

[www.diplomstudent.net](http://www.diplomstudent.net)



**Дипломные  
работы  
на заказ**

**от автора  
без предоплаты**

Доклад к диплому на тему: Интернет - продвижение коммерческих организаций на примере ювелирной компании «Наше Золото»

Уважаемые члены комиссии!

Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему: Интернет - продвижение коммерческих организаций на примере ювелирной компании «Наше Золото» (слайд 1)

**Цели и задачи исследования (слайд 2):**

Целью работы является разработать мероприятия, направленные на совершенствование интернет продвижения коммерческой организации. (слайд 2). Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи: описать теоретические аспекты Интернет- продвижения коммерческих организаций, провести анализ существующей системы продвижения товаров в сети Интернет на примере анализируемой организации; провести опрос и разработать проект мероприятий, способствующий совершенствованию продвижения бизнеса в сети Интернет.(слайд 2)

**Объект и предмет исследования (слайд 3):**

Объектом исследования является коммерческая организация- ООО «Наше Золото», работающая на рынке реализации ювелирных изделий. (слайд 3). Предмет исследования – система продвижения товаров в сети Интернет ювелирной компании ООО «Наше Золото». (слайд 3)

#### **Актуальность исследования (слайд 4):**

В связи с ростом конкурентной борьбы и развитием интернет технологий, возрастает потребность наиболее эффективного управления и продвижения бизнеса любой коммерческой организации. Сегодня почти все можно приобрести в сети Интернет, не выходя из дома, при этом потребитель может выбрать товар или услугу на свой кошелек, наилучшего качества и по доступным ценам. Реализация товаров и услуг в сети Интернет имеет массу преимуществ, в первую очередь, это широкий охват потребителя и низкие затраты коммерческих организаций на содержание аренды помещений и большего количества обслуживающего персонала. Одним из значимых преимуществ электронного бизнеса в сети Интернет является возможность прямого, без посредников, доступа на рынки товаров и услуг. Все это, делает бизнес в сети Интернет наиболее привлекательным, так как коммерческая организация, способная минимизировать свои расходы, минуя посредников, может предложить потребителю товар или услугу по более конкурентоспособным ценам.

Российский электронный бизнес в сети Интернет пока еще только развивается, но это развитие идет в правильном направлении и достаточно быстрыми темпами. Сеть Интернет постоянно и в возрастающем масштабе вовлекает в свое русло все большее число компаний и организаций, как коммерческих, так и некоммерческих, которые прежде и не помышляли о ведении электронного бизнеса. Это объективный процесс информатизации общества.

Следует отметить, что электронная коммерция привлекательна на любом отраслевом рынке, в том числе и на рынке реализации ювелирных изделий, который в настоящий момент является рынком чистой конкуренции. В настоящее время ювелирные изделия далеко не всегда покупаются в реальных салонах. С 2012-го чуть ли ни половина россиян совершили сделки в интернете. Средний чек за драгоценности составляет 30 000 рублей. Средний же чек, учитывающий магазины, как в сети, так и на улицах – практически 60 000 рублей. Однако, развитие предприятия по реализации ювелирных изделий в сети Интернет является не достаточно изученной и не доказанной, каким именно способом лучше продвигать компанию на данном рынке. В связи с этим, изучение темы работы является вполне актуальной. (слайд 4).

#### **Теоретические аспекты исследования (слайд 5):**

Под коммерческой организацией следует понимать, юридическое лицо, созданное с целью получения прибыли. Основными признаками коммерческой организации является: наличие цели (получение прибыли); четко определенная в законе организационно-правовая форма; распределение прибыли между участниками юридического лица. Проведенное исследование показало, что в России доля коммерческих предприятий ежегодно увеличивается и по состоянию на 2014 г. составила 86,2% от общего количества предприятий. Растет и оборот организаций, который на конец анализируемого периода составил 129195,0 млрд. руб. Следовательно, предпринимательская среда в России для коммерческих организаций в целом является благоприятной.

Следует отметить, что коммерческие предприятия имеют массу преимуществ и достоинств, так как выполняют важные функции, в частности, сектор коммерческого предпринимательства: создает широкий спектр товаров и услуг в условиях быстрой дифференциации и индивидуализации потребительского спроса; обеспечивает необходимую в условиях рынка мобильность, глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без которых немислима его высокая эффективность; создает необходимую для рынка атмосферу конкуренции, многообразие форм, быстро возникающих и исчезающих, готовность мгновенно реагировать на любые изменения рыночной конъюнктуры; осуществляет разработку и внедрение технологических, технических и организационных новшеств; мобилизует материальные, финансовые и природные ресурсы, которые иначе остались бы невостребованными, улучшает взаимосвязи между различными секторами экономики; способствует более равномерному развитию регионов страны. Поэтому поиск наиболее эффективных способов продвижения коммерческого предприятия на сегодняшний день является необходимым. И развитие предприятия в сети Интернет- это наиболее перспективный рынок для реализации этой возможности, так как проведенное исследование показало, что

развитие бизнеса в сети Интернет является, одним из динамично развивающихся рынков. Следует отметить, что электронный Бизнес - это любая форма бизнес процесса, в котором взаимодействие между субъектами происходит электронным способом. Электронный бизнес это - качественно новые технологии работы, которые позволяют компании достичь конкурентного преимущества за счет улучшения обслуживания своих клиентов и оптимизации бизнес отношений с партнерами. При этом электронная коммерция является одной из подсистем электронного бизнеса и представляет собой взаимодействие покупателя и продавца в сети Интернет. Основными инструментами электронной коммерции являются: корпоративный веб- сайт, интернет-магазин, интернет-аукцион, корпоративный информационный портал, интернет-биржа.

**Анализ рынка ювелирных изделий (слайд 6):**

Так как объектом исследования является ювелирная компания, в работе был представлен анализ рынка ювелирных изделий, который показал, что доля рынка драгметаллов и драгоценных камней на сегодняшний день составляет всего 1,3% всего объёма внутреннего валового продукта при оценке данных показателей в денежном выражении. Показатели продажи ювелирных украшений в общем обороте розничной торговли составляют порядка 1% при том, что именно РФ является одним из мировых лидеров по добыче таких драгоценных металлов как золото и платина, а также других металлов и камней. На российском рынке представлено практически 1 000 ювелирных брендов. Отечественные украшения реализуют лишь 30% из них. Одной из особенностей современного российского рынка ювелирных изделий является неудовлетворённость потребителя ассортиментом представленных на рынке товаров. В частности, речь идёт о том, что при видимом количественном изобилии отсутствует должное качественное разнообразие. Ювелирная отрасль России развивается под влиянием множества факторов, среди которых определяющими выступают следующие: сезонность продаж; увеличение сетей и количества ведущих компаний на рынке; несовершенство законодательной базы; отсутствие модернизации ювелирного производства; некоторые внешнеэкономические факторы. Сегодня ювелирный рынок РФ переживает не лучшие свои времена. Участники рынка постоянно генерируют новые идеи относительно создания новых способов выхода из кризисного положения. Среди идей преобладают следующие: поиск и завоевание новых рынков; внедрение новых технологий производства; создание новых более эффективных способов продаж; разработка новых дизайнов продукции; более частое обновление коллекций; формирование грамотного подхода к ассортименту реализуемых на рынке товаров; более тщательное изучение потребительских предпочтений.

### **Характеристика объекта исследования (слайд 7):**

Объектом исследования является предприятие ООО «Наше Золото», которое организовано в форме общества с ограниченной ответственностью и осуществляет свою деятельность на основании Устава, ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью», ТК РФ, ГК РФ, НК РФ и других нормативно-правовых актов. В настоящий момент компания имеет множество наград и достижений. Компания «Наше золото» - это одна из крупнейших ювелирных розничных сетей в России, она была основана в 1999 году в Самарской области и уже через несколько лет стала конкурировать с лидирующими представителями этой сферы. В настоящий момент в компании «Наше Золото» успешно работают более 120 магазинов, расположенных в разных регионах России: Поволжье, Оренбуржье, Удмуртия, Башкортостан, Татарстан, Чувашия, Марий-Эл, Уральский округ, Краснодарский край и Московский регион. Активно осваиваются новые регионы. Кроме этого, реализация ювелирных изделий компании «Наше Золото» осуществляется и на рынке электронной коммерции. Для этого,

компания имеет собственный сайт, который продвигается с помощью следующих способов: SEO продвижение, система сравнения и выбора товаров (или товарные системы); реклама в тематических и региональных ресурсах. Для работы с потребителями применяется программный продукт 1С:Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM).

Основная продукция компании ООО «Наше Золото»-это украшения из желтого, белого и красного золота и серебра с драгоценными и полудрагоценными камнями. Помимо этого, в товарный ряд входят изделия религиозной тематики, мужские кольца и ювелирные часы. Компания продает ювелирные украшения известных заводов, таких как: Адамас, Платина, Бриллианты Костромы, Лукас Золото, Ника, Инталия и другие. Все изделия имеют сертификаты. Преимуществами компании «Наше Золото» - является: качественная ювелирная продукция, удобная система скидок и бонусов, квалифицированное обслуживание.

### **Основные финансовые показатели ООО «Наше Золото» (слайд 8):**

Деятельность предприятия характеризуется множеством экономических показателей, в связи с этим в работе был представлен анализ за период с 2013-2015 г.г., который показал, что в компании ООО «Наше Золото» наблюдается увеличение общей суммы капитала, при этом наибольший удельный вес в структуре капитала приходится на собственные источники финансирования, это свидетельствует о финансовой независимости компании. Показатели прибыли имеют положительную динамику, растут и показатели рентабельности, коэффициент финансового риска снизился. Все это свидетельствует о том, что компания ООО «Наше Золото» имеет не плохие финансовые результаты деятельности. Однако, следует отметить, что несмотря на то, что система продаж в организации построена должным образом, ювелирные изделия реализуются как в розничной сети множества магазинов, так и в сети Интернет. Однако, объемы продаж электронным способом достаточно низкие и в основном наибольший удельный вес продаж приходится на реализацию через розничную сеть (оффлайн торговля).

### **Рекомендации, направленные на продвижение ювелирных изделий на рынке электронной коммерции (слайд 9):**

Таким образом, для увеличения объемов продаж в сети Интернет были предложены рекомендации, направленные на продвижение ювелирных изделий на рынке электронной коммерции. Для того, чтобы определить наиболее востребованные способы продвижения в сети Интернет, был проведен опрос потребителей, который показал, что большинство потребителей предпочитают рекламные мероприятия в социальных сетях. В связи с этим, были выбраны направления по совершенствованию продвижения компании ООО «Наше Золото» по четырем основным

социальным интернет ресурсам, в частности: Вконтакте, Одноклассники, Instagram, Facebook.

### **Затраты и экономическая эффективность мероприятий(слайд 10):**

Общая стоимость затрат на продвижение в социальных сетях в год составила 801,6 тыс. руб. Прогноз экономических показателей от внедрения мероприятий показал, что объемы продаж составят 62385 тыс. руб. Прогнозируемый показатель валовой прибыли и прибыли от продаж составили 3961,0 тыс. руб. и 1630,4 тыс. руб. соответственно. В целом показатель прибыли от продаж увеличится на 518,4 тыс. руб., рентабельность продаж увеличится на 0,46% и составит 2,61%. Таким образом, проведение данных мероприятий целесообразно, но представленный расчет является прогнозируемым, какие экономические показатели будут достигнуты на самом деле, покажет реализация проекта, возможно, что они будут выше ожидаемых, так как рынок электронной коммерции- динамично развивающаяся отрасль, которая позволяет существенно увеличивать объемы реализации товаров и услуг любого коммерческого предприятия.

### **Спасибо за внимание! (слайд 11)**

На примере темы диплома: Интернет - продвижение коммерческих организаций ювелирной компании «Наше Золото» структура слайдов выглядит следующим образом:

Слайд 1. Тема диплома

Слайд 2. Цель и задачи диплома

Слайд 3. Объект и предмет исследования

Слайд 4. Актуальность исследования

Слайд 5. Теоретические аспекты исследования

Слайд 6. Анализ рынка ювелирных изделий

Слайд 7. Характеристика объекта исследования

Слайд 8. Основные финансовые показатели ООО «Наше Золото»

Слайд 9. Рекомендации, направленные на продвижение ювелирных изделий на рынке электронной коммерции

Слайд 10. Затраты и экономическая эффективность мероприятий

Слайд 11. Спасибо за внимание!