

Alibaba

Ovo je studija slučaja o dominantnoj kompaniji u oblasti elektronske trgovine koja se nalazi u Kini. Osnovana 1999. godine, danas Alibaba Group ima 25 poslovnih jedinica, i posluje u 240 zemalja i regija, a zapošljava 24.000 radnika.

Počevši kao mala kompanija je koristila veb sajt pomažući malim preduzetnicima i izvozniciima da prodaju robu na međunarodnom nivou. Vremenom, kompanija je postala globalni lider u online i mobilnoj trgovini. Kompanija je porasla na 25 poslovnih jedinica i uključuje B2B, B2C i C2C mogućnosti, kao i online platni promet, poslovnu liniju računarstva u *cloud*-u i različite kupovine kao poslovne linije. Neki analitičari sugerišu da je Alibaba veća od eBay-a i Amazon.com zajedno.

Industrija interneta i elektronske trgovine je u početnim fazama na kineskom tržištu sa visokim očekivanim rastom. Kako građani zarađuju više prihoda i prelaze u srednju klasu, kupuju više proizvoda i koriste internet za kupovinu. Međutim, globalna ekonomija utiče na kineski izvoz (koji se smanjuje) koji utiču na plate radnika. Povećanje plata koje zahtevaju kineski radnici i apresijacija valute dovode do toga da inostrane firme analiziraju lokaciju svojih proizvodnih operacija.

Kompanija se morala baviti ne samo povećanjem konkurencije u industriji e-trgovine, već i pitanjima prodaje lažnih i piratskih proizvoda na svojim e-trgovačkim sajtovima. Alibaba naporno radi na prevazilaženju stigme da su kineski proizvodi nesigurni i loši. Kina je nedavno uklonjena sa liste poznatih tržišta SAD-a. U bliskoj budućnosti kompanija razmatra IPO i dodatne akvizicije.

Alibaba je danas zainteresovana da u Srbiji pronade partnera za otvaranje logističkog centara. Takođe, istraživanja tržišta su sprovedena u Češkoj i Mađarskoj, sa ciljem da vide kakve uslove država daje, kroz povoljniju investicionu klimu. Usaglašeno je da se radi na četiri prioritete oblasti u Srbiji - elektronska trgovina, logistika, razmena tržišnih informacija, onlajn turizam i pameti gradovi.