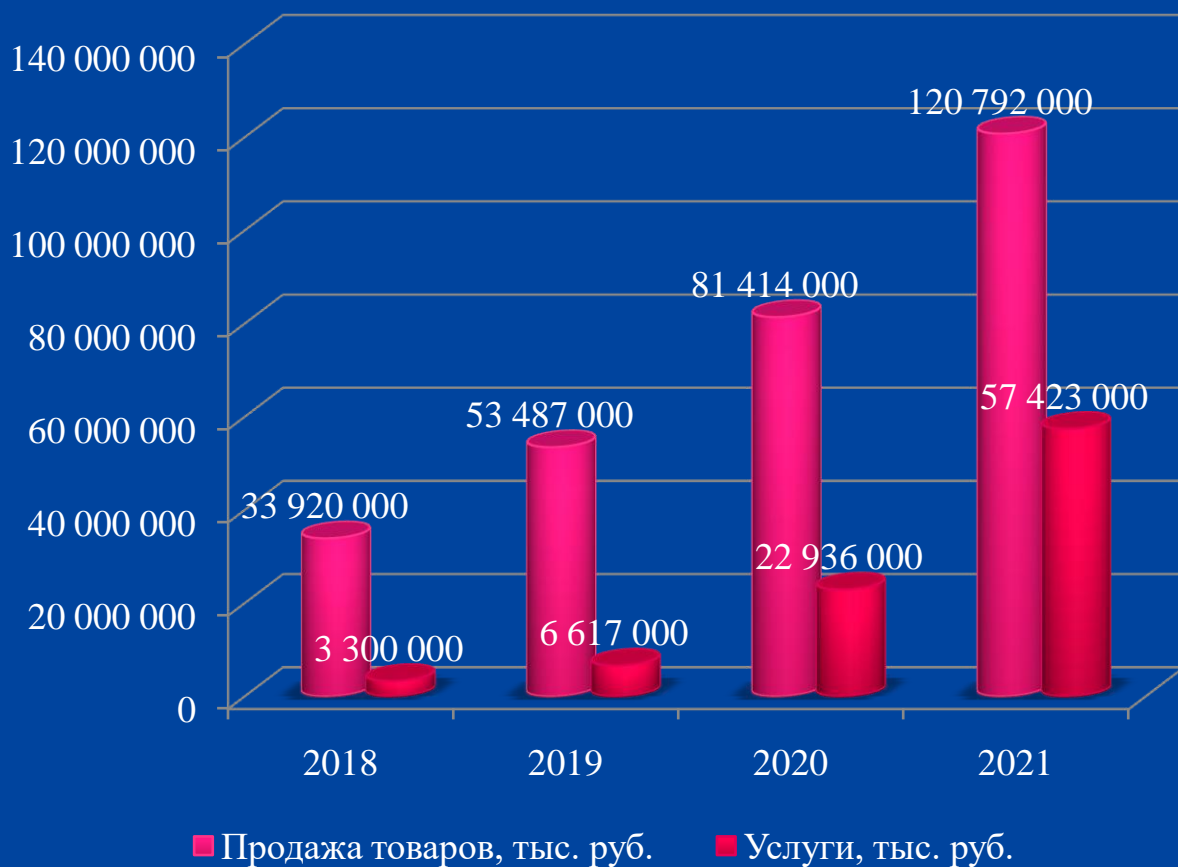


№ п/п	Направления	Показатели
1	Торговая площадка и ИТ-платформа	20+ лет в российской электронной коммерции; >150 миллионов продуктов в 20+ категориях; 32,7 миллиона активных клиентов; 4000 ИТ-инженеров
2	Логистика и доставка	>1 200 000 кв. м складских площадей; 17 фулфилмент-центров по всей России >23 000 пунктов выдачи и шкафчиков посылок; >5 000 курьеров; ~ 85 млн. человек в России, охваченной доставкой Ozon или с пунктом самовывоза поблизости
3	Экосистема услуг	Ozon разрабатывает систему дополнительных сервисов для торговых клиентов и продавцов, включая финтех-продукты, экспресс-доставку и бронирование путешествий. 10,7 миллиона пользователей. Ozon Card <60-минутная доставка через Ozon Fresh. ~ 815 000 заказов на Ozon Travel в течение 9 месяцев в 2022 году .

№ п/п	Модели	Характеристика модели
1	Модель FBO(Fulfillment by Operator/Ozon)	В задачу продавца входит доставка товаров на склад Ozon, в упакованном виде или нет, с заполненными документами. То есть эта модель подходит для тех, у кого нет возможности, например, отвезти товары в другой город или заниматься развозом по пунктам выдачи.
2	Модель FBS (Fulfillment by Seller)	Продавец хранит товары на собственном складе, а когда приходит заказ, самостоятельно их собирает, упаковывает и маркирует по требованиям Ozon. Затем необходимо доставить товар в сортировочный центр или в пункт выдачи заказа. Подходит, если продавец работает с несколькими платформами и отгружать все только Озону не очень удобно.
3	Модель FBS+	Озон вообще никак не участвует в доставке, продавец сам и хранит, и упаковывает, и доставляет товары. Подходит крупным магазинам с собственной инфраструктурой доставки, которые могут экономить на масштабе и не платить Озону за доставку и другие сопутствующие услуги.



Экономические показатели интернет-компании «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC») с 2018-2021 гг.



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



Внедрение голосовых помощников;



Расширение ассортимента – доставка блюд из ресторанов;



Развитие оптовых маркетплейсов в сегменте B2B;



Осуществлять доставку дронами;



Внедрение роботизации в доставке товаров.



Экономическая эффективность предложенных мероприятий интернет-компании «Ozon» (ПАО «Ozon Holdings PLC»)

Лучшие предложения!



■ ДО мероприятий ■ После мероприятий

■ Валовая рентабельность, %

Вывод

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!

OZON

На календаре —
весенний шопинг!

Заходите за покупками

