СОДЕРЖАНИЕ

Введение 3

1 Теоретические аспекты интернет-продаж на рынке B2C 6

1.1 Понятие электронной коммерции 6

1.2 Инструменты интернет-продаж на рынке B2C 13

1.3 Оценка эффективности интернет-продаж на рынке B2C 18

2 Анализ маркетинговой ситуации АО «Мэлон Фэшн Груп» 30

2.1 Характеристика АО «Мэлон Фэшн Груп» 30

2.2 Анализ конкурентов компании АО «Мэлон Фэшн Груп» 38

3 Мероприятия по совершенствованию интернет-продаж АО «Мэлон

Фэшн Груп» 45

3.1 Мероприятия по совершенствованию интернет-продаж 45

3.2 Эффективность предложенных мероприятий 49

Заключение 53

Список использованных источников 56

# ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) активно внедряются в различные сферы общественной жизни, способствуя формированию глобальной информационной экономики. Это требует перехода к новой экономической модели, основанной на научно-техническом прогрессе, широком использовании инновационных технологий и электронном управлении.

В современных условиях информационно-коммуникационные технологии становятся движущей силой экономики, ее формирования и развития. Многие традиционные предприятия выходят на электронные торговые площадки, что позволяет им расширить свой рынок сбыта и удовлетворить потребности клиентов на глобальном уровне. Онлайн-торговля предоставляет такие возможности, как интерактивное взаимодействие между продавцами и покупателями, доступ к рынку в режиме реального времени и быстрое реагирование на изменения рыночной конъюнктуры. С одной стороны, это позволяет удовлетворить запросы покупателей на высоком уровне качества, а с другой – обеспечивает гибкость и адаптивность к изменениям на рынке.

Развитие электронной коммерции в современном мире тесно связано с ключевыми трендами глобальной экономики. Этот тренд обусловлен рядом причин:

* обеспечивается расширенное воспроизводство на новом материальном базисе, что обеспечивает доступ к информации и знаниям. Они, в свою очередь, преобразуются в товарные формы;
* в условиях развития электронной торговли формируется финансовая экономика, которая отличается тем, что максимальная прибыль достигается без какого-либо материального производства, тем самым возрастает важность финансового капитала.

Все вышеупомянутое характеризует тот факт, что происходит преобразование экономических отношений в новейшем постиндустриальном уровне.

Карантинные ограничения привели к закрытию торговых точек, снижению мобильности населения и сокращению гражданами необязательных расходов обернулись серьезными потерями как для производителей, так и для торговцев. В сложившихся условиях бизнес вынужден пересмотреть управление маркетингом и активно развивать интернет-продажи.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что в наше время электронная коммерция становится все более популярной. Прежде всего, электронная коммерция – это сфера экономики, которая включает в себя такие транзакции финансовые и торговые, осуществляемые в свою очередь при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций.

Интернет стал важным компонентом для успешного ведения бизнеса, у каких-либо организаций или компаний. Он служит мощным инструментом для исследования, развития торговли и ведения бизнеса, воздействуя на аудиторию дистанционно, при этом нет никаких территориальных ограничений.

На сегодняшний день более 95% пользователей используют Интернет для поиска информации, покупки товаров и услуг, создание собственных бизнес проектов, для обучения, для работы, для развлечения и т.д. Интернет-коммерция все больше и больше входит в нашу жизнь. Она открывает новые возможности для ведения бизнеса, и большинство компаний уже перешли на ведение и развитие своего дела в Интернет-среде.

Цель выпускной квалификационной работы – анализ и разработка рекомендаций по совершенствованию интернет-продаж на рынке В2С компании АО «Мэлон Фэшн Груп».

Объект исследования – компания АО «Мэлон Фэшн Груп».

Предмет исследования – интернет-продажи Акционерного общества «Мэлон Фэшн Груп» на рынке В2С.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть теоретические аспекты интернет-продаж на рынке B2C.
2. Провести анализ маркетинговой ситуации АО «Мэлон Фэшн Груп».
3. Предложить мероприятия по совершенствованию интернет-продаж АО «Мэлон Фэшн Груп».