

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Г.В. ПЛЕХАНОВА»
(ФГБОУ ВО «РЭУ им Г.В. Плеханова»)**

Высшая школа экономики и бизнеса
Базовая кафедра торговой политики

«Допустить к защите»
И.о. заведующего базовой кафедрой
торговой политики
Столярова Алла Николаевна
« ____ » _____ 2024 г.

**Выпускная квалификационная работа бакалавра
в формате стартапа**

Направление 38.03.06 «Торговое дело»
профиль «Коммерция»

ТЕМА: «Развитие торговой деятельности на маркетплейсах»

Выполнила студентка. Смирнова Марина Михайловна

Группа **15.04Д-ТД05/206**

Научный руководитель
выпускной квалификационной работы
Никишин А.Ф., к.т.н., доцент

(подпись)

Автор _____
(подпись)

Москва – 2024 г.

Содержание

Введение.....	2
Глава 1. Маркетплейсы и их роль в цифровой торговле.....	8
1.1. Цифровые технологии и их роль в современной экономике.....	8
1.2. Маркетплейсы как форма электронной торговли.....	10
1.3. Особенности работы российских маркетплейсов.....	14
Глава 2. Характеристика стартап-проекта магазина женской одежды «Dresses for empresses» на маркетплейсах.....	23
2.1. Общая характеристика стартап проекта.....	23
2.2. Характеристика предполагаемого ассортимента.....	27
2.3. Анализ рынка женской одежды.....	33
Глава 3. Перспективы реализации товаров магазина «Dresses for empresses» на маркетплейсах.....	38
3.1. Перспективы реализации товаров.....	38
3.2. Организационный план.....	43
3.3. Финансовый план.....	48
Заключение.....	55
Список использованных источников.....	57

Введение

Онлайн торговля стала одним из динамично развивающихся сегментов розничной торговли. В условиях развития интернета и мобильных устройств, потребители все чаще предпочитают делать покупки онлайн ввиду легкой доступности и экономии времени. Это открывает возможности для бизнеса, но требует умения адаптироваться к новым требованиям рынка и быстро реагировать на изменения, которые происходят постоянно из-за развивающихся технологий.

В современном мире рынок онлайн-торговли продолжает активно развиваться, и маркетплейсы играют важную роль в этом процессе. Маркетплейсы представляют собой онлайн-платформы, которые соединяют продавцов и покупателей для совершения торговых операций. Продавцы могут размещать свои товары или услуги на маркетплейсе, а покупатели могут искать, выбирать и приобретать товары через эту платформу, маркетплейсы обычно предлагают разнообразные товары и услуги от разных продавцов, что делает их удобным местом для совершения покупок.

Важность маркетплейсов заключается в их способности объединять широкий круг продавцов и покупателей, что обеспечивает большой выбор товаров и конкурентные цены. При этом за счет грамотно организованной системы логистики товар может быть доставлен быстро в любую точку. Благодаря маркетплейсам малые и средние бизнесы могут начать продажи в интернете, не тратя большие суммы на создание собственного интернет-магазина, а товары становятся доступны повсеместно, так как пункты выдачи маркетплейсов представлены даже в самых маленьких городах России, за счет чего маркетплейсы помогают продавцам достигать новых рынков и аудиторий благодаря своей популярности у потребителей.

Маркетплейсы, с их удобным интерфейсом, широким ассортиментом товаров и удобством для покупателей, становятся все более популярным

способом проведения торговли в интернете, мы можем наблюдать это в ИП Смирнова Марина Михайловна, которое занимается продажей женской одежды на маркетплейсах. Однако российские маркетплейсы имеют свои особенности, которые важно учитывать при работе с ними.

В современном мире мода и стиль играют важную роль в жизни каждого человека. Они помогают выразить свою индивидуальность, подчеркнуть достоинства и создать неповторимый образ. Однако выбор одежды может быть сложным и затратным процессом, особенно для женщин, которые стремятся выглядеть стильно и элегантно. Именно поэтому создание бренда «Dresses for empresses», который будет предлагать широкий ассортимент женской одежды на популярных маркетплейсах «Авито» и «Ozon».

Цель стартапа — создать бренд, который будет предлагать качественную и стильную одежду по доступным ценам. Гибкий подход к созданию и продвижению бренда позволит нам занять свою нишу на рынке женской одежды и привлечь внимание целевой аудитории, также важно предоставить женщинам возможность приобрести качественную и стильную одежду по доступным ценам. Для этого мы будем производиться работа над следующими задачами:

- Расширение ассортимента. «Dresses for Empresses» будет постоянно обновлять каталог новыми моделями одежды, чтобы клиенты могли найти то, что им нравится.
- Улучшение качества продукции. «Dresses for Empresses» использует только качественные материалы и фурнитуру, чтобы данная одежда была долговечной и удобной в носке.
- Развитие бренда. «Dresses for Empresses» планирует активно продвигать свой бренд на маркетплейсах и в социальных сетях, чтобы привлечь больше клиентов и увеличить продажи.

- Создание уникального стиля. «Dresses for Empresses» стремимся создать уникальный стиль бренда, который будет отличаться от других предложений на рынке.

Бренд «Dresses for empresses» готов предложить своим клиентам широкий ассортимент женской трендовой одежды, высокое качество продукции и отличный сервис. Магазин стремится сделать такой ассортимент и качество, чтобы каждая женщина могла найти себе идеальный наряд для любого случая.

Стартап «Dresses for Empresses» — это не просто магазин одежды, это возможность для женщин выразить свою индивидуальность и подчеркнуть свой неповторимый стиль. Магазин стремится создать атмосферу, в которой каждая клиентка сможет почувствовать себя настоящей «императрицей» (потому что «empress» переводится с английского как «императрица»).

ИП Смирнова М.М. будет внимательно следить за тенденциями моды и предлагать нашим клиенткам актуальные и стильные наряды. Кроме того, магазин «Dresses for Empresses» будет активно работать над улучшением качества обслуживания своих клиентов. Будет создана удобная и понятная система навигации по нашему магазину, будет обеспечена быстрая и надёжная доставка заказов, а также будем оперативно реагировать на все вопросы и пожелания наших клиенток.

Стартап будет проходить в три этапа развития:

- первый этап: май-июнь 2024 г. - закупка пробной партии товаров для интернет-магазина на маркетплейсе «Авито»; адаптация стратегии под конкретные потребности и цели; анализ результатов продаж, определение наиболее востребованных товаров.

- второй этап: июль 2024 г.-июнь 2025 г.: выход на «Ozon» с сезонными летними вещами, подготовка к дальнейшему развитию на данном маркетплейсе, затем расширение бизнеса, увеличение объёмов закупок для маркетплейса «Ozon», развитие ассортимента товаров, продвижение бренда «Dresses for empresses» на рынке. Этот план развития предполагает

постепенное расширение бизнеса и выход на новые маркетплейсы, что позволит увеличить объёмы продаж и привлечь больше клиентов. Важно также уделить внимание продвижению бренда и улучшению качества обслуживания клиентов.

Для успешной реализации плана необходимо провести детальный анализ рынка, определить целевую аудиторию, разработать стратегию продвижения и обеспечить высокое качество товаров и услуг. Стартап «Dresses for Empresses» представляет собой перспективный проект, который может стать успешным и востребованным на рынке женской модной одежды. Актуальность проекта определяется тем, что сегодня рынок женской одежды переполнен различными брендами и предложениями. Однако многие из них не могут удовлетворить потребности современных женщин в качественной, стильной и доступной одежде. Магазин «Dresses for Empresses» предлагает уникальный продукт, который сочетает в себе все эти качества. Одежда создана с использованием качественных материалов и фурнитуры, а также с учётом последних тенденций моды. Это позволяет магазину «Dresses for Empresses» создавать стильные и оригинальные образы, которые будут радовать наших клиентов.

Таким образом, стартап «Dresses for Empresses» представляет собой перспективный проект, который может стать успешным и востребованным на рынке женской модной одежды.

Цель выпускной квалифицированной работы в формате стартап – анализ перспектив создания и развития бизнеса с использованием современных цифровых технологий. Объект исследования – ИП Смирнова М.М. Предмет исследования – роль и перспективы развития электронной коммерции в сфере обращения.

Выпускная квалифицированная работа состоит из трех разделов: в первой главе анализируются цифровые технологии и их роль в современной экономике, являющиеся основой стартап проекта, во второй главе представлена характеристика проекта и анализ внешней среды, в третий главе

представлены перспективы развития стартап проекта и проведено финансовое планирование.

Глава 1. Маркетплейсы и их роль в цифровой торговле

1.1. Цифровые технологии и их роль в современной экономике

Информационные технологии — это совокупность методов, техник и инструментов, используемых для сбора, хранения, обработки, передачи и использования информации в целях повышения эффективности работы организаций и удовлетворения потребностей пользователей [13]. Информационные технологии включают в себя такие области как компьютерные науки, информационные системы, телекоммуникации, программное обеспечение и многое другое, а также играют важную роль в современном мире, обеспечивая поддержку бизнес-процессов, коммуникацию, управление данными и многие другие функции [8]. Цифровые технологии изменяют способ торговли и потребления:

1. Увеличение доступности товаров и услуг
2. Персонализация продуктов и услуг
3. Рост электронной коммерции
4. Улучшение качества обслуживания
5. Увеличение конкурентоспособности

Интернет и электронная коммерция являются важной частью современных информационных технологий. Интернет обеспечивает доступ к широкому спектру информации и услуг, что позволяет пользователям совершать покупки и проводить другие транзакции онлайн [11]. Электронная коммерция, или электронная торговля, представляет собой процесс покупки и продажи товаров и услуг через интернет, она позволяет компаниям расширить свою аудиторию, снизить издержки и улучшить обслуживание клиентов, а также способствует увеличению конкуренции на рынке и развитию новых бизнес-моделей.

В электронной торговле используются различные информационные технологии [10]:

- Веб-сайты и мобильные приложения для продажи товаров и услуг
- Электронные платежные системы для принятия онлайн-платежей
- Системы управления контентом для управления каталогами товаров и описаниями
- Интеграция с социальными сетями для продвижения товаров и привлечения клиентов
- Аналитические системы для отслеживания и анализа поведения пользователей
- Контент-маркетинг и SEO для привлечения трафика на сайт
- CRM-системы для управления клиентскими данными и связи с клиентами.

Информационные технологии играют существенную роль в современной торговле, упрощая процессы продаж, управления складами и взаимодействия с клиентами, однако их использование также несет свои проблемы, с которыми торговая организация может столкнуться. Одной из ключевых проблем является безопасность данных, так как с ростом онлайн-торговли и электронных платежей возрастает вероятность кибер-атак и утечек конфиденциальной информации о клиентах.[20] Бизнес должен принимать все необходимые меры для защиты своих данных и данных клиентов, что часто требует значительных затрат, так как недостаточная защита данных может привести к утечкам конфиденциальной информации о клиентах, платежных реквизитах и др. Другой проблемой может быть нехватка квалифицированных специалистов, для успешной реализации проектов в области ИТ в торговле необходимы специалисты со знаниями и опытом в области информационных технологий.

Еще одной проблемой может стать нехватка инноваций, поскольку быстро меняющиеся технологии требуют постоянного обновления программного обеспечения и аппаратных средств [20].

В целом, хотя информационные технологии предоставляют бизнесу множество возможностей, в их использовании также присутствуют

определенные вызовы и проблемы, поэтому важно быть готовым к ним и принимать все необходимые меры для их решения. Таким образом, цифровые технологии играют ключевую роль в современной экономике, обеспечивая увеличение производительности, улучшение качества услуг и снижение издержек, они также способствуют развитию новых моделей бизнеса и появлению инноваций.

1.2. Маркетплейсы как форма электронной торговли

Одной из тенденций торговли является все большее использование электронной коммерции. В настоящее время российский рынок онлайн-торговли (или e-Commerce) является самым быстроразвивающимся сегментом ритейла. Основными драйверами развития интернет-торговли являются укрепление доверия потребителей к онлайн-покупкам, привычка к удобному способу совершения покупок, а также способность рынка оперативно реагировать на многочисленные запросы клиентов, предлагая им более качественные сервисы.

Наибольшую долю общего прироста оборота интернет-торговли в последние годы обеспечивают маркетплейсы (рисунок 1.1).

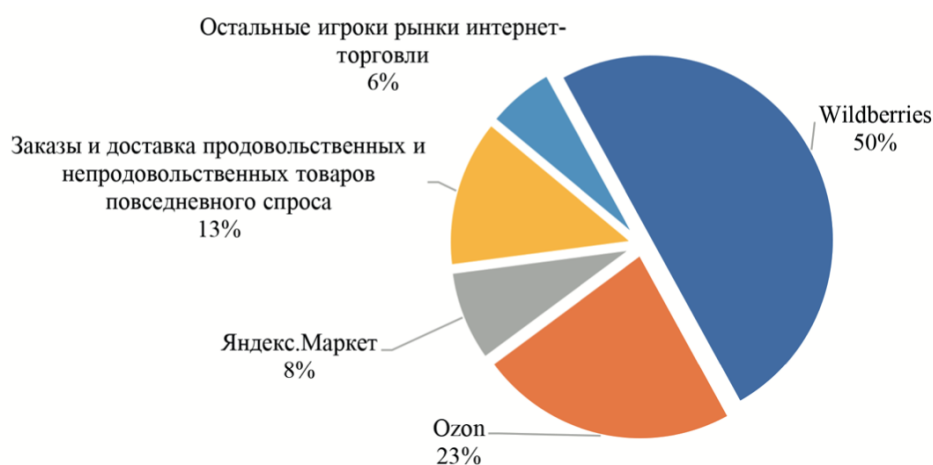


Рисунок 1.1. Структура прироста оборота интернет-торговли по категориям участников рынка в 2022 г.

Если рассмотреть суммарно вклад в рост оборота трех крупнейших маркетплейсов в России, увидим, что он составил порядка 80%. Онлайн-торговля продолжает демонстрировать стабильный рост и привлекать все больше потребителей [14]. Некоторые из ключевых тенденций, которые можно наблюдать в сфере онлайн-торговли, включают в себя:

Рост мобильных покупок. Мобильные покупки становятся все более популярными среди пользователей, так как они предлагают удобство и доступность покупок в любое время и в любом месте, что открывает новые возможности для онлайн торговли и позволяет компаниям привлекать больше клиентов. Одной из перспектив развития мобильных покупок является улучшение пользовательского опыта. Также стоит отметить рост популярности мобильных платежей, что делает процесс оплаты быстрым и удобным для пользователей. В целом, мобильные покупки представляют собой значительный потенциал для развития онлайн торговли и компаниям следует инвестировать в эту область, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке.

Одним из актуальных трендов в развитии интернет-торговли является бизнес-модель маркетплейсы. Создание и использование маркетплейсов в современных условиях способствует осуществлению комплексного реинжиниринга процессов поиска контрагентов, маркетинговой и рекламной деятельности, процесса реализации и оплаты продукции [23]. Маркетплейс — это цифровая платформа, созданная онлайн (единое информационное пространство), агрегирующая информацию о товарах, поставщиках, потребителях продукции или услуг, что позволяет пользователю сделать оптимальный выбор путем сравнения качества, цены, условий предоставления и поставки и др. [23]. Маркетплейс выступает в качестве посредника между продавцом и конечным покупателем.

Основные характеристики маркетплейсов:

1. Многообразие товаров и услуг. Маркетплейс предлагает широкий выбор товаров от различных продавцов, что позволяет покупателям сравнивать цены и выбирать наиболее подходящий вариант.
2. Контроль качества товаров и услуг. Многие маркетплейсы предоставляют отзывы и рейтинг продавцов, что помогает покупателям принимать информированные решения и выбирать надежных продавцов.
3. Удобство покупки. Покупателям не нужно переходить с одного сайта на другой для поиска нужного товара, все товары собраны на одной платформе, что делает процесс покупки более удобным и эффективным.

На долю маркетплейсов приходилось более 68% рынка онлайн-продаж в секторе B2C по данным Forrester Analytics. [28]

Особенности электронной торговли через маркетплейсы:

- Возможность сравнения цен и выбора лучшего предложения среди различных продавцов.
- Удобная система оплаты и доставки товаров.
- Возможность продажи как физических, так и цифровых товаров.
- Возможность масштабирования бизнеса для продавцов, не требует больших инвестиций в создание собственного сайта.
- Возможность быстро выйти на новые рынки и привлечь новых клиентов.

Маркетплейсы начали активно развиваться в России в начале 2000-х годов. Одним из первых успешных проектов на российском рынке стал маркетплейс Ozon, основанный в 1998 году, он предлагал широкий ассортимент товаров, начиная от книг и музыки, и заканчивая электроникой и бытовой техникой. [26]. Со временем на российском рынке появились и другие маркетплейсы, такие как Wildberries, Lamoda, АлиЭкспресс, Яндекс.Маркет, Авито и др. Они предлагали потребителям удобный способ покупки товаров и услуг онлайн, а также обеспечивали продавцам доступ к широкой аудитории и возможность увеличить объем продаж.

С развитием интернет-технологий и увеличением числа пользователей онлайн-платформы стали активно внедрять новые сервисы, такие как кэшбэк, рейтинги продавцов, удобные системы оплаты и доставки. Это позволило маркетплейсам укрепить свои позиции на рынке и привлечь еще большее число клиентов.

Сегодня маркетплейсы являются одним из основных каналов продаж для многих компаний и представляют собой крупный сегмент российской онлайн-торговли. Рынок маркетплейсов продолжает динамично развиваться, появляются новые игроки и сервисы, что способствует росту конкуренции и улучшению условий для покупателей и продавцов (например ИП Смирнова М.М.).

Структура маркетплейса обычно состоит из следующих компонентов[22]:

- Регистрация: пользователи могут зарегистрироваться на платформе как продавцы или покупатели, создав учетные записи.
- Каталог товаров: на маркетплейсе представлены различные товары или услуги, которые могут быть отсортированы по различным категориям.
- Поиск и фильтрация: пользователи могут использовать поисковую строку для поиска конкретных товаров или услуг, а также применять фильтры для уточнения результатов.
- Корзина и оформление заказа: покупатели могут добавлять товары в корзину, а затем оформлять заказ, выбирая способ оплаты и доставки.
- Отзывы и рейтинги: пользователи могут оставлять отзывы о продуктах и продавцах, а также ставить им рейтинги, что помогает другим покупателям принять решение о покупке.
- Учетные записи продавцов: продавцы могут управлять своими учетными записями, добавлять новые товары, устанавливать цены, отслеживать заказы и взаимодействовать с покупателями.
- Служба поддержки: маркетплейс может предоставлять службу поддержки, где пользователи могут обращаться с вопросами, проблемами или жалобами.

Существует множество преимуществ использования маркетплейса для продавцов, одним из ключевых плюсов является большой трафик посетителей и широкий охват аудитории, благодаря чему продавцы, такие как ИП Смирнова М.М., могут быстро увеличить количество потенциальных клиентов. Также из-за готовой инфраструктуры на маркетплейсе, продавцам не нужно тратить время и ресурсы на создание витрины, логистику и IT-платформу – это все уже готово.

Кроме того, маркетплейс предоставляет возможность начать продавать с небольшим стартовым капиталом, минимальными требованиями к продавцам и экономией на издержках от ведения бизнеса, что очень важно для начинающего бизнеса. Наличие инструментов для продвижения и акций, а также аналитики помогают снизить расходы на маркетинг и рекламу. Также на маркетплейсе продавцы могут снизить риски относительно процесса продаж, воспользоваться лояльностью и доверием покупателей, а также быстрой возможностью развития бизнеса и высокой конкурентоспособностью. В целом, платформа маркетплейса удобный способ для продавцов увеличить продажи, привлечь новых клиентов и развить свой бизнес.

Почти половина всех продавцов на маркетплейсах - дистрибьюторы, занимающиеся продажей разных брендов, больше всего их на Яндекс Маркете и AliExpress. Особенность продавцов Wildberries - отличное от среднего соотношение дистрибьюторов и брендов с прямыми продажами: на Wildberries дистрибьюторов меньше, а брендов с прямыми продажами больше, чем в среднем. Селлеры Яндекс Маркета отличаются более низкой долей производителей товаров.



Рисунок 1.2. Продавцы на маркетплейсах

1.3. Особенности работы российских маркетплейсов

В России существуют следующие модели работы с маркетплейсами, наиболее популярные это [23]:

1. FBO (Full Business Outsourcing) - модель, при которой продавец полностью передает управление своим бизнесом третьей стороне. Это может включать в себя управление производством, продажами, маркетингом, логистикой и другими бизнес-процессами. Основными плюсами данной модели являются экономия времени и ресурсов компании, а также повышение операционной эффективности.
2. FBS (Full Business Service) - модель, при которой продавец приобретает все необходимые услуги для ведения бизнеса у одного провайдера. Это может включать услуги по разработке и поддержке веб-сайта, маркетингу, обработке платежей, логистике и другим аспектам бизнеса. Плюсы данной модели включают централизацию управления и упрощение процессов.
3. DBS (Dropshipping Business Model) - модель, при которой продавец продает товары, не имея их на складе, а заказывает их у поставщиков только после получения заказа. Основным плюсом данной модели является минимизация затрат на складское хранение и инвентаризацию, а

также расширение ассортимента товаров без необходимости дополнительных инвестиций.

Целевая аудитория маркетплейсов в России - покупатели, которые ищут разнообразные товары и услуги онлайн, желают сравнить цены и выбрать лучшие предложения, а также хотят удобно и быстро совершать покупки без необходимости посещения реальных магазинов. Около 70% жителей России регулярно совершают покупки на маркетплейсах (как минимум один раз в месяц). Средний возраст покупателей составляет 25-44 года. У маркетплейсов наибольшую долю составляют мужчины (от 53% до 61%). Только на маркетплейсе Wildberries доля женщин больше мужской и равняется 54%.

Наиболее популярными категориями товаров на маркетплейсах являются [25]:

1. Товары для дачи и дома: здесь можно найти товары для дома, мебель, декор, посуду, средства для уборки и многое другое.
2. Детские товары, включая одежду: здесь можно найти одежду, обувь, игрушки, товары для младенцев и все необходимое для детей разного возраста.
3. Одежда и обувь для взрослых: категория, в которой можно найти одежду, обувь и аксессуары различных брендов и стилей. Именно этой товарной категорией занимается ИП Смирнова М.М.
4. Электроника и техника: здесь представлены различные виды техники, от смартфонов и ноутбуков до бытовой техники и аксессуаров.
5. Автотовары: категория, в которой представлены автомобили, мотоциклы, запчасти, аксессуары и товары для технического обслуживания.
6. Спорт и отдых: категория, в которой представлены спортивные товары, экипировка, аксессуары для активного отдыха и тренировок.
7. Еда и напитки: здесь можно найти продукты питания, напитки, деликатесы, сладости, специи и другие продукты питания.
8. Развлечения и хобби: категория, в которой представлены игры, книги, фильмы, музыка, хобби и товары для творчества.

Однако существуют некоторые недостатки торговли на маркетплейсах такие как:

- Конкуренция и перекупщики. На маркетплейсах большое количество продавцов конкурируют между собой, что может привести к снижению цен и уровня сервиса. Также нередко встречаются перекупщики, которые покупают товары по низкой цене и перепродают их с наценкой.
- Проблемы с качеством товаров. На маркетплейсах продавцы могут выставлять товары низкого качества или подделки. Покупатели могут столкнуться с проблемами возврата и обмена таких товаров.
- Недостаток доверия. Покупателям может быть сложно доверять незнакомым продавцам на маркетплейсах. Это может привести к сомнениям и снижению объемов продаж.
- Риск мошенничества. На маркетплейсах могут быть мошеннические продавцы, которые могут обмануть покупателей. Это может повлиять на репутацию и доверие к платформе.
- Проблемы с доставкой. На маркетплейсах может возникать проблемы с доставкой товаров, особенно при работе с различными курьерскими службами. Это может привести к задержкам и утере товаров.
- Ограниченный выбор. Некоторые маркетплейсы имеют ограниченное количество продавцов и товаров, что может снизить выбор и разнообразие для покупателей.
- Высокие комиссии. На маркетплейсах продавцам часто приходится платить высокие комиссии за продажу своих товаров. Это может снизить прибыльность бизнеса и стимулировать продавцов искать альтернативные платформы.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что маркетплейсы представляют собой платформы, которые объединяют продавцов и покупателей, предоставляя им инструменты для взаимодействия и совершения сделок. Они широко распространены в электронной торговле и

предоставляют отличные возможности как для малого (и среднего бизнеса, так и для крупных компаний).

Преимущества маркетплейсов включают в себя увеличение ассортимента товаров и услуг, удобство для потребителей, повышение конкуренции на рынке, увеличение продаж и доходов для продавцов. Кроме того, маркетплейсы обычно предоставляют надежные системы безопасности и защиты данных, что повышает уровень доверия пользователей к платформе.

Однако существуют и некоторые недостатки маркетплейсов, такие как высокие комиссионные сборы для продавцов, ограниченный контроль над брендом и клиентским опытом, а также возможность конкуренции с другими продавцами на той же платформе.[23] В целом, маркетплейсы представляют собой эффективную форму электронной торговли, которая позволяет как продавцам, так и потребителям находить выгодные предложения, расширять свой бизнес и удобно совершать покупки.

Каждый маркетплейс уникален и имеет свои особенности, которые отличают его от других площадок. Некоторые предоставляют широкий выбор товаров и услуг, другие специализируются на определенной нише. Каждый маркетплейс создан с учетом потребностей своих пользователей и стремится обеспечить удобство и безопасность во всех аспектах сделок, именно поэтому при выборе маркетплейса важно учитывать его особенности и функционал, чтобы наиболее эффективно использовать его возможности. Они предлагают широкий выбор товаров – от одежды и обуви до электроники и бытовой техники, а также услуги различных категорий. Благодаря возможности сравнения цен, отзывов покупателей и удобной системе доставки и оплаты, российские маркетплейсы помогают потребителям сделать выгодные покупки и экономить время. Для продавцов же это отличная возможность расширить свою клиентскую базу и увеличить объем продаж, что учитываем в ИП Смирнова М.М. С учетом постоянного роста востребованности онлайн-покупок, российские маркетплейсы продолжают развиваться, предлагая новые сервисы и возможности для удобства своих пользователей.

Ozon — одна из крупнейших российских интернет-платформ, объединяющая миллионы покупателей и продавцов, она была основана в 1998 году и начала как онлайн-книжный магазин, а затем расширила свой ассортимент до товаров различных категорий, таких как электроника, косметика, продукты питания, одежда и многое другое. На данную платформу в ближайшее время будет выходить ИП Смирнова М.М.

Особенности Ozon [27]:

1. Широкий ассортимент товаров. Ozon предлагает огромный выбор товаров различных категорий, что позволяет покупателям найти все необходимое на одной платформе.
2. Удобство покупок. С помощью удобного поиска и фильтров, покупатели могут легко найти нужный товар и оформить заказ в несколько кликов.
3. Быстрая доставка. Ozon предлагает различные способы доставки, в том числе курьерскую (что встречается не на всех маркетплейсах) и самовывоз из пунктов выдачи.
4. Программа лояльности. Покупатели могут получать бонусы и скидки за покупки на Ozon, что делает покупки еще более выгодными. Также есть возможность оплаты Ozon картой, которая быстро оформляется и дает значительные скидки.

Преимущества Ozon перед другими маркетплейсами:

- Надежность. Ozon имеет долгую историю работы на рынке и пользуется доверием миллионов покупателей, можно быть уверенным в легкой отмене товара и с доставкой нужного товара в срок.
- Масштаб. Озон является одной из крупнейших интернет-платформ в России и предлагает широкий ассортимент товаров и услуг, пункты ПВЗ есть в любых точках России.

- Качество обслуживания. Озон стремится предоставлять высокий уровень сервиса своим покупателям, что делает покупки на платформе комфортными и безопасными.

Таким образом, Ozon — это популярный и надежный маркетплейс, который предлагает широкий выбор товаров, удобные условия покупок и высокий уровень обслуживания, именно поэтому туда собирается выходить ИП Смирнова М.М.

В целом, существенной разницы между маркетплейсами нет. Например, комиссии, системы логистики и внутреннего рейтинга на Wildberries и Ozon почти не различаются. Выбирать между площадками нужно, отталкиваясь от предполагаемого оборота, товарной категории и опыта продавца, однако многие отмечали следующие отличия между Озон и Wildberries:

- Озон предлагает больше возможностей для новичков и меньшие обороты, в то время как Wildberries требует большие обороты и вложения.
- Озон уделяет больше внимания внешнему трафику, в то время как Wildberries делает ставку на внутренний поиск и описание товара.
- Оплата на Озоне происходит каждые 15-е и 25-е число, в то время как на Wildberries единовременные выплаты с сохранением депозита.

Рассмотрим маркетплейс Авито, он был создан в 2007 году и за короткое время стал одним из самых популярных онлайн-площадок для продажи и покупки товаров и услуг в России[28]. Авито позволяет пользователям размещать объявления о продаже или покупке товаров, а также услуг. Авито - платформа для покупки и продажи различных товаров, известная своей нишей и узнаваемостью. В 2022 году площадка заняла 6 место в общем рейтинге "Топ-30 российских компаний по репутации" и 2 место в секторе онлайн-торговли. Основные расходы: оплата за просмотры, расширенный тариф, оплата за заказ. Авито превратился из обычной доски объявлений в полноценный маркетплейс с собственными пунктами выдачи и курьерской службой. Сайт Авито сейчас почти никем не изучен, и его

ребрендинг может нести в себе огромный потенциал или огромную неудачу.

Преимущества Авито включают дешевый и быстрый старт, простое оформление, общение с аудиторией, сохранение контактных данных клиентов, возможность повторного взаимодействия и узнаваемость. Недостатки включают отсутствие складов, непродуманный возврат, мошенников и медленные оповещения. Эксперты советуют выходить на Авито с товарами из широкой ниши, где всегда есть спрос и понятна целевая аудитория. На данном этапе ИП Смирнова М.М. использует преимущественно данную платформу из-за легкого старта для начинающего бизнеса. На сегодняшний день маркетплейс Авито успешно функционирует и развивается.

Глава 2 Характеристика стартап-проекта магазина женской одежды «Dresses for empresses» на маркетплейсах

2.1. Общая характеристика стартап проекта

Современное общество стало все более ориентировано на моду и стиль, и в этом контексте женская одежда занимает особое место. Именно поэтому стартап ИП Смирнова М.М. предлагает брендом "Dresses for empresses", который будет предлагает свои товары на маркетплейсах.

ИП Смирнова М.М. стремится предложить своим покупателям не просто товар, а настоящий опыт покупки - актуальную и красивую одежду, которая подчеркнет индивидуальность каждой женщины и позволит им почувствовать себя «настоящими императрицами», так как «Dresses for empresses» переводится с английского как «одежда для императриц». В данном стартапе уделено особое внимание качеству материалов, модным трендам и комфорту покупателей, стремясь создать коллекции, которые помогут каждой женщине выразить свою уверенность и стиль. Каждая модель для закупки тщательно выбирается в соответствие с актуальными модными тенденциями.

Данный стартап нацелен на развитие в сфере онлайн-торговли женской одеждой и стремится запомниться для покупателей на маркетплейсах. Будут разработаны новые идеи и концепции, которые помогут обеспечить покупателям лучший выбор и качество товаров.

Развитие магазина будет проводиться в три этапа:

Первый этап: май-июнь 2024 г. В рамках данного этапа будет закуплена пробная партия товаров для интернет-магазина на маркетплейсе «Авито». Так как «Авито» удобная платформа для старта магазина, так как на начальном этапе работы начинающий магазин может столкнуться с конкуренцией со стороны крупных продавцов. На Авито конкуренция может быть ниже, что позволит привлечь больше внимания к своим товарам. На «Авито магазин имеет больше свободы в выборе условий продажи, таких как цена, способ

доставки и т.д. Это позволяет адаптировать свою стратегию под конкретные потребности и цели. Работа на Авито позволит начинающему магазину получить опыт работы с платформой, изучить её особенности и требования, а также научиться работать с отзывами и обратной связью от клиентов.

Второй этап: июль- август 2024 г. На данном этапе магазин «Dresses for empresses» будет выходить на «Ozon» с сезонными летними вещами, партия будет все еще не очень большая, однако это будет только подготовкой для дальнейшего развития на данном маркетплейсе начиная с сентября 2024 г.

Третий этап: начиная с сентября 2024 г. На этом этапе бизнес будет расширяться, будут делаться более крупные закупки для маркетплейса «Ozon». Этот шаг позволит расширить ассортимент предлагаемых товаров, повысить уровень сервиса и привлечь больше клиентов. Кроме того, увеличение объемов закупок позволит получить более выгодные условия от поставщиков, что в свою очередь положительно скажется на конкурентоспособности и финансовых показателях.

Концепция магазина "Dresses for empresses" состоит в том, чтобы предложить женщинам стильные и элегантные платья, которые помогут им чувствовать себя как настоящие императрицы. Магазин будет специализироваться на уникальных и качественных моделях платьев, которые подчеркнут женскую красоту и изящество. В "Dresses for empresses" будут представлены разнообразные стили и фасоны - от классических вечерних моделей до повседневной одежды. Помимо одежды, в магазине также появятся аксессуары, которые дополняют образ и помогут создать идеальный образ для любого случая.



Рисунок 2.1. Логотип бренда «Dresses for empresses» ИП Смирнова М.М.

В качестве маркетплейса на старте для пробной партии был выбран «Авито». «Авито» - платформа для покупки и продажи различных товаров, известная своей нишей и узнаваемостью. В 2022 году площадка заняла 6 место в общем рейтинге "Топ-30 российских компаний по репутации" и 2 место в секторе онлайн-торговли. Основные расходы: оплата за просмотры, расширенный тариф, оплата за заказ. «Авито» превратился из обычной доски объявлений в полноценный маркетплейс с собственными пунктами выдачи и курьерской службой. Как маркетплейс «Авито» сейчас почти никем не изучен, и его ребрендинг может нести в себе огромный потенциал.

Выбор «Авито» для начинающего магазина перед выходом на Озон может быть обусловлен несколькими причинами:

1. Низкая стоимость размещения. На «Авито» начинающий магазин может разместить свои товары по более низкой цене, чем на других площадках. Это позволит сэкономить средства и попробовать свои силы без больших затрат.
2. Простота регистрации. Регистрация на «Авито» не требует сложных процедур и документов. Это упрощает процесс начала работы и позволяет быстро начать продавать товары.
3. Возможность протестировать спрос. На «Авито» можно быстро получить обратную связь от покупателей. Это поможет понять, какие товары пользуются спросом, а какие нет, и внести необходимые коррективы в ассортимент.
4. Отсутствие конкуренции. На начальном этапе работы начинающий магазин может столкнуться с конкуренцией со стороны крупных продавцов. На «Авито» конкуренция может быть ниже, что позволит привлечь больше внимания к своим товарам.
5. Гибкость в управлении. На «Авито» магазин имеет больше свободы в выборе условий продажи, таких как цена, способ доставки и т.д. Это позволяет адаптировать свою стратегию под конкретные потребности и цели.
6. Быстрый старт. Начинаящий магазин может быстро начать продажу товаров на «Авито», не тратя время на сложные процедуры регистрации и настройки.
7. Анализ результатов. После пробной партии товаров на «Авито» магазин сможет проанализировать результаты продаж, отзывы клиентов и другие показатели, чтобы определить, насколько успешно он может конкурировать на более крупных платформах, таких как «Ozon».

Однако, стоит отметить, что выбор «Авито» в качестве пробной площадки не означает, что магазин должен ограничиваться только этой платформой. В зависимости от результатов и потребностей, магазин может рассмотреть

возможность выхода на другие платформы, такие как Ozon, предположительно в июле 2024 года.

Покупателям "Dresses for empresses" будет предоставлен высокий уровень обслуживания, подбор одежды по запросу, а также возможность заказа и доставки товара онлайн. Магазин "Dresses for empresses" станет идеальным местом для женщин, которые ценят качество, стиль и утонченность в одежде и желают выглядеть как истинные императрицы в любой обстановке.

2.2. Характеристика предполагаемого ассортимента

Ассортимент предполагаемой коллекции женской одежды для магазина "Dresses for empresses" характеризуется высоким качеством материалов, оригинальным дизайном и акцентом на роскошные детали. Блузки, костюмы и пиджаки отличаются элегантностью и изысканностью, подчеркивают индивидуальный стиль и женственность каждой покупательницы. В коллекции присутствуют разнообразные фасоны и цветовые решения, позволяющие создать стильный образ для различных повседневных и торжественных мероприятий.

На данный момент в магазине "Dresses for empresses" представлено 10 моделей одежды: блузки, костюмы, юбки, топы. Для ИП, которое торгует женской одеждой премиум качества, очень важно определить оптимальные цены, которые будут привлекательны для потенциальных покупателей, но при этом будут приносить достаточную прибыль для бизнеса.

Средняя цена за товары, такие как блузки, рубашки, костюмы и платья, важно определять исходя из затрат на производство, конкурентной среды, уровня спроса и особенностей целевой аудитории. В данном случае, средняя цена за блузку составляет 3000 рублей, за костюм – 4000-5000 рублей, за платье – 3990 рублей. Для привлечения покупателей можно использовать различные методы ценообразования, например, премиальное ценообразование, которое базируется на исключительном качестве товара и уникальных

характеристиках. Также можно предложить скидки и акции, что может стимулировать спрос на продукцию. Важно также учитывать факторы, влияющие на ценообразование, такие как себестоимость продукции, маржинальность, спрос и предложение на рынке, особенности товара и его уникальность. Бизнес должен стремиться найти баланс между конкурентоспособностью цен и достаточной прибылью.

Приведу топ пять самых продаваемых образцов товаров, их характеристики, описание и цену. Самая востребованная модель черная блузка из шелка и эластана с длинными рукавами с перьями. Закупочная цена на данную модель 1050 рублей (с комиссией продавца в Турции и доставкой). Цена в карточке товара- 2990 рублей.

Характеристики данной модели:

- Цвет-черный.
- Материал-шелк 20%, эластан 80%.
- Размерная линейка представлена в двух вариациях- 42-44, 46-48.
- Длина по спине-47 см, длина рукава 63 см.
- Дополнительные детали- перья по оборкам рукава.

В карточке товара составлено следующее описание: «Элегантная блузка черного цвета, украшена нежными перьями на рукавах, что добавляет ей утонченности и роскоши. Премиум качество! Изделие выполнено из высококачественных материалов, обеспечивая комфорт и долговечность, в составе ШЁЛК и эластан. Размер 42-44,46,48. Живые фото. В наличии есть также белый цвет. Длина по спине составляет 47 см, а длина рукава - 63 см (плечо спущено), что делает ее идеальной для любого сезона и стиля! Отправляем доставкой, а также есть возможность самовывоза в Москве метро Таганская/Китай город.»



Рисунок 2.2. Примеры карточки товара «Блузка черная» в магазине "Dresses for empresses".

Второй по популярности моделью является костюм, состоящий из кофты и юбки. Закупочная цена на данную модель 1700 рублей (с комиссией байера в Турции и доставкой). Цена в карточке товара- 4000 рублей.

Характеристики данной модели:

- Цвет-бежевый.
- Материал-вискоза 60%, акрил 40%.
- Размерная линейка – 44-48 (единый).

В карточке товара составлено следующее описание: «Трендовый тканевый костюм включает в себя эффектную юбку миди и стильную кофту с длинными рукавами! И кофту, и юбку можно носить отдельно или комбинировать со своим гардеробом. Его идеально дополняет бежевый цвет, который создает роскошный образ. и подходит для любого случая. Костюм выполнен из премиум-класса ткани, обеспечивая высокое качество и комфорт при ношении! Размер ЕДИНЫЙ 42-48 размера. Он стройнит силуэт и подчеркивает достоинства фигуры, создавая элегантный и женственный образ, идеальная посадка. Все фото строго живые, сделаны нами. Костюм идеально

подходит для повседневной носки, так и для официальных мероприятий или особых случаев!»



Рисунок 2.3. Примеры карточки товара «Блузка черная» в магазине "Dresses for empresses".

Также моделью, пользующейся спросом является футболка в варенном стиле. Закупочная цена на данную модель 700 рублей (с комиссией байера в Турции и доставкой). Цена в карточке товара- 1700 рублей.

Характеристики данной модели:

- Цвет-серый.
- Стил-вареный.
- Материал- хлопок 100%.
- Размерная линейка – L, XL.

В карточке товара составлено следующее описание: «Предлагаем вареную трендовую футболку. Крой оверсай. Премиум качество 100% ХЛОПКА! Изделие выполнено из высококачественных материалов, обеспечивая комфорт и долгое ношение. Размер 46(L),48(XL). Все фото и видео живые!»



Рисунок 2.4. Примеры карточки товара «Блузка черная» в магазине "Dresses for empresses".

Футболка в варенном стиле со стразами. Закупочная цена на данную модель 800 рублей (с комиссией байера в Турции и доставкой). Цена в карточке товара- 1700 рублей.

Характеристики данной модели:

- Цвет- светло-серый.
- Стил-вареный.
- Материал- хлопок 100%.
- Размерная линейка – L, XL.
- Дополнительная фурнитура-стразы.

В карточке товара составлено следующее описание: «Предлагаем вареную трендовую футболку со стразами. Цвет светло-серый. Крой оверсайз. Премиум качество 100% ХЛОПКА! Изделие выполнено из высококачественных материалов, обеспечивая комфорт и долгое ношение. Размер 46(L),48(XL). Все фото и видео живые!»



Рисунок 2.5. Примеры карточки товара «Блузка черная» в магазине "Dresses for empresses".

Костюм бежевый из пиджака и мини-юбки. Закупочная цена на данную модель 2000 рублей (с комиссией байера в Турции и доставкой). Цена в карточке товара- 5000 рублей.

Характеристики данной модели:

- Цвет- светло-бежевый.
- Стил-ь- рваные края
- Материал- хлопок 100%.
- Размерная линейка – 46-48.
- Дополнительная фурнитура- ремень

В карточке товара составлено следующее описание: «Костюм состоит из бежевой рваной мини-юбки и пиджака премиального качества Рваные края идеально гармонируют с современным дизайном, придают образу оригинальности и неповторимости. Размер 46-48 Материал, из которого изготовлены эти вещи, 100% хлопок, обеспечивая комфорт и приятное ощущение на теле! Фото и видео сделаны нами и исключительно живые Такой костюм идеально сидит на фигуре, подчеркивая ее преимущества и придавая стройность силуэту, создан дизайнерами в стиле Зара. Он станет

идеальным выбором для тех, кто всегда хочет выглядеть стильно, смело и актуально в любой ситуации!»

В рамках исследования ассортимента женской одежды бренда "Dresses for empresses" было проведено анализ характеристик представленных товаров. Коллекция представляет собой широкий выбор платьев различных стилей, цветов и фасонов, созданных для женщин, желающих выглядеть элегантно и изысканно.

Из данного анализа можно сделать вывод, что коллекция представляет собой широкий выбор большое внимание уделено качеству материалов - все изделия выполнены из высококачественных тканей, обеспечивающих комфорт и приятное ощущение на теле. В целом, ассортимент женской одежды "Dresses for empresses" представляет собой сочетание высокого качества, стильного дизайна и отличного внешнего вида, что делает его привлекательным выбором для модных женщин, стремящихся к элегантности и изысканности в своем образе.

2.3. Анализ рынка женской одежды

Анализ рынка женской одежды на 2024 год предполагает рассмотрение нескольких ключевых аспектов, таких как тенденции моды, конкуренция, потребительский спрос и перспективы развития отрасли.

1. Тенденции моды: важно изучить актуальные тенденции моды, которые будут влиять на спрос и предложение женской одежды в 2024 году. Это могут быть цвета, ткани, фасоны и стили, которые наиболее популярны среди женщин. Также стоит учитывать влияние социокультурных и экономических факторов на модные предпочтения потребителей.

2. Конкуренция: Рынок женской одежды в 2024 году будет острым и конкурентным, поэтому важно изучить основных игроков отрасли, их стратегии и позицию на рынке. Также стоит анализировать новых участников рынка, их преимущества и возможности для конкуренции.

3. Потребительский спрос и прогноз на ближайший год: Изучение потребительского спроса на женскую одежду позволит определить наиболее востребованные категории товаров, ценовой сегмент, каналы продаж и предпочтения потребителей. Это поможет компаниям разрабатывать эффективные маркетинговые стратегии и ассортимент продукции.

Что касается модных трендов в женской одежде постоянно меняются и развиваются, отражая изменяющиеся вкусы и предпочтения общества. В 2024 году можно ожидать несколько ярких и интересных тенденций, которые будут определять моду в этом периоде. Одним из ключевых элементов моды в 2024 году будет экологичность и ткани из натуральных материалов. Еще одним трендом, который станет актуальным, будет минимализм и функциональность. Многослойность и излишек уходят на второй план, уступая место простым и стильным вещам, которые подчеркивают индивидуальность и удобство. Также очень модно сочетать классический стиль и элементы современности. Одежда станет более универсальной и практичной, позволяя создавать разнообразные образы на каждый день. В магазине "Dresses for empresses" используются преимущественно натуральные ткани и удобные крои, в соответствии с тенденциями.

Вдохновленные уличной модой, дизайнеры будут активно внедрять в женскую одежду элементы спортивного стиля. Яркие цвета, спортивные детали и удобные силуэты будут востребованы как никогда ранее. Спортивные костюмы, кроссовки и аксессуары станут неотъемлемой частью гардероба современной женщины, тут в ИП Смирнов М.М. мы можем видеть это в ассортименте футболок. На Авито много магазинов, продающих женскую одежду, в качестве конкурентов для анализа я выделила несколько, наиболее похожих по ценовой политике и ассортименту товаров: «Provocator», «BeryNosy», «Hello_darling», «All Inclusive». И проанализировала их плюсы и минусы исходя из отзывов покупателей на маркетплейсе.

1. .

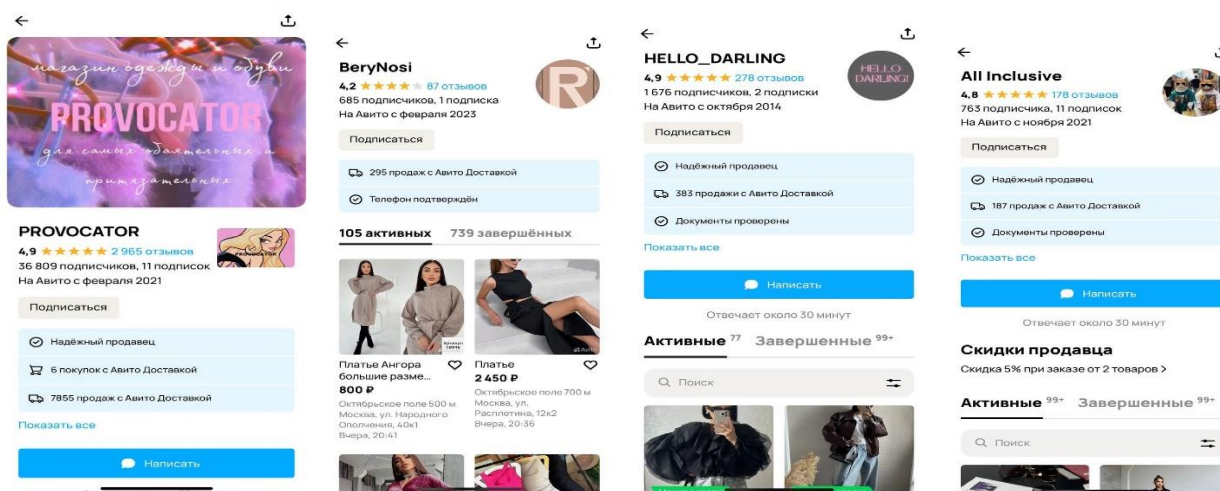


Рисунок 2.6. Магазины – конкуренты «Dresses for empresses».

«Provocator». Магазин женской одежды "Provocator" предлагает своим клиенткам наряды для любого случая. В ассортименте платья, блузы, юбки, брюки и аксессуары. Тенденция на самые актуальные модели, но качество материалов не очень хорошее. Плюсы: широкий ассортимент модной и стильной одежды, актуальные тренды, доступные цены, Удобный онлайн-магазин. Минусы: не всегда хорошее качество материалов, недостаточно индивидуального подхода к клиентам.

«BeryNosy». Данный магазин предлагает широкий выбор стильных и модных женских нарядов различных размеров и фасонов. В ассортименте представлены как классические, так и современные модели одежды, сочетающие в себе качество и доступность. Покупатели могут найти здесь наряды на любой вкус и под любое мероприятие, начиная от повседневной одежды до вечерних нарядов. Плюсы: оригинальные дизайны, уникальные коллекции, высокое качество изделий, премиум-цены. Минусы: ограниченный выбор размеров, долгий срок доставки, высокая стоимость товаров.

«Hello_darling» Магазин предлагает широкий ассортимент модной женской одежды для всех возрастов и предпочтений. Здесь вы сможете найти как повседневные, так и элегантные наряды для любого случая. Коллекции постоянно обновляются. Качественные ткани, оригинальный дизайн и

доступные цены делают магазин привлекательным местом для шопинга. Плюсы: стильные и женственные модели, удобный и быстрый обмен/возврат, сезонные скидки и акции, хорошие ткани. Минусы: высокие цены, не всегда соответствие заявленным размерам, ограниченный выбор товаров.

«All Inclusive». Данный магазин предлагает широкий ассортимент женской одежды различных стилей и направлений. Здесь можно найти как классические, так и модные и креативные модели, удовлетворяющие вкусы самых взыскательных покупательниц. Коллекции постоянно обновляются, что позволяет следовать последним тенденциям. Плюсы: широкий ассортимент вещей для женщин всех возрастов и размеров, присутствие тенденций всех сезонов. Минусы: не всегда актуальные модели, среднее качество товаров, частые издержки на обработку заказов.

Каждый из наших конкурентов имеет свои сильные и слабые стороны, и мы стремимся предложить клиентам лучшее сочетание качества, стиля и доступности в магазине "Dresses for empresses".

Что касается потребительского спроса, он продолжает расти, несмотря на рост цен. В 2023 г рост реальных доходов россиян возобновился, что привело к росту продаж. Рост спроса на одежду в 2023 г привел к соответствующему увеличению предложения. Отметим, что рост предложения в 2023 г обеспечивался прежде всего увеличением импорта, и в первую очередь – из Китая. Доля Китая в импорте одежды в Россию в 2023 г стала максимальной за пятилетие, составив 38,9%.



Рис.2.1. Продажи одежды в России в 2019-2023 годах.

По данным «Анализа рынка одежды в России», подготовленного BusinessStat в 2024 г., в 2023 г. ее продажи в стране выросли на 7,6% и достигли 1,8 млрд шт. Учитывая все эти факторы, можно предположить, что и 2024 году спрос на одежду будет только увеличиваться. Это также подтверждается тенденцией на «Fast Fashion» когда модные девушки покупают одежду на 1 сезон и затем выкидывают и покупают новую.

Глава 3. Перспективы реализации товаров магазина «Dresses for empresses» на маркетплейсах

3.1. Перспективы реализации товаров, оценка первого этапа реализации проекта

В современном мире онлайн-торговли маркетплейсы становятся все более популярными площадками для продажи товаров. Для магазина женской одежды «Dresses for empresses» важно правильно рассчитать перспективы реализации товаров на маркетплейсе, чтобы успешно конкурировать и привлекать новых покупателей. Одним из ключевых аспектов успешной продажи товаров на маркетплейсе является анализ спроса и определенные актуальных товаров, обращая внимания на тенденции моды от мировых брендов и их адаптацию к повседневному стилю.

С учетом тенденций моды и предпочтений потребителей магазину «Dresses for empresses» необходимо определить, какие товары будут наиболее востребованы и приносить наибольшую прибыль, также важно учитывать конкуренцию на маркетплейсе и разрабатывать уникальные стратегии продвижения своего магазина и товаров.

Исходя из этого, правильное планирование и анализ перспектив развития магазина на маркетплейсе помогут увеличить продажи, привлечь новых покупателей и укрепить позиции магазина «Dresses for empresses» на рынке женской одежды.

Стартовый капитал стартапа-63100 рублей (54500 р.- закупка товара, 8600 р.-производственные расходы). Данная сумма была выбрана исходя из того, что будет закуплены модели, в зависимости от быстроты их продаж, будут закупаться более востребованные, а от некоторых нужно будет отказаться.

В таблице 3.1. представлен план закупки с предполагаемым ассортиментом при реализации товаров на первом этапе (маркетплейс «Авито»).

Таблица 3.1. - план закупки с предполагаемым ассортиментом при реализации товаров на первом этапе (маркетплейс “Авито”).

Наименование	Закупочная цена руб.	Количество	Итоговая цена за единицу, руб.	Затраты на закупку
блузка с перьями, цвет белый	1500	5	2990	7500
платье бархатное, цвет черный	1000	4	2700	4000
костюм(кофта и юбка),бежевый	1500	10	5000	15000
блузка с перьями, цвет черный	1700	10	2990	12000
юбка хлопок миди	700	5	1800	3500
костюм пиджак и юбка хлопок, цвет телесный	2000	3	4000	6000
футболка вареная хлопок, цвет темно-серый	600	5	1700	3000
футболка вареная хлопок, цвет светло-серый	600	5	1700	3000
топ хлопок, цвет светло-серый	400	5	1000	2000
итого				54500

Источник: составлено автором

Для определения сильных и слабых сторон магазина женской трендовой одежды проведен провести SWOT-анализ. Такой подход позволит получить ясное представление о бизнесе, определить основные проблемы и найти лучшие способы для их решения.

Таблица 3.2. – SWOT-анализ магазина женской одежды «Dresses for empresses».

Сильные стороны (S): 1. Актуальный ассортимент: Предложение разнообразных стилей и ценовых категорий, что позволяет удовлетворить потребности различных групп покупателей. 2. Доступность: Возможность приобрести одежду по доступным ценам, что делает ее доступной для широкой аудитории. 3. Удобство покупки: Возможность покупки через интернет, что упрощает процесс выбора и покупки для покупателей. 4. Быстрая доставка: Предоставление услуг быстрой доставки, что повышает удовлетворенность клиентов. 5. Высокий уровень обслуживания: Обеспечение качественного обслуживания клиентов, включая помощь в выборе размера и стиля, так как обслуживание каждого покупателя в индивидуальном порядке. 6. Гибкость: так как каждая группа товара опирается на запрос покупателей. 7. Уникальность: Предложение одежды, которая отличается от товаров других продавцов на. 8. Лояльность клиентов: Создание программы лояльности и проведение акций для постоянных клиентов способствует укреплению отношений с покупателями.	Слабые стороны (W): 1. Отсутствие физического магазина. Покупатели не могут примерить одежду перед покупкой, что может привести к увеличению количества возвратов. 2. Конкуренция. На Авито существует множество продавцов женской одежды, что может затруднить привлечение внимания покупателей. 3. Риск мошенничества покупателей. 4. Ограниченные возможности для рекламы. Магазин может столкнуться с трудностями при продвижении своих товаров на платформе без дополнительных инвестиций в рекламу. 5. Зависимость от платформы. Успех магазина зависит от условий использования и алгоритмов, которые могут измениться в любой момент.
Возможности (O): 1. Введение акций и скидок для привлечения первых клиентов и повышения лояльности. 2. Расширение ассортимента за счёт добавления новых брендов и стилей, чтобы удовлетворить различные вкусы и предпочтения. 3. Инвестиции в рекламу для повышения видимости магазина среди потенциальных покупателей. 4. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами для продвижения бренда и увеличения продаж. 5. Разработка программы лояльности для удержания существующих клиентов и стимулирования повторных покупок. 6. Улучшение качества обслуживания путём обучения персонала и внедрения системы обратной связи с клиентами. 7. Использование аналитики для понимания потребностей целевой аудитории и корректировки ассортимента и маркетинговых стратегий. 8. Внедрение инноваций, таких как виртуальная примерка или персонализированные	Угрозы (T): 1. Конкуренция: Множество продавцов женской одежды на может затруднить привлечение внимания покупателей. 2. Изменение предпочтений потребителей: Мода и вкусы покупателей могут меняться, что потребует адаптации ассортимента и маркетинговых стратегий. 3. Экономический спад: Нестабильность экономики может повлиять на доходы целевой аудитории, снизив их способность совершать покупки. 4. Рост затрат: Увеличение арендной платы, стоимости товаров и расходов на маркетинг может снизить прибыльность бизнеса. 5. Появление новых игроков: Выход на рынок новых продавцов может переманить часть целевой аудитории. 6. Изменения в алгоритмах: Изменения в алгоритмах платформы могут повлиять на видимость магазина и эффективность рекламы. 7. Проблемы с качеством товаров: Некачественные товары могут привести к

рекомендации, для улучшения покупательского опыта. 9. Участие в тематических мероприятиях и выставках для расширения сети контактов и поиска новых партнёров. 10. Развитие собственного бренда и создание уникального имиджа, отличающего магазин от конкурентов.	снижению доверия покупателей и ухудшению репутации магазина. 8. Непредсказуемость спроса: Сложность прогнозирования спроса на определенные товары может привести к избытку или недостатку определенных позиций. 9. Риск мошенничества: Покупатели могут столкнуться с мошенничеством при покупке товаров, что негативно скажется на репутации магазина.
--	--

Источник: составлено автором

Также для успешной перспективы развития магазина женской одежды «Dresses for empresses» важно грамотное определение целевой аудитории. Целевая аудитория магазина актуальной женской одежды может включать в себя широкий спектр женщин, основные характеристики этой группы представлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3. – целевая аудитория магазина женской одежды «Dresses for empresses».

Возраст:	от 16 до 45 лет. Эта возрастная группа наиболее активна в выборе модной одежды и готова экспериментировать с новыми стилями.
Социально-экономический статус:	средний и выше среднего. Эти женщины имеют достаточный доход для покупки качественной одежды и аксессуаров.
Интересы и образ жизни:	активны, следят за модой, любят посещать культурные мероприятия, путешествовать и проводить время с друзьями.
Стиль одежды:	предпочитают современные и актуальные тренды, но также ценят комфорт и качество.
Психологические характеристики:	стремятся выразить свою индивидуальность через одежду, ценят уникальность и стиль.
Технологии и социальные сети:	активно используют интернет и социальные сети для поиска информации о моде и покупках, поэтому активно используют для них маркетплейсы.
Локация:	пределы России, так как доставка осуществляется только в рамках нашей страны.

Источник: составлено автором

Из этого всего можно сделать вывод целевая аудитория магазина женской одежды «Dresses for empresses» представляет собой группу женщин, которые готовы тратить деньги на качественную и модную одежду, а также открыты к новым тенденциям и экспериментам со стилем. Для начинающего магазина женской одежды существуют определенные риски и гарантии, которые следует учитывать при запуске и ведении бизнеса (таблица 3.4).

Таблица 3.4. – риски магазина женской одежды «Dresses for empresses».

Мошенничество:	Существует риск столкнуться с мошенниками. Покупатели могут попытаться обмануть вас, предоставив ложную информацию о себе или своих намерениях.
Непредсказуемость спроса:	Спрос на женскую одежду может колебаться в зависимости от сезона, трендов и экономических факторов. Это может привести к избытку или недостатку товаров.
Конкуренция:	Существует множество продавцов женской одежды. Вам придется конкурировать с ними за внимание покупателей.
Технические проблемы:	Платформа может столкнуться с техническими сбоями, которые могут повлиять на вашу способность продавать товары.

Источник: составлено автором

Как видно из таблицы, основные риски на платформах маркетплейса не являются критичными и не превышают уровень риска в магазинах традиционной торговли.

Таблица 3.5. – гарантии магазина женской одежды «Dresses for empresses».

Защита прав потребителей	означает, что покупатели могут вернуть товары, если они не соответствуют описанию или имеют дефекты
Поддержка платформы	Маркетплейс предлагает поддержку своим пользователям, включая помощь в решении споров и технических проблем.
Возможность выбора тарифа	Можно выбрать тариф, который соответствует вашим потребностям и бюджету
Гибкость в управлении аккаунтом	Можно управлять своим аккаунтом и объявлениями самостоятельно, выбирая, какие товары и по какой цене предлагать.

Источник: составлено автором

Чтобы минимизировать риски и максимизировать гарантии, важно тщательно выбирать товары для продажи, следить за трендами и конкуренцией, а также активно взаимодействовать с платформой и покупателями.

В результате проведенного SWOT-анализа, анализа целевой аудитории и оценки возможных рисков для магазина женской одежды «Dresses for empresses», можно сделать вывод о перспективах реализации товаров на платформе Авито. Сильные стороны, такие как высокое качество продукции и быстрая доставка, в сочетании с возможностями, предоставляемыми платформой, например, широкий охват аудитории и гибкость в управлении аккаунтом, создают благоприятные условия для успешного старта и развития бизнеса.

Однако, необходимо учитывать и слабые стороны, такие как ограниченные ресурсы на начальном этапе и возможные технические проблемы, а также угрозы, связанные с конкуренцией и колебаниями спроса. Для минимизации рисков и максимизации шансов на успех, рекомендуется сосредоточиться на создании уникального ассортимента, активном взаимодействии с аудиторией и постоянном анализе рынка.

Таким образом, несмотря на наличие определенных рисков, магазин «Dresses for empresses» имеет хорошие перспективы для успешной реализации товаров на Авито благодаря своей уникальной концепции, ориентации на целевую аудиторию и готовности адаптироваться к изменяющимся условиям рынка.

3.2. Организационный план

Организационно-правовая система ИП Смирнова М.М. является предприятием на УСН 6%, что означает использование упрощенной системы налогообложения с фиксированной ставкой налога на прибыль.

Выбор ИП в качестве организационно-правовой формы был обоснован несколькими причинами. Во-первых, ИП позволяет быстро и легко

зарегистрировать бизнес, не требуя сложных процедур, как это бывает при регистрации ООО или других организаций. Это значительно сокращает время и затраты на начало деятельности.

Во-вторых, ИП обладает простой и удобной формой управления, так как один человек является единственным учредителем и исполнительным органом. Это позволяет быстро принимать решения и эффективно управлять бизнесом. УСН 6% является выгодным налоговым режимом для небольших предприятий, так как позволяет существенно сократить налоговые платежи и уменьшить бухгалтерскую нагрузку. Это делает бизнес более конкурентоспособным и прибыльным. УСН позволяет значительно упростить учет и отчетность, поскольку в этом случае нет необходимости ведения сложных налоговых расчетов и предоставления множества отчетных документов. Это особенно удобно для малых предприятий, таких как ИП Смирнова М.М. и предпринимателей, занимающихся небольшим объемом торговли. На УСН предпринимателю необходимо выплачивать налог только с дохода, что делает его более предсказуемым и экономически целесообразным для бизнеса, налоговая ставка по УСН ниже, чем при использовании обычной системы налогообложения, что также способствует увеличению прибыли предприятия.

Для продажи одежды на маркетплейсе «Ozon» потребуется следующее оборудование:

1. Принтер для печати этикеток. Это основное оборудование, которое необходимо для маркировки товаров. Принтеры могут быть как с термопечатью, так и с термотрансферной печатью. Выбор зависит от ваших потребностей и бюджета.
2. Сканер штрих-кодов. Сканер необходим для считывания штрих-кодов с этикеток. Это позволит упростить процесс учёта товаров на складе и ускорить обработку заказов.
3. Упаковочное оборудование.

4. Компьютер или ноутбук. Для работы с личным кабинетом на маркетплейсе и управления продажами вам потребуется компьютер или ноутбук (уже имеется)
5. Визитные карточки магазина «Dresses for empresses». Визитные карты будут приятным дополнением, а также при предъявлении фото данной карты в дальнейшем можно будет получить скидку.

Таблица 3.6. – начальные затраты при реализации проекта.

Наименование	Цена (руб.)
Принтер для печати этикеток	2500
Печать	1000
Упаковочные материалы (крафт бумага, зип-пакеты, скотч, ножницы)	1700
Визитки	1200
Бумага для этикеток	600
Беспроводной сканер	1600
Итого:	8600

Источник: составлено автором

Это основные виды оборудования, которые могут понадобиться для продажи одежды на маркетплейсе. Однако, в зависимости от специфики вашего бизнеса, могут потребоваться и другие виды оборудования. Магазин "Dresses for empresses" на маркетплейсе Авито функционирует с 10:00 до 21:00 ежедневно. Это означает, что покупатели могут заказать товары или получить консультацию в течение этого временного интервала.

Однако стоит отметить, что развитием магазина пока занимается всего лишь один человек - владелец ИП Смирнова М.М.- Смирнова Марина Михайловна. Она отвечает за управление ассортиментом товаров, обработку заказов, ведение бухгалтерии, маркетинг и продвижение бренда. Он также отвечает за взаимодействие с клиентами и предоставление качественного обслуживания. Хотя один человек может показаться недостаточным для эффективного развития магазина, владелец ИП стремится максимально

оптимизировать процессы и использовать ресурсы наилучшим образом. Он работает с упорством и энтузиазмом, чтобы создать успешный бизнес и привлечь большее количество клиентов.

Для развития магазина "Dresses for empresses" и увеличения оборота на 432573,0846 в августе 2025. Общие затраты на третий этап с сентября 2024 г. на первую партию примерно 300000 р.

Таким образом, для развития магазина "Dresses for empresses" необходимо дополнительное финансирование в размере 200000-300000 рублей. Эти средства помогут увеличить оборот при продаже товаров, улучшить маркетинговую стратегию и поддержать работу интернет-магазина. При успешной реализации плана стартап-проекта можно ожидать роста прибыли и дальнейшего развития бизнеса.

3.3. Финансовый план

Финансовый план является ключевым инструментом для успешного управления бизнесом и обеспечения его долгосрочного развития. Он представляет собой детальный анализ финансовых показателей компании, включая доходы, расходы, прибыль и убытки. Финансовый план позволяет определить финансовые цели и задачи, а также разработать стратегию их достижения. В данном финансовом плане мы рассмотрим план запуска бизнеса ИП Смирнова М.М., основываясь на результатах пробной партии. Для первой пробной партии для маркетплейса «Авито» было закуплено 10 наименований одежды, с средней закупочной ценой 1000 рублей за единицу товара. Средняя розничная цена установлена на уровне 23880 рублей, что позволяет нам достичь оборота в 148650 рублей при продаже всей партии.

Данный финансовый план поможет стартапу ИП Смирнова М.М. определить основные этапы развития "Dresses for Empresses", обеспечить прозрачность и контроль над финансовыми потоками, а также привлечь инвестиции для дальнейшего роста. Целью данного финансового плана

является обеспечение эффективного управления финансами стартапа, повышение его финансовой устойчивости и достижение стабильного роста прибыли. На основе полученных данных будут разработаны конкретные меры по оптимизации расходов, увеличению доходов и улучшению финансовых показателей.

Исходя из этого чистая прибыль на 1 июня составила- 53320,94 рублей (товарный остаток на 22370 тыс. р), сумма выкупа 77%. В июне планируется реализовать товарный остаток (на 22370 р.), а также подготовиться к закупке партии для маркетплейса «Ozon».

Рассчитаем примерные затраты и прибыль на «Ozon». Для расчетов используем среднюю цену за товар в магазине «Dresses for empresses» 2388 рублей, примерно 12 наименований и 60 шт. товара. Товар будет использоваться сезонный (летний), так как осенью будет делаться крупная закупка товаров за счет стратегии активного расширения.

Таблица 6. Расчёт прибыли и затрат при продаже пробной партии на «Ozon» в июле 2024 г.

		FBO	FBS
		Продажа со склада Ozon, руб.	Продажа со своего склада, руб.
Цена товара		2500	2500
Вознаграждение Ozon		-325	-513
Эквайринг		-31	-31
Обработка и доставка		-264	-325
	Логистика	-126	-157
	Последняя миля	-138	-138
Возвраты и отмены		-56 Р	-69
	Обработка возврата	-15 Р	-15
	Обратная логистика	-126 Р	-157
Затраты на Ozon за шт		-676	-938
К начислению за товар		1 824	1 562
Себестоимость товара		-1050	-1050
УСН 6 %		-150	-150
Прибыль за шт.		624	362
Прибыль за 58 шт.		36192	20996

Преимущества FBO на «Ozon» для магазина "Dresses for Empresses"

- Экономия на логистике: при FBO Ozon берёт на себя все расходы по хранению, обработке и доставке товаров. Это позволяет продавцам сосредоточиться на производстве и продвижении своих товаров, не беспокоясь о логистических вопросах.
- Более высокая скорость доставки: при FBO заказы обрабатываются и доставляются быстрее, так как Ozon имеет собственные склады и логистическую инфраструктуру. Это важно для продавцов, которые хотят обеспечить высокий уровень обслуживания клиентов.
- Больше возможностей для продвижения: при FBO продавцы могут использовать инструменты продвижения Ozon, такие как реклама, акции и скидки. Это может привести к увеличению продаж и, соответственно, чистой прибыли.
- Меньше рисков: при FBS продавцы несут все риски, связанные с хранением, обработкой и доставкой товаров. Они должны самостоятельно решать проблемы с возвратами, браком и повреждением товаров. При FBO эти риски берёт на себя Ozon.
- Удобство для покупателей: при FBO покупатели получают заказы быстрее и в более надёжной упаковке. Это повышает их удовлетворённость и лояльность к продавцу.

В вашем случае чистая прибыль при FBO составила 36192 рублей, а при FBS — 20996 рубля. Это означает, что при использовании FBO будет получено больше прибыли за счёт экономии на логистике, более высокой скорости доставки и большего количества инструментов продвижения. Кроме того, вы снизятся риски, связанные с продажей товаров, и повышается удовлетворённость покупателей.

Был произведен анализ конкурентов с целью изучить средний процент выкупа на «Ozon» на сайте аналитики маркетплейсов MPSTATS. Для анализа дали выбраны магазины с похожим ассортиментом и ценовой политикой, например

такие магазины женской одежды на «Ozon» как: MADINI GROTTI, Sasheline Voprarka, Katty Po, Wild Mood, Devids Pink Bus, Lertyi, Salomon, AnnaArt line, RLLS, JOJO, IODESBRAND, ARGO CLASSIC, Dress it easy, Hyperlook Jog's, Denim Essence, TRENDYCLO, NooChoice, BEST TRICOTAGE, Vuelo ONESKEE, Gloria Jeans, VikClick, Qianzhidu, ELIS, Happyfox, ZANY LOVE TOK, Gila, Maxadore и т.д. Также был проведен анализ отзывов экспертов по маркетплейсам. Исходя из этого был сделан вывод о том, что средний процент выкупа женской одежды на «Ozon» 25-60 %. Возьмем для своего магазина примерно 30-35%.

Для дальнейшего развития магазина необходимо продолжать увеличивать объёмы продаж и оптимизировать затраты на закупку. Для закупки партии на сентябрь 2024 понадобятся финансовые вложения в размере 210000 рублей на закупку и продвижение.

Таблица 8. Анализ товарного баланса магазина «Dresses for empresses» на «Ozon».

Товарный баланс	Товарные запасы на начало, шт.	Закупка, шт.	Товарные запасы на начало, шт.	Продажа, шт.	Потери, подмены	Товарные запасы на конец
Июль	0	200	200	125	12,5	62,5
Август	62,5	195	257,5	129	12,8	115,875
Сентябрь	115,9	149	265,2	133	13,26	119,4
Октябрь	119,3	154	273,2	137	13,6	122,9
Ноябрь	122,9	158	281,4	141	14,1	126,6
Декабрь	126,6	163	289,8	145	14,5	130,4
Январь	130,4	168	298,5	149	14,9	134,3
Февраль	134,3	173	307,5	154	15,4	138,4
Март	138,4	178	316,7	158	15,8	142,5
Апрель	142,5	184	326,2	163	16,3	146,8
Май	146,8	189	335,9	168	16,8	151,2
Июнь	151,2	195	346,1	173	17,3	155,7

В каждом месяце наблюдается рост товарных запасов на начало месяца за счёт закупки товаров. Это говорит о том, магазин "Dresses for Empresses" будет наращивать объёмы продаж и увеличивает свою прибыль. Однако стоит отметить, что в каждом месяце также происходит продажа товаров. При этом потери и подмены составляют незначительную часть от общего объёма продаж. Это свидетельствует о том, магазин эффективно управляет своими запасами и минимизирует потери.

Товарные запасы на конец месяца также растут, но не так быстро, как товарные запасы на начало. Магазин "Dresses for Empresses" постепенно увеличивает свои запасы, чтобы обеспечить бесперебойное снабжение клиентов товарами. Для дальнейшего развития необходимо продолжать увеличивать объёмы закупок и продаж. Также стоит обратить внимание на

качество товаров и уровень обслуживания клиентов, так как эти факторы могут повлиять на лояльность покупателей и, соответственно, на объём продаж.

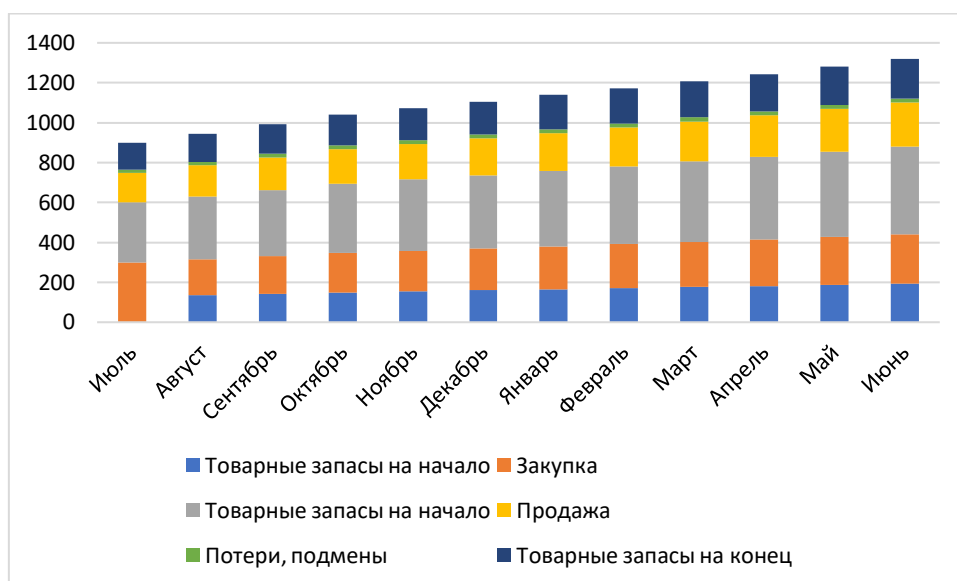


Рис.3.1 Анализ динамики товарного баланса с июля

Кредит на бизнес будет взят в Альфа банке, в размере 20000 рублей. Условия кредитования бизнеса в Альфа-Банке определяются в индивидуальном порядке и зависят от выбранной программы финансирования и потребностей бизнеса.

Пример условий кредита на бизнес-цели:

- сумма кредита — от 200 тысяч до 10 млн рублей
- процентная ставка — 13,5 % годовых
- аннуитетная схема погашения долга с единым размером ежемесячных платежей
- перечисление кредитных средств на расчётный счёт или выдача наличными, на выбор клиента
- срок погашения — до 3 лет.

Требования к заёмщику: гражданство РФ, возраст от 22 до 65 лет, срок деятельности бизнеса от 9 месяцев, Банк не сотрудничает с компаниями и предпринимателями, которые предоставляют финансовые, юридические и

нотариальные услуги торгуют предметами роскоши производят алкоголь
занимаются обработкой древесины

В таблице 3.0 показана динамика прибыли при реализации товара на маркетплейсе ОЗОН.

Таблица 9. Финансовые показатели при торговле на Озон на основном этапе.

Месяц	Количество выставленных товаров, шт.	Объем продаж, шт.	Потери, подмен, шт	Общие затраты на Озон, руб.	налог усн, руб.	Закупка проданных товаров, руб.	Валовая прибыль, руб
Июль	300	150	15	103650	18000	173250	-27400
Август	315	158	16	108833	18900	181913	-27145
Сентябрь	331	165	17	114274	19845	191008	-26877
Октябрь	347	174	17	119988	20837	200559	-26596
Ноябрь	358	179	18	123587	26828	206575	57642
Декабрь	368	184	18	127295	27633	212773	60346
Январь	379	190	19	131114	28462	219156	63132
Февраль	391	195	20	135047	29316	225730	66001
Март	403	201	20	139099	30195	232502	68956
Апрель	415	207	21	143272	31101	239477	71999
Май	427	214	21	147570	32034	246662	75134
Июнь	440	220	22	151997	32995	254062	78363

При расчете данных таблицы 9 учтены следующие затраты количество выставленных товаров, объем продаж, потери, подмен, общие затраты на Озон, налог усн, закупка проданных товаров, валовая прибыль, потери, подмены.

Таблица 10. Расчет дисконтированного дохода.

Месяц	Затраты на закупку, руб	Затраты ОЗОН, руб.	Товарооборот, руб.	Денежный поток, руб.	Дисконтированный денежный поток, руб.	Нарастающий дисконтированный поток, руб.
Июль	315000	103650	300000	-169150	-167337	-167337
Август	189000	108832	315000	-34232	-33506	-200843
Сентябрь	198450	114274	330750	-34319	-33238	-234082
Октябрь	208372	119987	347287	-34410	-32980	-267063
Ноябрь	211498	123587	447132	52719	50010	-217053
Декабрь	217843	127295	460546	55275	51902	-165151
Январь	224378	131113	474363	57908	53827	-111324
Февраль	231109	135047	488593	60621	55786	-55537
Март	238042	139098	503251	63414	57781	2243
Апрель	245184	143271	518349	66292	59812	62056
Май	252539	147569	533899	69256	61881	123938
Июнь	260115	151996	549916	72308	63990	187928

Как видно из таблицы 10 за год проект может принести 187 тысяч рублей. Средний темп роста около 4 процентов во вторые полгода реализации проекта. В первый месяц рентабельность составила 8,832%, а в последний — уже 11,9764118%. Это означает, что каждый рубль, вложенный в закупку товаров, приносит всё больше прибыли. На рисунке 3.2 показан расчет срока окупаемости.

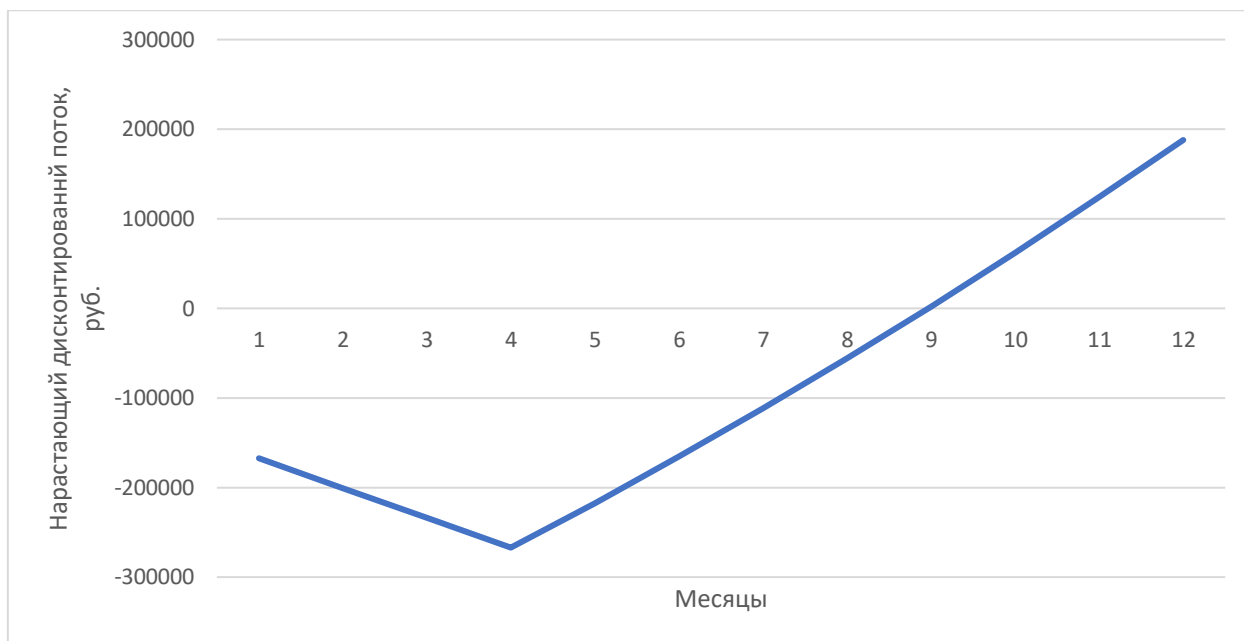


Рис. 3.2 Расчет срока окупаемости.

Как видно из рисунка, срок окупаемости составил 9 месяцев. Можно сделать вывод, что стартап демонстрирует стабильный рост прибыли и рентабельности. Это говорит о том, что компания успешно развивается и увеличивает свою прибыль. Однако стоит отметить, что увеличение затрат на закупку также приводит к увеличению себестоимости товаров. Поэтому важно следить за тем, чтобы рост затрат не превышал рост прибыли. В противном случае рентабельность может начать снижаться.

Для дальнейшего развития компании необходимо продолжать увеличивать объёмы продаж и оптимизировать затраты на закупку.

Заключение

В ходе написания выпускной квалификационной работы в формате Стартап проекта был проведен анализ рынка женской одежды, который позволил выявить основные тенденции и потребности потребителей. На основе полученных данных была разработана общая характеристика стартап проекта магазина одежды под названием "Dresses for Empresses". Этот стартап нацелен на создание уникального бренда, который будет предлагать стильную и качественную женскую одежду для целевой аудитории.

В рамках данного проекта была проведена характеристика предполагаемого ассортимента женской одежды, который будет представлен в магазине. Были определены основные категории товаров, а также основные характеристики и особенности каждого из них.

Для продвижения товаров было принято решение формировать карточки товара на популярном платформе для объявлений - Авито. На данный момент, магазин «Dresses for empresses» ИП Смирнова М.М. представляет свои товары на маркетплейсе Авито, но планирует выходить на такие маркетплейсы как Ozon. Переход будет проходить в три этапа. Это позволит привлечь больше потенциальных клиентов и увеличить объем продаж.

Также был проведен анализ конкурентной среды, что позволило выявить основные конкуренты на рынке и определить свои преимущества и недостатки. В современном мире конкуренция в сфере розничной торговли женской одеждой становится все более острой. Для успешного развития и удержания позиций на рынке необходимо не только иметь качественный товар, но и грамотно изучить конкурентную среду. Анализ деятельности конкурентов позволит выявить их сильные и слабые стороны, определить потребности и предпочтения целевой аудитории, а также разработать стратегию по привлечению и удержанию клиентов. В данном контексте

понимание и адекватная оценка конкурентной среды являются ключевыми факторами успешного ведения бизнеса в сфере продажи женской одежды.

На Авито много магазинов, продающих женскую одежду, в качестве конкурентов для анализа я выделила несколько, наиболее похожих по ценовой политике и ассортименту товаров: «Provocator», «BeryNosy», «Hello_darling», «All Inclusive». И проанализировала их плюсы и минусы исходя из отзывов покупателей на маркетплейсе. Это поможет разработать эффективную стратегию продвижения и увеличить конкурентоспособность бренда "Dresses for Empresses". Стартап ИП Смирнова М.М., предлагающий брендом «Dresses for empresses», имеет потенциал для успешного развития на рынке женской одежды благодаря продуманной стратегии и поэтапному плану выхода на маркетплейсы.

Первый этап, включающий закупку пробной партии товаров для интернет-магазина на «Авито», позволит адаптировать стратегию под конкретные потребности и цели, а также получить первые отзывы от клиентов. Второй этап, связанный с выходом на «Ozon» с сезонными летними вещами, будет подготовкой к дальнейшему развитию на этом маркетплейсе начиная с сентября 2024 года. Третий этап предполагает расширение бизнеса, увеличение объёмов закупок для маркетплейса «Ozon», развитие ассортимента товаров и продвижение бренда «Dresses for Empresses».

За год проект может принести 187 тысяч рублей. Средний темп роста около 4 процентов во вторые полгода реализации проекта. срок окупаемости составил 9 месяцев. Можно сделать вывод, что стартап демонстрирует стабильный рост прибыли и рентабельности.

Список использованных источников

1. Федеральный закон "О торговле" от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ.
2. Федеральный закон "О рекламе" от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ.
3. Федеральный закон "О защите прав потребителей" от 7 февраля 1992 г. № 2300-1.
4. Брагин Л.А., Иванов Г.Г., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Электронная коммерция: Учебник / - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра - М, 2022. - 192 с.
5. Гаврилов Л. П. Информационные технологии в коммерции: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2022. 369 с.
6. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 521 с. — (Высшее образование). — URL: <https://urait.ru/bcode/485411> (дата обращения: 12.09.2021).
7. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция: учебник и практикум для вузов / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17867-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536773> (дата обращения: 17.04.2024).
8. Гурская с. П. Маркетплейсы — новый сегмент в e-Commerce // Проблемы и перспективы электронного бизнеса : сборник научных статей Международной научно-практической конференции (Гомель, 09–10 ноября 2017 г.) / под научной редакцией А. Н. семенюты. Гомель : Белорусский торгово-экономический ун-т потребительской кооперации, 2020. с. 26–30.
9. Китова О.В. Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О.В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834> (дата обращения: 12.09.2021).

- 10.Красильникова Е. А. Тенденции развития электронной торговли России и стран Европейского союза // Лизинг. 2022. No 1. С. 5–11.
- 11.Красильникова Е. А., Майорова Е. А., Чеглов В. П. Мировые тенденции развития и регулирования электронной торговли // Лизинг. 2022. No 2. С. 4–16.
- 12.Кравченко Е. С., Каращук О. С. Оценка цифрового клиентского опыта и лояльности покупателей при покупке товаров онлайн // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. Т. 2, No 3 (135). С. 201–211.
- 13.Кравченко Е. С., Каращук О. С. Современная розничная торговля России: тенденции и тренды развития, направления инновационного обновления бизнес-моделей // Лизинг. 2022. No 3. С. 29–39.
- 14.Лунина В. Ю. Особенности развития интернет-торговли в Российской Федерации // Сборник научных работ серии «Экономика». 2023. No 32. С. 94–101.
- 15.Макарченко М.А. Методология и методика проектирования культуры фирмы в процессе создания гибких корпоративных структур. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2020. – 526 с.
- 16.Кантороева А.К. Маркетплейс как инновационный элемент экосистемы коммерческого банка//Вестник академии государственного управления при президенте кыргызской республики. 2020. № 27. с. 202-207.
- 17.Майорова Е. А. Анализ развития сетевой торговли в регионах России // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2021. Т. 8, No 1 (26). С. 216–218.
- 18.Маслевич Т.П. Управление бизнес процессами: от теории к практике: учебное пособие.М.: ИНФРА-М, 2022. 206 с.
- 19.Дмитриева М.А. Онлайн-маркетплейс: потенциальные возможности и угрозы// Интернет-маркетинг. 2018. № 4. С. 250-254.
- 20.Майорова Е.А., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Социальные сети в деятельности розничных торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2022. № 3 (16). С. 57-67.

- 21.Меджитова А. Т., Шацкая Э. Ш. Преимущества и недостатки интернет-торговли в России // Вестник современных исследований. 2020. № 12.12 (27). С. 296–298.
- 22.Минаков А. В. Перспективы развития интернет-торговли и интернет-магазинов в России // Теория и практика общественного развития. 2023. № 6 (182). С. 143–152.
- 23.Никулин Э. И., Польщиков К. А., Ломакин В. В. Сравнительный анализ развития интернет-торговли России, Великобритании и США // Научный результат. Экономические исследования. 2020. Т. 6, № 1. С. 35–41.
- 24.Панасенко С.В., Сурай Н.М., Никишин А.Ф., Корнева Г.В. Отечественные маркетплейсы: современное состояние и перспективы развития//Вестник БИСТ (Башкирского института социальных технологий). 2022. № 2 (55). С. 27-36.
- 25.Сурай Н. М., Неверов П. А., Горелова Т. П. современное состояние и перспективы развития территориально сгруппированных торговых форматов в России // Инновационные процессы в условия глобализации мировой экономики: проблемы, тенденции, перспективы (IPEG-2017) : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (Прага, 31 марта 2020 г.). Прага : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2020. с. 99–107.
- 26.Бородин В.А. Перспективы развития электронной торговли (на примере России и Китая). Экономика и управление: проблемы и решения. 2021; (11): 125-127.
- 27.Бочкова Е.В. Анализ рынка интернет-торговли в России и за рубежом и пути его совершенствования. Вестник ИрГТУ. 2020; (10): 225-229
- 28.Ергунова О.Т. ; Маркетинг территории М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2022. – 136 с.

- 29.Иванова Е. Важнейшие тренды eCommerce в 2020 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://new-retail.ru/business/e_commerce/vazhneyshie_trendy_ecommerce_v_2020_godu4695/.
- 30.Корешков В. А. Региональная экспансия ритейла в России как фактор формирования в нем сложных органиазционных структур // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2011. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-ekspansiya-riteyla-v-rossii-kak-faktor-formirovaniya-v-nem-slozhnyh-organiaztsionnyh-struktur> (дата обращения: 30.05.2024).
- 31.Куликова О.М. Маркетплейс: бизнес-модель современной торговли / О.М. Куликова, С.Д. Суворова. — DOI 10.47581/f2020f10.23.PS85f1Ef5.48.008 // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. — 2020. — № 6 (48). — С. 50-55.
- 32.Назаренко В.С. Подходы к устойчивому социально-экономическому развитию регионов / В.С. Назаренко // Проблемы развития национальной экономики на современном этапе: Материалы Международной научно-практической конференции / Отв. редакторы А.А. Бурмистрова [и др.]. - Тамбов, 2020. - С. 185-190.
- 33.Никишкин В.В., Мельниченко Л.Н. Словарь основных терминов по дистрибуции и мерчендайзингу. / М.: Гребенников, 2021 - 208 с.
- 34.Шнорр Жанна Павловна Современные тенденции и особенности развития отечественного сетевого ритейла // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-i-osobennosti-razvitiya-otchestvennogo-setevogo-riteyla> (дата обращения: 30.05.2022).
- 35.Якубов, М.С. Электронная коммерция: аутсорсинг в электронном бизнесе / Перспективы развития информационных технологий. — 2021. - №29. — С. 91-96

- 36.Пять сил Портера: анализ конкурентных сил. – Текст: электронный // Словарь маркетолога: [сайт] – URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/model-5-konkurentnyh-sil-portera/> (дата обращения 15.03.2024)
- 37.Разбираем диаграмму Ганта. – Текст: электронный // Платформа Skillbox: [сайт] – URL: <https://skillbox.ru/> (дата обращения 03.04.2023)
- 38.Рентабельность продаж (ROS): формулы и примеры расчета. – Текст: электронный // Компания Первый Бит: [сайт] – URL: <https://www.1cbit.ru/> (дата обращения 23.03.2023) 70 52) Сколько надо денег, чтобы создать маркетплейс. Считаем бюджет на MVP маркетплейса. – Текст: электронный // ИТ-компания Сибирикс: [сайт] – URL: <https://www.sibirix.ru/> (дата обращения 30.03.2024)
- 39.Табышова А.К. Маркетплейс (онлайн платформа электронной коммерции) как эффективная бизнес-модель торговли в условиях пандемии. – Текст: электронный // Известия ВУЗов Кыргызстана. – 2020. – № 5. – С. 113-117. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=45707262> (дата обращения: 20.04.2024)
- 40.Фулфилмент для маркетплейсов: особенности, преимущества и модели работы. – Текст: электронный // Университет InSales: [сайт] – URL: <https://www.insales.ru/blogs/university/fulfilment-dlya-marketpleysov> (дата обращения 08.05.2023)
- 41.Холмовский, С.Г. Развитие российского рынка фулфилмент-услуг как следствие роста интернет-торговли. – Текст: электронный // Baikal Research Journal: [сайт] – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitierossiyskogo-rynka-fulfilment-uslug-kaksledstvie-rosta-internet-torgovli> (дата обращения: 08.05.2023)
- 42.Чернухина, Г.Н. Поведение потребителей в контексте интернет-инноваций в ритейле. – Текст: электронный // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – №1(46). – С.299-303. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=37023532> (дата обращения: 20.04.2023)

43. Что такое маркетплейс и как с ним работать? – Текст: электронный // HAY STUDIO: [сайт] – URL: <https://www.hay-studio.ru/blog/что-такое-marketpleys-i-kak-s-nim-rabotat?ysclid=lhopprrwil883599804> (дата обращения 15.01.2023)

Электронные ресурсы

44. Исследовательское агентство DataInsight. [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.datainsight.ru/> (дата обращения 08.04.2024).
45. Ozon результаты за 2022 год // [Электронный ресурс] URL:
46. Аудитория российских онлайн-магазинов 2021: портрет-покупателя. URL: https://решение-верное.рф/sites/default/files/202110/Исследование_Почта_России_финал_5_10_0.pdf
47. <https://corp.ozon.ru/tpost/ykmxt937i1-ozon-obyavlyaet-rezultati-zachetvertii> (дата обращения: 09.04.2024).
48. Wildberries: итоги 2022 года // [Электронный ресурс] URL: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles/wildberries-itogi-2022-goda> (дата обращения: 10.05.2024).
49. Информационная база Авито для селлера // [Электронный ресурс] URL: <https://www.avito.ru/>
50. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации. [Электронный ресурс] - Режим доступа <http://www.gks.ru> (дата обращения 12.12.2023).

