

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
Направленность (профиль) образовательной программы Коммерция

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой


 Е.С. Рычкова
«17» 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности
предприятия (на примере ООО «А-Эл-Джи Софт»)

Исполнитель

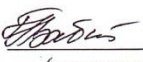
студент группы 575-об (А)

 17.06.2019
(подпись, дата)

В.А. Бычкова


Руководитель

доцент, канд.техн.наук.

 17.06.2019
(подпись, дата)

Н.А. Бабкина

Нормоконтроль

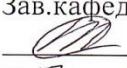
 17.06.2019
(подпись, дата)

Н.Б. Калинина

Благовещенск 2019

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФГБОУ ВО «АмГУ»

Факультет Экономический
Кафедра Экономической безопасности и экспертизы
Направление подготовки 38.03.06 – Торговое дело

УТВЕРЖДАЮ
Зав.кафедрой
 Е.С.Рычкова
«17» 06 2018 г.

ЗАДАНИЕ

К выпускной квалификационной работе (проекту) студента Бычковой Виктории Александровны


1. Тема выпускной квалификационной работы Анализ и оценка эффективности коммерческой деятельности предприятия (на примере ООО «А-Эл-Джи Софт») (утверждена приказом от 15.04.2019 г. № 847 - уч)
2. Срок сдачи студентом законченной работы (проекта) 17.06.2019
3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе учебная и методическая литература русских и зарубежных авторов, данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»
4. Содержание выпускной квалификационной работы (перечень подлежащих к разработке вопросов): Теоретические аспекты анализа и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия; Анализ деятельности коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»; Мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»
5. Перечень материалов приложения: (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) Товарный знак компании; Финансовая отчетность организации; Образец анкеты
6. Консультанты по выпускной квалификационной работе (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 05.09.2018

Руководитель выпускной квалификационной работы Бабкина Наталья
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Арсентьевна, канд. техн. наук, доцент.

Задание принял к исполнению (дата): 05.09.2018


(подпись студента)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 82 с., 52 источника, 26 таблиц, 6 рисунков, 32 формулы.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ, АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ, ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что высокая степень зависимости конечных финансовых результатов деятельности предприятия зависит от эффективности осуществления предприятием коммерческой деятельности. Для достижения успеха предприятию необходимо уделять значительное внимание коммерческой деятельности, так как она оказывает непосредственное влияние на все основные показатели работы предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ и оценка эффективности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- изучить теоретические аспекты анализа и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия;
- проанализировать деятельность коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»;
- разработать мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Объект исследования: общество с ограниченной ответственностью «А-Эл-Джи Софт».

Предмет исследования: коммерческая деятельность предприятия.

Источниками для выполнения выпускной квалификационной работы являются работы российских и зарубежных авторов, и данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты анализ и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия	7
1.1 Понятие коммерческой деятельности	7
1.2 Оценки эффективности коммерческого предприятия	10
1.3 Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле	19
2 Анализ деятельности коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	24
2.1 Общая характеристика деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	24
2.2 Анализ основных экономических показателей предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	28
2.3 Анализ коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	39
3 Рекомендации по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	65
3.1 Мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»	65
3.2 Экономическое обоснование предложенных мероприятий	69
Заключение	74
Библиографический список	78
Приложение А Товарный знак компании	83
Приложение Б Финансовая отчетность организации	84
Приложение В Образец анкеты	88
Приложение Г Образец анкеты	89
Приложение Д Образец анкеты	92

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной темы обусловлена тем, что высокая степень зависимости конечных финансовых результатов деятельности предприятия зависит от эффективности осуществления предприятием коммерческой деятельности. Для достижения успеха предприятию все больше необходимо уделять значительное внимание коммерческой деятельности предприятия, так как коммерческая деятельность оказывает непосредственное влияние на все основные показатели работы предприятия. Понятие коммерческая деятельность очень широко и включает в себя множество направлений: показатели экономической эффективности, формирование ассортимента, конкурентоспособность поставщиков, целевой сегмент рынка, объемы продаж и т.д. Эффективное осуществление деятельности в каждом из этих направлений способствует достижению высоких финансовых результатов.

Так же для успешного развития предприятия необходимо постоянно повышать эффективность коммерческой деятельности. Для этого необходимо разрабатывать соответствующие мероприятия, по достижению целей и способов их достижения.

Целью выпускной квалификационной работы является анализ и оценка эффективности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Для достижения поставленной цели необходимо решение следующих задач:

- изучить теоретические аспекты анализа и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия;
- проанализировать деятельность коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»:
 - а) дать общую характеристику деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»;
 - б) проанализировать основные экономические показатели предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»;

в) проанализировать коммерческую деятельность предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

- разработать мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Объект исследования: общество с ограниченной ответственностью «А-Эл-Джи Софт».

Предмет исследования: коммерческая деятельность предприятия.

При выполнении выпускной квалификационной работы будут использоваться следующие методы: анализ рентабельности, ABC-анализ, анализ конкурентоспособности поставщиков, анализ покупателей предприятия, анализ пяти конкурентных сил по модели Майкла Портера, SWOT-анализ, анализ динамики объема продаж.

Источниками для выполнения выпускной квалификационной работы являются работы российских и зарубежных авторов в сфере экономики и анализа деятельности торгового предприятия, а так же в сфере анализа коммерческой деятельности предприятия, и данные бухгалтерской и финансовой отчетности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА И ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие коммерческой деятельности

В условиях рыночной экономики господствующими являются товарно-денежные отношения. Поэтому практически каждый продукт труда, произведенный на предприятиях, обязательно продается и покупается, т.е. проходит стадию обмена. Продавцы и покупатели товара заключают сделки купли-продажи, осуществляют сбыт и закупки товаров, оказывают посреднические и другие услуги.

Коммерция как разновидность человеческой деятельности у большинства из нас ассоциируется с торговлей. Это совершенно естественно, так как происходит данный термин от латинского COMMERCIIUM (торговля). Однако такое толкование коммерции как термин является слишком узким и явно недостаточным для выяснения понятия и сущности коммерческой деятельности.

Коммерческая деятельность представляет собой часть предпринимательской деятельности на товарном рынке и отличается от нее по большому счету лишь тем, что не охватывает сам процесс изготовления товара или оказания услуги. В широком смысле любая организация, предлагающая на рынок продукты труда своих работников, а, значит, участвующая в процессе обмена, может быть отнесена к категории субъектов продажи. Важно учитывать, что, если данный субъект предполагает получение доходов от продажи (сбыта) товаров или оказания услуг, превышающих по размеру затраты на их создание, то его деятельность принято квалифицировать как коммерческую. Аналогичным образом формируется и представление о деятельности по приобретению сырья, материалов и изделий для производства товаров и оказания услуг.

Толкование термина «коммерческий» имеет, прежде всего, практическое значение, так как организация работы коммерческих служб предполагает учет множества специфических особенностей, начиная с экономических основ и заканчивая структурой документооборота. Особым образом производится профессиональная подготовка коммерческих работников. Помимо традиционных знаний в области экономики и управления, коммерсант должен обладать рядом специфических навыков в области делового общения и переговоров, уметь принимать нестандартные решения по выявлению высококорентабельных сфер приложения труда.¹

Коммерция представляет собой форму бизнеса, проявляющуюся в создании и функционировании предприятий, деятельность которых направлена на получение прибыли в результате купли-продажи товаров.

Коммерция – деятельность юридических и физических лиц, осуществляющих куплю-продажу товаров, а также их хранение с целью удовлетворения покупательского спроса и получение в результате этого прибыли.

Коммерческой деятельностью является предпринимательство, ориентированное на извлечение прибыли. Его отличительными чертами можно считать инициативу, гибкость, что предполагает постоянные оценки рыночной ситуации, реакцию на колебания спроса и предложения на рынке.

Коммерческая деятельность – форма предпринимательской деятельности (производственной или торговой), в результате которой извлекается прибыль.

Сущность коммерческой деятельности заключается в купле-продаже и сбыте продуктов и услуг с целью получения прибыли. Рыночная экономика и коммерческая деятельность открывают широкие возможности для инициативных предприимчивых людей, создавая потенциальные предпосылки для развития собственного дела (бизнеса). Постоянно открываются сотни новых предприятий, основная часть которых работает на коммерческой основе. Развивается, хотя и недостаточными темпами малый бизнес.

¹ Третьяк, С.Н. Коммерческая деятельность. Хабаровск, 2015. С. 25-27.

Коммерция – биполярное явление: на одном полюсе находится продавец, на другом противостоящий ему покупатель. Если отсутствует хотя бы один из них, коммерческий процесс прерывается, как бы «зависает». Чтобы продать / купить товар, необходимы оба участника. Каждый из них является субъектом коммерции.²

Слово «коммерция» происходит (лат. commercium) – торговля. Поэтому часто эти слова используются как синонимы, а понятие «коммерческая деятельность» в узком смысле трактуется как деятельность, связанная с торговлей и куплей-продажей товаров.

Существует и более широкое толкование этого понятия, в соответствии с которым коммерческая деятельность понимается как предпринимательская деятельность.

Коммерческая деятельность предприятия является важнейшей составляющей всей системы его функциональной деятельности в условиях рыночной экономики. Коммерческая деятельность, по сути, заключается в покупке и, в конечном итоге, последующей продаже. Предметом продажи является товар, предметом покупки – необходимые для производства товара ресурсы: финансовые, кадровые, материально-технические.

Таким образом, коммерческая деятельность – это оперативно-организационная деятельность по осуществлению операций обмена товарно-материальными ценностями в целях удовлетворения потребностей населения и получения прибыли. При этом коммерческая деятельность обеспечивает максимальную выгоду торговой сделки для каждого из партнеров.³

В отечественной экономической литературе существуют различные определения коммерческой деятельности. Приведем наиболее распространенные из них:

- коммерция – «торг, торговые обороты, купеческие промыслы» (согласно определению из Толкового словаря В.И. Даля);

² Беляевский, И. К. Коммерческая деятельность. М., 2016. С. 19-21.

³ Коммерческая деятельность. Белгород, 2015. С. 17.

- коммерческая деятельность – товарно-денежный обмен, в процессе которого товары от поставщика переходят в собственность предприятия с ориентацией на потребности рыночного спроса;

- коммерческая деятельность – особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты предприятия;

- коммерческая деятельность – это все то, что обеспечивает максимальную выгодность торговой сделки для каждого из партнеров при первоочередном учете интересов и запросов потребителей;

- коммерческая деятельность – комплекс операций, обеспечивающих куплю-продажу товаров и вместе с торговыми процессами представляющих собой торговлю в широком смысле слова.

Итак, коммерческая деятельность - неотъемлемое условие потребительского рынка, сферы коммерческого предпринимательства, где происходит обмен денег на товары и товаров на деньги. Под ней следует понимать процессы, связанные с куплей и продажей товаров, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли. При закупке и поставке товаров изучается рынок, устанавливаются хозяйственные связи с поставщиками, осуществляются коммерческие операции, направленные на коммерческие сделки, заключение контрактов и товарно-денежный обмен. Коммерческая работа должна сопровождаться коммерческими действиями и решениями исходя из условий конкретной внешней среды и конъюнктуры рынка. При выполнении коммерческих функций следует основываться на экономических законах рынка, финансовой политике и коммерческом праве.⁴

1.2 Оценки эффективности коммерческого предприятия

Все показатели, используемые при оценке экономической деятельности торговых организаций, можно свести в экономические категории: экономический эффект, экономический результат, экономическая эффективность. Несмотря на то, что в экономической литературе иногда ставят знак равен-

⁴ Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность. М., 2015. С. 25-26.

ства между понятиями «эффект» и «результат», мы предлагаем различать эти понятия.

Экономический результат — это абсолютное значение (не обязательно в стоимостном выражении) какого-либо показателя, характеризующего степень предпринимательской активности в той или иной сфере деятельности. Для торговой организации такими показателями могут быть, например, товарооборот, количество покупателей, посетивших магазин за определенный период времени, прирост торговой площади, объем закупленной партии товаров.

Под экономическим эффектом понимают разницу между результатами экономической деятельности и затратами, произведенными для их получения. В торговле экономический эффект может выражаться через такие показатели, как валовой доход и прибыль.

Для оценки экономической эффективности используют оба вида показателей: и результат, и эффект.

Экономическая эффективность определяется соотношением полученного результата или эффекта в стоимостном выражении с затратами различного рода ресурсов (материальных, трудовых, финансовых, информационных) по его достижению. Иными словами, речь идет об уровне эффективности использования ресурсов.

Можно выделить три основных типа ориентации предприятия на прибыль: максимизацию, мини-максимизацию, получение удовлетворительной прибыли.

Смысл стратегии максимизации прибыли состоит в получении высокой прибыли в каждой финансовой операции, как за счет внутренних резервов, так и за счет покупателей. Как долгосрочная стратегия предприятия применяется редко, но для краткосрочной тактической задачи используется, особенно в сферах быстрого экономического роста. При мини-максимизации прибыли ищется максимум прибыли, но не по всем затратам, как в первом случае. При принятии решений берется во внимание страхование от возмож-

ных потерь. При планировании удовлетворительной прибыли в полной мере учитывается степень риска, ориентиром для предприятий становится прибыль, которую можно было бы получить при применении данных финансовых ресурсов в какой-нибудь другой отрасли. Эта прибыль имеет тенденцию к снижению до такого уровня, который не привлечет слишком много конкурентов в эту отрасль, но не потребует вмешательства органов, следящих за тем, чтобы позиция предприятия в отрасли не стала монопольной. В исключительных случаях цель предприятия может определяться неприбыльной мотивацией. Это не означает, что предприятие не интересуется его финансовые результаты. Вместо максимизации дохода рост нормы прибыли выражается в других показателях: удовлетворение потребителей, позиция на рынке, устойчивость хозяйственных связей, благосостояние работающих, ответственность предприятия, техническая эффективность, высокий уровень производительности труда, придание особого значения научным исследованиям и разработкам.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия чаще всего используют систему показателей. Обоснование необходимости их применения дано в теории множественности целей, основу которой составляет системный подход к описанию предприятия, что предполагает существование в системе иерархии целей и, соответственно, критериев их достижения.

Содержание показателей, привлекаемых для оценки хозяйственной ситуации, в каждом конкретном случае определяется жизненным циклом предприятия, его размером, временным аспектом планового горизонта, назначением анализа и другими параметрами.

Система экономических показателей торговых предприятий опирается на дедуктивный метод, который предполагает построение синтетического показателя, обобщающего результаты хозяйственной деятельности, а затем отбор группы частных показателей, конкретизирующих состояние той или иной стороны деятельности.

В качестве основы для обобщающего показателя рекомендуется использовать экономический потенциал торгового предприятия – совокупность ресурсов (трудовых, материальных, финансовых, природных и др.), имеющих в распоряжении хозяйствующего субъекта, а также способности его сотрудников и менеджеров к использованию ресурсов в соответствии с целью деятельности предприятия и получению максимально возможного в данных экономических условиях дохода.

Таким образом, экономический потенциал предприятия характеризуется несколькими важными чертами. Во-первых, он определяется его реальными возможностями, причем не только реализованными, но и нереализованными по каким-либо причинам. Во-вторых, потенциал характеризуется объемом ресурсов и резервов — как вовлеченных, так и не вовлеченных в торговую деятельность. В-третьих, потенциал предприятия определяется не только возможностями и ресурсами, но и способностью менеджеров к их использованию для достижения стратегических целей фирмы.

В связи с этим модель экономического потенциала для торговых предприятий можно представить так:

$$\mathcal{E}_{\Pi} = \mathcal{C}_k + \mathcal{O}_{ск} + \mathcal{O}_{бк}, \quad (1)$$

где \mathcal{E}_{Π} – экономический потенциал;

\mathcal{C}_k – человеческий капитал;

$\mathcal{O}_{ск}$ – основной капитал;

$\mathcal{O}_{бк}$ – оборотный капитал.

Модель экономического потенциала любого предприятия определяется объемом и качеством имеющихся у него ресурсов: численностью занятых и их профессиональными способностями, основными производственными и непроизводственными фондами, оборотными фондами, материальными запасами, финансовыми и нематериальными ресурсами, инновационными и другими способностями.

В сумме это образует совокупную хозяйственную способность предприятия, которая по сравнению с аналогичными параметрами другого предприятия отражает уровень его конкурентоспособности.

Принцип эффективного применения экономического потенциала (\mathcal{E}_p) можно представить в следующем формализованном виде:

$$\mathcal{E}_p = f(P_n) - f(P_b) \rightarrow 0, \quad (2)$$

где $f(P_n)$ — функция потенциальных ресурсов;

$f(P_b)$ — функция вовлеченных ресурсов.

Практическое использование показателя исходит из допущения, что процессы вовлечения ресурсов и повышения эффективности хозяйственной деятельности, результатом которой является полученный доход, исчисляемый как разность между выручкой, образуемой от реализации товаров, и издержками обращения, находятся в прямо пропорциональной зависимости.

Сложность в формировании системы показателей для оценки деятельности торговых организаций заключается в том, что еще не определена система индикативного регулирования экономики, которая могла бы помочь предприятию сориентироваться во внешних условиях, увидеть свое место среди других предприятий, оценить адекватность своих экономических целей состоянию и перспективам развития потребительского рынка. Поэтому предприятия должны самостоятельно создать для себя исходную базу, выделить приоритетные показатели, уровень которых будет являться критерием для формирования значений всех остальных взаимосвязанных показателей системы.

В качестве составляющих могут быть использованы три группы показателей, отражающих:

- интересы потребителей;
- интересы собственников организации как инвесторов;
- финансовую устойчивость фирмы.

В группу показателей, отражающих интересы потребителей, входят:

- объем товарооборота;
- товарная структура товарооборота;
- качество обслуживания;
- уровень цен на товары и сопутствующие платные услуги.

Собственники предприятия, ожидающие эффективную отдачу от вложенных средств, заинтересованы в показателях, которые характеризуют:

- эффективность использования активов предприятия;
- эффективность использования ресурсов;
- отношение прибыли к выручке;
- отношение прибыли к собственному капиталу.

Финансовую устойчивость характеризует система критериев для определения удовлетворительности структуры баланса и платежеспособности предприятия. К основным показателям, характеризующим финансовое положение предприятия, относят: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент обеспеченности собственными средствами и коэффициент восстановления (утраты) платежеспособности.

Выделение трех указанных групп показателей, с одной стороны, вводит новые показатели, отражающие развивающиеся рыночные отношения, с другой стороны, сохраняет ряд показателей, которые использовались в торговых организациях ранее. Но поскольку в новой структуре изменяются взаимосвязи как между отдельными показателями, так и их группами, то меняется роль и значение отдельных показателей, что, в свою очередь, приводит к появлению у них новых качеств. Оценочные показатели, используемые при анализе финансовой деятельности предприятия, условно можно разделить на три группы:

- показатели финансовой устойчивости;
- показатели ликвидности предприятия;
- показатели прибыльности предприятия.

Показатели финансовой устойчивости можно разделить на две группы: показатели, характеризующие состояние оборотных средств, и показатели, характеризующие состояние основных средств. Состояние оборотных средств можно охарактеризовать с помощью следующих трех показателей (коэффициентов):

Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами (K_c):

$$K_c = (I П - I А) / (II А + III А), \quad (3)$$

где I А, II А, III А – итоги соответственно I, II, III разделов актива баланса;

I П – итог первого раздела пассива баланса.

Норматив K_c равен 0,1 – минимально допустимый уровень.

Коэффициент обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами K_o :

$$K_o = (И_{cc} - O_{сина}) / Z_{из}, \quad (4)$$

где $И_{cc}$ – источник собственных средств;

$O_{сина}$ – основные средства и иные необоротные активы;

$Z_{из}$ – запасы и затраты.

Норматив коэффициента обеспеченности материальных запасов собственными оборотными средствами = 0,1.

Коэффициент маневренности собственных средств (K_m):

$$K_m = (И_{cc} - O_{сина}) / И_{cc}. \quad (5)$$

Для оценки состояния основных средств предприятия используют следующие показатели:

Коэффициент реальной стоимости имущества (K_p):

$$K_p = (O_{\text{спос}} + \Pi_3 + \Pi) / O_{\text{са}}, \quad (6)$$

где $O_{\text{спос}}$ – основные средства по остаточной стоимости;

Π_3 – производственные запасы;

Π – производство;

$O_{\text{са}}$ – общая стоимость активов.

Норматив коэффициента реальной стоимости = 0,5.

Коэффициент постоянного актива предприятия ($K_{\text{п}}$):

$$K_{\text{п}} = O_{\text{сина}} / I_{\text{сс}}. \quad (7)$$

Чем выше значение этого коэффициента, тем более предприятию необходимо привлечение долгосрочных кредитов и займов.

Коэффициент накопления износа ($K_{\text{н}}$):

$$K_{\text{н}} = I_{\text{ос}} / \Pi_{(\text{б})\text{сос}}, \quad (8)$$

где $I_{\text{ос}}$ – износ основных средств;

$\Pi_{(\text{б})\text{сос}}$ – первоначальная (балансовая) стоимость основных средств

Обобщенная характеристика финансовой устойчивости предприятия может быть дана с использованием двух коэффициентов.

Коэффициент автономии ($K_{\text{а}}$):

$$K_{\text{а}} = I_{\text{со}} / (I_{\text{сс}} + K_{\text{идзс}}), \quad (9)$$

где $K_{\text{идзс}}$ – кредиты и другие заемные средства.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств ($K_{\text{з}}$):

$$K_{\text{з}} = \sum_c (\Pi \Pi) / I_{\text{сс}} (I \Pi), \quad (10)$$

где Z_c – заемные средства;

I П – итог первого раздела пассива баланса;

II П – итог второго раздела пассива баланса.

Собственные источники средств должны покрывать, как минимум собственные оборотные средства в пределах необходимых запасов и всю стоимость основных средств и внеоборотных активов.

Вторая группа показателей, характеризующих финансовое положение предприятия, – показатели ликвидности предприятия.

К основным показателям ликвидности и платежеспособности предприятия относятся:

Общий коэффициент покрытия ($K_{оп}$):

$$K_{оп} = (Z_{из} - P_{бп} + D_{срипа}) / (K_{киз} + P_{ипп}), \quad (11)$$

где $P_{бп}$ – расходы будущих периодов;

$D_{срипа}$ - денежные средства расчеты и прочие активы;

$K_{киз}$ - краткосрочные кредиты и займы;

$P_{ипп}$ - расчеты и прочие пассивы.

Норматив этого коэффициента = 3-4, коэффициент используют для оценки предела кредитования клиента, критическая величина общего коэффициента покрытия – 2. Общий коэффициент покрытия указывает, в какой степени все ликвидные оборотные активы перекрывают имеющуюся у предприятия краткосрочную задолженность.

Коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл}$), характеризует общую обеспеченность сельскохозяйственного предприятия оборотными средствами на ведение хозяйственной деятельности:

$$K_{тл} = (Z_{из} - P_{бп} + D_{срипа} - P_{ос}) / (K_{киз} + K_{рз}), \quad (12)$$

где $P_{ос}$ – прочие оборотные средства;

K_{pz} – кредиторская задолженность.

Коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{ал}$):

$$K_{ал} = (P_c + П_{свб} + K_{фв}) / K_{киз} + P_{ипп}, \quad (13)$$

где P_c – расчетный счет;

$П_{свб}$ – прочие средства в банке;

$K_{фв}$ – краткосрочные финансовые вложения.

Норматив коэффициента абсолютной ликвидности = 0,20-0,25.

Этот коэффициент показывает, какая часть краткосрочных обязательств может быть немедленно погашена за счет наиболее мобильной части активов.

Показатели прибыльности (рентабельности) предприятия используется для общей характеристики и рассматриваются как дополнительные к показателям первых двух групп, к которым относятся:

Балансовая прибыль.

Рентабельность продукции (отношение прибыли от реализации к затратам на реализацию продукции, в процентах).

Рентабельность активов (общая рентабельность предприятия, в процентах).

Показатели эффективности коммерческой (хозяйственной) деятельности являются обобщающими, позволяющими качественно и количественно оценить экономическое состояние коммерческого предприятия.⁵

1.3 Особенности коммерческой деятельности в розничной торговле

Термин «розничная торговля» (retail) происходит от французского глагола (retailer), означающего «разрезать, дробить». Покупка товаров в больших количествах и дробление партий товаров для отдельных покупателей – основная функция розничной торговли.

⁵ Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения. М., 2016. С. 160-166.

Розничная торговля – это реализация товаров единичными предметами или мелкими партиями населению (конечному потребителю).

Следовательно, отличие розничной торговли от других ее видов состоит в типе покупателя: в розничной торговле покупателем является конечный потребитель. Во всех остальных случаях это розничные торговцы, промышленные предприятия или посредники.⁶

Деятельность розничного торгового предприятия связана с реализацией продукции конечному потребителю, что является завершающим этапом ее продвижения из сферы производства. Предметом розничной торговли является не только продажа товаров, но и торговое обслуживание и предоставление дополнительных услуг покупателям. Для покупателей торговое обслуживание определяется имиджем предприятия, удобством и минимальными затратами времени на совершение покупки. Оказываемые услуги сопровождаются покупкой товаров и, кроме того, послепродажным сервисным обслуживанием реализованных товаров. Следовательно, процесс розничной торговли складывается из целенаправленной продажи товаров, обслуживания покупателей, торговых и послепродажных услуг.

Функции розничной торговли определяются ее сущностью и заключаются в следующем:

- удовлетворение потребностей населения в товарах;
- доведение товаров до покупателей путем организации пространственного их перемещения и подачи к местам продажи;
- поддержание баланса между предложением и спросом;
- воздействие на производство в целях расширения ассортимента и увеличения объема товаров;
- совершенствование технологии торговли и улучшение обслуживания покупателей.

⁶ Кирюхина, А.Н. Коммерческая деятельность. Кемерово, 2015. С. 84-85.

В зависимости от предназначения товаров предусматриваются следующие виды его реализации:

- интенсивная - при продаже товаров повседневного спроса;
- нацеленная - при продаже товаров конкретной группе покупателей;
- единая - при продаже товаров в основном для всех покупателей, характеризуется широким воздействием рекламных мер;
- прямая - при продаже средств производства и сырья;
- селективная - при продаже обычно престижных товаров, требующих специального сервисного обслуживания или установки дополнительных комплектующих изделий повышенного спроса.

Торговое предприятие, выходя на потребительский рынок, где в конкурентной борьбе осуществляется продажа товаров, должно соблюдать определенные правила, основное из которых гласит: чем лучше будут учитываться возможности и пожелания покупателей, тем больше можно продать товаров и ускорить их оборачиваемость.

Реализовав товар и получив заданную прибыль, торговое предприятие достигает своей цели. По своему экономическому содержанию затраченный капитал, который привлекается в качестве оборотных средств, должен компенсироваться продажей товаров. В условиях рынка необходимо реально оценивать динамику и адекватность отдачи денежных активов, вкладываемых в товарно-материальные средства розничным торговым предприятием.

Задачами розничного торгового предприятия в новых условиях хозяйствования являются:

- изучение запросов и потребностей в товарах с ориентацией на покупательскую способность;
- определение ассортиментной политики;
- формирование и регулирование процессов поставки, хранения, подготовки к продаже и реализации товаров в увязке с целями деятельности предприятия;

- обеспечение заданного товарооборота материальными и трудовыми ресурсами.

При этом особое внимание уделяется взаимодействию розничного торгового предприятия с производителями товаров и оптовыми предприятиями. Все эти составляющие в совокупности образуют технологическую цепочку в процессе доведения продукции до конечного покупателя.

Исходя из задач розничной торговли коммерческая работа осуществляется в следующих направлениях:

- формирование необходимого ассортимента товаров в рамках покупательского спроса;
- развитие закупочной деятельности;
- организация хозяйственных связей с поставщиками;
- осуществление процесса купли-продажи товаров, сопровождаемого коммерческими сделками, товарно-денежным обменом;
- обеспечение устойчивых конкурентных позиций при решении коммерческих задач.

Коммерческая деятельность в розничной торговле должна развиваться с учетом происходящих изменений в экономике переходного периода. Для достижения этой цели может служить целевая программа стратегического планирования коммерческой деятельности розничного торгового предприятия. Она является экономическим обоснованием развития предприятия на коммерческой основе, позволяет оценить собственные потенциальные возможности, содержит контрольные показатели в решении коммерческих задач, обеспечивает формирование финансовых ресурсов.

Итак, основные цели коммерческой работы заключаются в обеспечении доведения товаров до покупателей и торговом обслуживании с учетом требований рынка. Этому способствуют новые условия хозяйствования предприятий розничной торговли. Коммерческие работники имеют большие возможности для проявления самостоятельности, коммерческой инициативы и пред-

приимчивости.⁷ Коммерческой деятельности должен быть присущ высокий динамизм, обусловленный изменениями во внутренней и внешней среде, ресурсном потенциале, технологии торговли, финансовом состоянии, что составляет основу функционирования розничного торгового предприятия.

⁷ Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность. М., 2015. С. 120-122.

2 АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВНАЯ ПРЕДПОСЫЛКА ПЛАНИРОВАНИЯ

2.1 Общая характеристика деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Точкой отсчета компании «А-Эл-Джи Софт» можно считать 1996 год. А в 1997 году был открыт первый магазин компьютерной техники «А-Эл-Джи Софт». Уже тогда были сделаны первые шаги, которые позволили компании стать одной из лидирующих на компьютерном рынке не только Амурской области, но и всего Дальневосточного региона. Так же общество с ограниченной ответственностью имеет право юридического лица и свидетельство на товарный знак, под которым осуществляется деятельность компании «А-Эл-Джи Софт». (Приложение А). ООО «А-Эл-Джи Софт» осуществляет свою деятельность в соответствии:

- с Федеральным Законом «Об обществах с ограниченной ответственностью»;
- с Гражданским Кодексом Российской Федерации;
- с настоящим Уставом;
- с действующим законодательством.

ООО «А-Эл-Джи Софт» имеет регистрационное свидетельство и является налогоплательщиком, оплачивает налоги в установленные сроки, так же еще и оказывает благотворительную помощь разным организациям.

ООО «А-Эл-Джи Софт» зарегистрирована по адресу: 675000, Амурская область, город Благовещенск, улица 50 лет Октября, дом 65 корпус А. Директор - Мельситов Александр Юрьевич. Основным видом экономической деятельности является «торговля компьютерами, периферийными устройствами к компьютерам и программным обеспечением». Также ООО «А-Эл-Джи Софт» работает еще по 20 направлениям. Размер уставного капитала 315 000,00 рублей. Организация насчитывает 0 филиалов. Имеет 0 лицензии.

Сегодня компания «А-Эл-Джи Софт» развивается в нескольких направлениях. Это розничные и оптовые продажи, обслуживание корпоративных клиентов, предоставление услуг авторизованного сервисного центра, работы по инфраструктурным проектам. Основными видами деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» являются:

- оптово-розничная торговля;
- посредническая деятельность;
- внешнеэкономическая деятельность;
- маркетинг;
- транспортная деятельность;
- ремонт, сервисное обслуживание, сборка компьютерной техники;
- разработка и обеспечение программного обеспечения;
- ремонт и сервисное обслуживание бытовой радиоэлектроники;
- оказание информационных услуг и т.д.

Так же предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» оказывает следующие дополнительные услуги:

- предоставление специальных условий покупки;
- техническая и информационная поддержка, подбор техники, гарантийное и после гарантийное обслуживание;
- наличная и безналичная формы оплаты;
- квалифицированное обслуживание персональным менеджером;
- расширенный ассортимент товаров (заказ отсутствующего на данный момент товара);
- индивидуальные условия договора в каждом конкретном случае.

Покупатели и Партнеры отмечают высокий уровень специалистов ООО «А-Эл-Джи Софт». Благодаря профессиональной подготовке и отличным знаниям сотрудники компании легко ориентируются в мире высоких технологий и осваивают новые виды товаров и услуг.

Компания «А-Эл-Джи Софт» установила партнерские отношения со многими ведущими производителями компьютерной техники, что обеспечивает гарантию лучшей цены.

Особой гордостью компании «А-Эл-Джи Софт» являются сертифицированные компьютеры торговой марки ALG - Start, Sprint, Forward, которым присвоено звание ЛАУРЕАТА программы «100 лучших товаров России» в номинации «Промышленные товары для населения». Надежность компьютеров ALG проверена десятками тысяч покупателей, а специалисты Сервисного центра «А-Эл-Джи Софт» считаются одними из самых квалифицированных и авторитетных.

В Амурской области заказчиками являются государственные учреждения, промышленные предприятия, коммерческие структуры, образовательные учреждения, банки и прочие организации.

ООО «А-Эл-Джи Софт» имеет в собственности обособленное имущество, учитываемое на его самостоятельном балансе. Общество вправе открывать банковские счета на территории Российской Федерации и за ее пределами. Также предприятие может создавать филиалы и открывать представительства по решению общего собрания участников, которые не являются юридическими лицами, а действуют на основании утвержденных Обществом положением.

Общее собрание участников Общества вправе принимать решение о распределении своей чистой прибыли между участниками Общества. Часть прибыли распределяется пропорционально долям участников в уставном капитале. Выплаты части прибыли по решению общего собрания участников и при согласии участника могут производиться товарами и услугами, производимыми или приобретенными Обществом. Цены на такие товары и услуги должны быть одинаковыми для всех участников Общества.

Организационная структура предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» изображена на рисунке 1, является линейно-функциональной.

Структура системы определяется составом служб и подразделений, содержанием и распределением между ними задач и функций управления и необходимых для выполнения средств.



Рисунок 1 - Структура управления предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Высшим органом управления ООО «А-Эл-Джи Софт» является Общее собрание учредителей. Один раз в год проводится годовое Общее собрание. Другие Общие собрания учредителей, кроме годового, являются внеочередными. Единоличным исполнительным органом Общества является директор.

Директор руководит текущей деятельностью общества и решает все вопросы, которые не отнесены Уставом и законом к компетенции Общего собрания участников Общества. Имущество Общества образуется за счет вкладов в уставный капитал, а также за счет иных источников, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации.

Общество осуществляет учет результатов работ, ведет оперативный, бухгалтерский и статистический учет по нормам, действующим в Российской Федерации. Директор и главный бухгалтер ООО «А-Эл-Джи Софт» несут

личную ответственность за соблюдение порядка ведения, достоверность учета и отчетности.

Главный бухгалтер подчиняется директору и несет ответственность за формирование учетной политики, своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности, контроль за движением имущества и выполнением обязательств предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Специалист по логистике работает с оптовыми и корпоративными клиентами, контролирует транспортные операции, а так же ведет учет содержания склада, составление маршрутов транспортировки грузов для предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

На специалиста по маркетингу возлагается продвижение и сбыт товаров. Анализ рынка конкурентов, сбытовая политика предприятия, продвижение товаров и услуг предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», а так же внутренняя и внешняя среда предприятия. Выбор целевого рынка и целевой аудитории, создание конкурентного преимущества, формирование отношений с клиентами.

Менеджер по продажам увеличивает продажи в своем секторе, ищет и привлекает новых клиентов, а так же поддерживает взаимоотношения с наработанной клиентурой на предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт».

Администратор торгового зала организует эффективное обслуживание покупателей и создает комфортные условия для покупателей. Так же контролирует отсутствие нарушений правил торговли, проводит консультации с покупателями и обеспечивает общий контроль за сохранностью товаров.

2.2 Анализ основных экономических показателей предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Деятельность ООО «А-Эл-Джи Софт» характеризуется рядом экономических показателей, которые отражают финансовые возможности предприятия.

В таблице 1 проводится анализ основных экономических показателей деятельности ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2013 - 2018 гг. (Приложение Б).

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2016 - 2018 гг.

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Выручка, тыс. руб.	88619	92052	106100	17481	14048	116,73	115,26
Себестоимость продаж, тыс. руб.	82939	85988	99139	16200	13151	119,53	115,29
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	1181	1510 ⁸	1962 ⁹	781	452	166,13	129,93

На основании данных представленных в таблице можно сделать следующий вывод, что выручка от продажи товаров за 2018 год по сравнению с 2016 годом повысилась на 17481 тыс. руб., что составляет 16,73 %, так же по сравнению с 2017 годом выручка от продаж повысилась на 14048 тыс. руб., что составляет 15,26 %, это связано с повышением объемов реализации и повышением спроса на товар.

Себестоимость продаж за 2018 год по отношению к 2016 году повысилась на 16200 тыс. руб., что составляет 19,53 %, так же по сравнению с 2017 годом себестоимость продаж увеличилась на 13151 тыс. руб., что составляет 15,29 %.

В 2018 году по сравнению с 2016 годом чистая прибыль в «А-Эл-Джи Софт» увеличилась на 781 тыс. руб., что составляет 66,13 %, так же по сравнению с 2017 годом чистая прибыль увеличилась на 452 тыс. руб., что составляет 29,93 %.

Динамика роста товарооборота (ДТО) рассчитывается по формуле (14):

$$\text{ДТО} = \frac{\Phi_{\text{тог}} \times 100}{\Phi_{\text{тпг}}}, \quad (14)$$

где $\Phi_{\text{тог}}$ – фактический товарооборот отчетного года;

⁸ Зачетный бизнес [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru/site/cap>. - 19.03.2019.

⁹ А-Эл-Джи Софт [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 11.09.2005. – Режим доступа: <https://www.algsoft.ru>. - 25.04.2019.

$\Phi_{\text{тг}}$ – фактический товарооборот прошлого года.

Динамика роста товарооборота за 2018 год составляет:

$$\text{ДТО} = \frac{106100 \times 100}{92052} = 115,26 \%$$

Динамика роста товарооборота равна относительному отклонению.

Показатели эффективности использования предприятия можно рассчитать по следующим формулам:

$$\Phi_{\text{от}} = \frac{T}{\text{ОС}}, \quad (15)$$

где $\Phi_{\text{от}}$ – фондоотдача;

T - товарооборот;

ОС – среднегодовая стоимость основных средств.

$$\Phi_{\text{ём}} = \frac{\text{ОС}}{T}, \quad (16)$$

где $\Phi_{\text{ём}}$ – фондоёмкость;

T - товарооборот;

ОС – среднегодовая стоимость основных средств.

Таблица 2 – Информация об эффективности использования предприятия

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Выручка, тыс. руб.	88619	92052	106100	17481	14048	116,73	115,26
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	39,50	11,00	7,00	-32,50	-4,00	17,72	63,64
Фондоотдача, тыс. руб.	2243,52	8368,36	15157,14	12913,62	6788,78	675,59	181,12
Фондоёмкость, тыс. руб.	0,00045	0,00012	0,00006	-0,00039	-0,00006	13,33	50

Из данных таблицы можно сделать следующие выводы.

Фондоотдача увеличилась за 2018 год по сравнению с 2016 годом на 12913,62, что составило 575,59 %, что характеризуется эффективностью использования вложенных денег в основной фонд. За 2018 год по сравнению с 2017 годом фондоотдача так же увеличилась на 6788,78, что составило 81,12 %, это означает, что эффективность использования вложенных денег в основной фонд, связано с правильной оценкой возможностей и ресурсов предприятия.

Фондоёмкость уменьшилась за 2018 год по сравнению с 2016 годом на 0,00039, что составило сокращение на 86,67 %, это показывает уменьшение доли стоимости основных фондов приходящихся на каждый рубль продаваемого товара. Так же за 2018 год по сравнению с 2017 годом фондоёмкость уменьшилась, что показывает уменьшение доли стоимости основных фондов приходящихся на каждый рубль продаваемого товара на 0,00006, что составило сокращение на 50,00 %.

Оценим влияние изменения среднегодовой стоимости основных фондов и изменение фондоотдачи на изменение товарооборота за 2018 год по сравнению с 2017 годом, в таблице 3.

Таблица 3 – Оценка влияния изменения среднегодовой стоимости основных фондов в 2018 году по сравнению с 2017 годом

Факторы	Расчет	Сумма
Изменение среднегодовой стоимости основных средств	$- 4,00 \times 8368,36$	- 33473,44
Изменение фондоотдачи	$+ 6788,78 \times 7,00$	+ 47521,46
Изменение товарооборота	-	14048,02

Из данных таблиц можно сделать следующий вывод. На изменение товарооборота положительно повлияло увеличение фондоотдачи на 6788,78, что составило 575,59 %. И отрицательно на изменение товарооборота повлияло уменьшение среднегодовой стоимости основных фондов на 4,00, что составило сокращение на 36,36 %. При изменении среднегодовой стоимости

основных фондов и фондоотдачи, товарооборот увеличился на 14048,02, что составило 15,26 %.

Эффективность использования труда, оценивается при помощи показателя производительности.

Показатель производительности можно рассчитать по следующей формуле:

$$Пп = \frac{T}{Ч_{ср}}, \quad (17)$$

где $Пп$ – показатель производительности;

T – товарооборот;

$Ч_{ср}$ – среднесписочная численность.

Таблица 4 – Производительность труда по торговому предприятию

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Выручка, тыс. руб.	88619	92052	106100	17481	14048	116,73	115,26
Среднесписочная численность работников, чел.	160	161 ¹⁰	163 ¹¹	3	2	101,87	101,24
Производительность труда, раб. в тыс. руб.	551,06	571,75	650,92	99,86	79,17	118,12	113,85

По данной таблицы можно сделать следующий вывод. Показатель производительности труда увеличился в 2018 году по сравнению с 2016 годом на 99,86 тыс. руб., что составило 18,12 %, это показывает эффективное использование рабочей силы, что связано с увеличением выручки в 2018 году.

¹⁰ Зачетный бизнес [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru/site/cap>. - 19.03.2019.

¹¹ А-Эл-Джи Софт [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 11.09.2005. – Режим доступа: <https://www.algsoft.ru>. - 25.04.2019.

По сравнению 2017 годом показатель производительности труда в 2018 году увеличился на 79,17 тыс. руб., что составляет 13,85 %. Это показывает, что по сравнению с 2017 годом использование рабочей силы было эффективным, что положительно связано с увеличением товарооборота в 2018 году.

Исходя из полученных данных, руководство предприятия может сделать выводы о внедрении новых машин или изменения технологии производства, сокращения или увеличения рабочего штаба.

Теперь рассчитаем изменение товарооборот от изменения среднесписочной численности работников и производительности труда, по сравнению 2018 года с 2017 годом и 2016 годом.

Таблица 5 – Изменение товарооборота в 2018 году по сравнению с 2016 годом

Факторы	Расчет	Сумма
Изменение среднесписочной численности работников	+ 3,00 × 551,06	+ 1581,00
Изменение производительности труда	+ 99,86 × 160,00	+ 15900,00
Изменение товарооборота	-	+ 17481,00

Можно сказать по данным таблице, что на увеличение товарооборота на 2018 год по сравнению с 2016 годом, положительно повлияло увеличение производительности труда на 99,86, а увеличение среднесписочной численности работников на 3,00 повлияло положительно. При этом изменение товарооборота с 2017 годом составило 17481,00 тыс. руб.

Таблица 6 - Изменение товарооборота в 2018 году по сравнению с 2017 годом

Факторы	Расчет	Сумма
Изменение среднесписочной численности работников	+ 2,00 × 571,75	+ 1143,50
Изменение производительности труда	+ 79,17 × 163,00	+ 12904,50
Изменение товарооборота	-	+ 14048,00

По данным таблице, на увеличение товарооборота на 2018 год по сравнению с 2017 годом, положительно повлияли оба показателя, как изменение среднесписочной численности работников, так и изменение производительности труда. Среднесписочная численность работников была увеличена на 2,00 и увеличение на 79,17 производительности труда, повлияло на увеличение товарооборота на 14048,00 тыс. руб.

Так как время обращения характеризует среднюю продолжительность прибытия оборотных средств в обороте (со дня изготовления до дня реализации) в днях.

Можем рассчитать анализ оборачиваемости оборотных средств. Для этого нам надо знать следующие формулы.

Оборачиваемость в днях (обращение):

$$\text{Обдн} = \frac{\text{ОС} \times \text{Д}}{\text{Т}}, \quad (18)$$

где ОС – среднегодовые остатки оборотных средств (запасы);

Д – количество дней анализируемого периода (360; 90; 30);

Т – товарооборот, тыс. руб.

Так же можно рассчитать оборачиваемость в днях по следующей формуле:

$$\text{Обдн} = \frac{\text{ОС}}{\text{Рдн}}, \quad (19)$$

где ОС - среднегодовые остатки оборотных средств (запасы);

Р_{дн} – однодневный или среднедневный товарооборот.

А среднедневный товарооборот можем рассчитать по формуле:

$$\text{Рдн} = \frac{\text{Т}}{\text{Д}}, \quad (20)$$

где Т – товарооборот;

Д - количество дней анализируемого периода (360; 90; 30).

Скорость оборота (коэффициент оборачиваемости):

$$\text{Обоб} = \frac{T}{\text{ОС}}, \quad (21)$$

где Т – товарооборот;

ОС - среднегодовые остатки оборотных средств (запасы).

Так же скорость оборота можно рассчитать по формуле:

$$\text{Обоб} = \frac{Д}{\text{Об}_{\text{дн}}}, \quad (22)$$

где Д - количество дней анализируемого периода (360; 90; 30);

Об_{дн} – оборачиваемость в днях (обращение).

Таблица 7 – Информация о средних остатках и оборачиваемости по торговой фирме ООО «А-Эл-Джи Софт»

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Выручка, тыс. руб.	88619	92052	106100	17481	14048	116,73	115,26
Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	24731	29081 ¹²	32506 ¹³	7775	3425	131,44	111,78
Время обращения капитала, дни	100,46	113,73	110,29	9,83	-3,44	109,78	96,97
Скорость оборота, тыс. руб.	3,58	3,16	3,26	-0,32	0,10	91,06	103,16

¹² Зачетный бизнес [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru/site/cap>. - 19.03.2019.

¹³ А-Эл-Джи Софт [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 11.09.2005. – Режим доступа: <https://www.algsoft.ru>. - 25.04.2019.

Из данных таблицы можно сделать следующий вывод.

Время обращения по сравнению 2018 года к 2016 году было увеличено на 9,83 дня, что составило 9,78 %, это положительно связано с увеличением среднегодовых остатков оборотных средств на 7775, что составило 31,44 %, и отрицательно связано с увеличением выручки на 17481, что составило 16,73 %. В общем, по сравнению 2018 года с 2017 годом время обращения показывает уменьшение на 3,44, что составляет сокращение на 3,03 %. Это прежде всего связано с большим увеличением выручки на 14048, что составило 15,26 % и меньшим увеличением среднегодовых остатков оборотных средств на 3425, что составило 11,78 %.

Скорость оборота за 2018 год по сравнению с 2016 годом уменьшилась на 0,32, что составило сокращение на 8,94 %, это связано с увеличением среднегодовых остатков оборотных средств на 7775, что составило 31,44 %, что повлияло отрицательно на скорость оборота. Скорость оборота за 2018 год по сравнению с 2017 годом увеличилась на 0,10, что составило 3,16 %, на нее положительно повлияло большее увеличение выручки на 14048, что составило 15,26 %, по сравнению с увеличением среднегодовых остатков оборотных средств на 3425, что составило 11,78 %.

Так же определим анализ состояния и эффективности использования ресурсов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Главный фактор успешного развития товарооборота – это обеспеченность и рациональность использования товарных ресурсов.

Товарный баланс представлен в формуле (23):

$$З_{н} + П = Т + В + З_{к} . \quad (23)$$

Из данной формулы мы можем найти товарооборот по формуле (24):

$$Т = З_{н} + П - В - З_{к} , \quad (24)$$

где Т – товароборот;

П – поступление товара;

В – прочие выбытия товара;

З_к – запасы товаров на конец отчетного периода;

З_н – запасы товаров на начало отчетного периода.

Эффективность использования товарных ресурсов:

$$\text{Этов} = \frac{\text{Т}}{\text{Зн} + \text{П} - \text{Зк}}. \quad (25)$$

С помощью данных формул и имеющихся показателей, мы можем рассчитать товарный запас предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Так же рассчитать эффективность использования товарных ресурсов предприятия. И сделать выводы по полученным результатам.

Таблица 8 - Товарный баланс по предприятию ООО «А-Эл-Джи Софт» в действующих ценах на 2017 - 2018 года

в тысячах рублей

Показатель товарного баланса	Фактический за 2017 год	2018 год		Абсолютное отклонение		Влияние	
		План	Факт	От плана	От 2017 года	На план товарооборота	На динамику товарооборота
Запасы товаров на начало отчетного периода	14257	13970	13894	-76	-363	-76	-363
Поступление товара	93563	100678	109450	8772	15887	+8772	+15887
Прочие выбытия товара	1874	1796	1752	-44	-122	+44	+122
Запасы товаров на конец отчетного периода	13894	14276	15492	1216	1598	-1216	-1598
Товарооборот	92052	98576	106100	7524	14048	+7524	+14048

Рассчитаем эффективность использования товарных ресурсов за 2017 год.

$$\text{Этов пр. г.} = \frac{92052}{14257 + 93563 - 13894} = 0,9800$$

Рассчитаем эффективность использования товарных ресурсов за 2018 год.

$$\text{Этов от. г.} = \frac{106100}{13894 + 109450 - 15492} = 0,9837$$

Можно сделать следующий вывод из полученных данных. На увеличение товарооборота за 2018 год по сравнению с 2017 годом положительно повлияло увеличение поступлений товара на 8772 тыс. руб. и уменьшение прочих выбытий товара на 122 тыс. руб. Отрицательно повлияло на изменение товарооборота по сравнению с 2017 годом уменьшение запасов товаров на начало 2018 года на 363 тыс. руб. и увеличение запасов на конец 2018 года на 1598 тыс. руб.

Повлияло на товарооборот по сравнению с планом 2018 года положительно увеличение поступления товара на 15887 тыс. руб. и уменьшение прочих выбытий товара на 44 тыс. руб. Но отрицательно повлияли увеличение запасов товарооборота на конец 2018 года на 1216 тыс. руб. и уменьшение запасов товарооборота на начало 2018 года на 76 тыс. руб.

Повлияло на динамику товарооборота положительно уменьшение прочих выбытий товаров на 2018 год и увеличение поступлений товаров. А отрицательно повлияло на динамику товарооборота увеличение запасов на конец 2018 года и уменьшение запасов товаров на начало 2018 года.

Эффективность использования товарных ресурсов за 2018 год больше, чем за 2017 год. На это положительно повлияло увеличение поступлений товара, и уменьшение запасов на начало 2018 года.

Из данного вывода можно сказать, что поступление товара увеличилось из-за увеличения продажи предприятия и увеличением доходов предприятия.

2.3 Анализ коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

При планировании коммерческой деятельности необходимо анализировать каждый шаг предприятия, что гарантирует верный выбор стратегии развития и поможет избежать убытки в будущем периоде.

Для анализа коммерческой деятельности рассчитаем относительный показатель экономической эффективности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», который отражает степень эффективности использования денежных, материальных и трудовых ресурсов предприятия.

Коэффициент рентабельности чистых активов, находится по формуле (26):

$$R_{\text{ча}} = \frac{\text{ЧП}_{\text{дн}}}{\text{ВА} + \text{ОА}} \times 100 \% , \quad (26)$$

где $\text{ЧП}_{\text{дн}}$ – чистая прибыль до налогообложения;

ВА – внеоборотные активы;

ОА – оборотные активы за вычетом долговых обязательств.

Коэффициент рентабельности продаж находится по формуле (27):

$$R_{\text{п}} = \frac{\text{ЧП}_{\text{дн}}}{\text{Вп}} \times 100 \% , \quad (27)$$

где Вп – выручка от продаж.

Коэффициент рентабельности товаров находится по формуле (28):

$$R_{\text{т}} = \frac{\text{ЧП}}{\text{Сп}} \times 100 \% , \quad (28)$$

где ЧП – чистая прибыль предприятия;

$\text{С}_{\text{п}}$ – себестоимость продаж товаров.

По данным показателям предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», рассчитаем коэффициент рентабельности чистой прибыли по формуле (29):

$$R_{чп} = \frac{ЧП}{Вп} \times 100 \% . \quad (29)$$

Коэффициент рентабельности оборотных активов, находится по формуле (30):

$$Roa = \frac{ЧП}{Оба} \times 100 \% , \quad (30)$$

где ЧП – чистая прибыль предприятия;

Об_а – оборотные активы предприятия.

Расчеты коэффициентов рентабельности приведены в таблице 9 и проанализированы полученные данные по предприятию ООО «А-Эл-Джи Софт».

Таблица 9 – Показатели рентабельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Себестоимость продаж, тыс. руб.	82939	85988	99139	16200	13151	119,53	115,29
Прибыль от продаж, тыс. руб.	779	1532	2487	1708	955	319,25	162,34
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	1854	1975	2459	605	484	132,63	124,51
Чистая прибыль, тыс. руб.	1181	1510	1962	781	452	166,13	129,93
Оборотные активы, тыс. руб.	24731	29081 ¹⁴	35923 ¹⁵	11192	6842	145,25	123,53

¹⁴ Зачетный бизнес [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://zachestnybiznes.ru/site/cap>. - 19.03.2019.

Продолжение таблицы 9

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.
Коэффициент рентабельности чистых активов, %	7,49	6,69	6,84	-0,65	0,15	-	-
Коэффициент рентабельности продаж, %	237,99	128,92	98,87	-139,12	-12,79	-	-
Коэффициент рентабельности товаров, %	1,42	1,76	1,98	0,56	0,22	-	-
Коэффициент рентабельности чистой прибыли, %	151,60	98,56	78,89	-72,71	-19,67	-	-
Коэффициент рентабельности оборотных активов, %	4,77	5,19	5,46	0,69	0,27	-	-

Из данных таблицы можно сказать, что коэффициент рентабельности чистых активов за 2018 год по сравнению с 2017 годом увеличился на 0,15, на это положительно повлияло изменение увеличение прибыли до налогообложение на 484, что составило 24,51 %. Но по сравнению с 2016 годом коэффициент рентабельности чистых активов снизился на 0,65, на это отрицательно повлияло уменьшение внеоборотных активов по сравнению 2018 года с 2016 годом на 8, что составило сокращение на 57,14 %.

Коэффициент рентабельности продаж сократился по сравнению с 2016 годом на 139,12 и по сравнению с 2017 годом на 12,79.

На положительное изменение коэффициента рентабельности товаров повлияло увеличением чистой прибыли предприятия как по сравнению с 2016 годом на 781, что составило 66,13 %, так и с 2017 годом на 452, что составило 29,93 %. Так же повлияло на изменение незначительное увеличение

¹⁵ А-Эл-Джи Софт [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://www.algsoft.ru>. - 25.04.2019.

себестоимости продаж по сравнению с чистой прибылью, в 2016 году на 16200, что составило 19,53 % и в 2017 году на 13151, что составило 15,29 %.

Коэффициент рентабельности чистой прибыли сократился по сравнению с 2016 годом на 72,71 и по сравнению с 2017 годом на 19,67. На это отрицательно повлияло значительное увеличение прибыли от продаж и незначительное увеличение чистой прибыли.

Коэффициент рентабельности оборотных активов увеличился за 2018 год по сравнению с 2016 годом на 0,69, это изменение связано с более значительным увеличением чистой прибыли на 781, что составило 66,13 %. И не такое значительное увеличение оборотных активов по сравнению с чистой прибылью, на 11192, что составило 45,25 %.

Так же коэффициент рентабельности оборотных активов увеличился за 2018 год по сравнению с 2017 годом на 0,27. Это изменение связано с более значительным увеличением чистой прибыли на 452, что составило 29,93 %. И не такое значительное увеличение оборотных активов по сравнению с чистой прибылью, на 68,42, что составило 23,53 %.

Далее рассмотрим один из способов классификации товаров предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» по степени важности.

Проведем ABC-анализ предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», для выявления товаров пользующихся спросом и для поддержания их на складе предприятия.

Таблица 10 - Общий ABC-анализ на 2018 год предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Товарная категория	Общий товарооборот за 1 квартал, руб.	Доля в обороте, %	Доля в обороте с накопительным итогом, %	Группа
Ноутбуки	1205859	15,51	15,51	А
Телефоны	1018935	13,11	28,62	А
Компьютеры	988672	12,72	41,34	А
Телевизоры	869448	11,18	52,52	В
Планшеты	835720	10,75	63,27	В
Холодильники	801253	10,31	73,58	В

Продолжение таблицы 10

Товарная категория	Общий товарооборот за 1 квартал, руб.	Доля в обороте, %	Доля в обороте с накопительным итогом, %	Группа
Микроволновые печи	632912	8,14	81,72	С
Пылесосы	523900	6,74	88,46	С
Чайники	345385	4,44	92,9	С
Стиральные машины	251259	3,23	96,13	С
Плиты	215793	2,77	98,90	С
Кофе машины	85238	1,1	100,00	С
Всего	7774374	100,00	-	-

Из данной таблицы можем сделать следующий вывод, что в группу А входят товары, который имеет наибольший спрос у потребителей, так же этот товар продается в большем объеме из-за того, что предпочтительнее среди других товаров. Прежде всего, необходимо уделить внимание таким категориям товара, как: ноутбуки, телефоны и компьютеры. Ассортимент относящийся группе А должен всегда присутствовать и обновляться на полках магазина, так же его количество товара должно считаться на складе каждый день. На данную группу товаров приходится наибольший процент доли в обороте и в сумме составляют приблизительно 50 %.

К группе В отнесем следующие товарные группы: телевизоры, планшеты и холодильники. Так же необходимо вести учет данных групп товаров на складе, но не каждый день, а один раз в семь дней. Прежде всего, это связано с тем, что степень важности данных товаров средняя. К группе С относятся категории товаров наименее важных и приносящих меньше всего доходов, связано это с тем, что данные товары имеют наименьший спрос, то есть в скором времени предприятие откажется от их продажи или данные товар не известен на рынке, то есть товары-новинки.

Проведем анализ основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», выполним это с помощью метода рейтинговых оценок. Оценки проставляли эксперты, а так же совместно определяли весомость критерия по степени значимости каждого из критерия. Экспертами являются сотрудники

предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Ранжирование критериев проводилось по пятибалльной шкале, анкета представлена в Приложение В.

Таблица 11 – Результаты оценки критериев выборов поставщиков маркетологом предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Критерии выбора поставщика	Фирмы-поставщики			
	ООО «Asus»	ООО «Sony»	ООО «Samsung»	ООО «Lenovo»
Качество товара	4	2	5	3
Цена	4	3	2	5
Надежность поставки	4	3	5	2
Условия поставки	4	3	4	4
Возможность внеплановых поставок	3	3	3	5
Финансовое состояние поставщика	3	4	5	2
Сумма баллов	22	18	24	20

По результатам таблицы маркетолог предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» поставил наибольшую оценку поставщику ООО «Samsung» с суммой баллов 24. На втором месте поставщик ООО «Asus» с суммой баллов 22. На третьем месте поставщик ООО «Lenovo» с суммой баллов 20. Низкую оценку получил поставщик ООО «Sony» с суммой баллов 18, но это мнение только первого эксперта.

Таблица 12 – Результаты оценки критериев выборов поставщиков менеджером по продажам предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Критерии выбора поставщика	Фирмы-поставщики			
	ООО «Asus»	ООО «Sony»	ООО «Samsung»	ООО «Lenovo»
Качество товара	5	3	4	3
Цена	4	3	3	5
Надежность поставки	5	3	4	3
Условия поставки	4	4	5	5

Продолжение таблицы 12

Критерии выбора поставщика	Фирмы-поставщики			
	ООО «Asus»	ООО «Sony»	ООО «Samsung»	ООО «Lenovo»
Возможность внеплановых поставок	4	3	4	4
Финансовое состояние поставщика	3	4	5	2
Сумма баллов	25	20	25	22

По результатам таблицы менеджер по продажам предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» поставил наибольшую оценку поставщикам ООО «Asus» и ООО «Samsung» с суммой баллов 25. На втором месте поставщик ООО «Lenovo» с суммой баллов 22. Низкую оценку получил поставщик ООО «Sony» с суммой баллов 20, но это мнение только второго эксперта.

Таблица 13 – Результаты оценки критериев выборов поставщиков директором предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Критерии выбора поставщика	Фирмы-поставщики			
	ООО «Asus»	ООО «Sony»	ООО «Samsung»	ООО «Lenovo»
Качество товара	4	3	5	3
Цена	4	2	3	5
Надежность поставки	4	3	5	4
Условия поставки	4	3	4	4
Возможность внеплановых поставок	4	3	5	5
Финансовое состояние поставщика	3	4	5	2
Сумма баллов	23	21	27	23

По результатам таблицы директор предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» поставил наибольшую оценку поставщику ООО «Samsung» с суммой баллов 27. На втором месте поставщик ООО «Asus» и ООО «Lenovo» с суммой баллов 23. Низкую оценку получил поставщик ООО «Sony» с суммой баллов 21, но это мнение только третьего эксперта.

Для расчета конкурентоспособности основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» с помощью метода рейтинговых оценок, используется следующая формула (31):

$$K = \sum_{i=1}^n a_i \times B_i, \quad (31)$$

где K – конкурентоспособность торгового предприятия;

n – число критериев выбора;

a_i – весомость i конкурентного преимущества;

B_i – ранжированное значение параметра i конкурентного преимущества.

Среднее значение критерия B_i находится по формуле (32):

$$B_i = \frac{\sum B_{ij}}{m}, \quad (32)$$

где B_{ij} – оценка в баллах i критерия j экспертом;

m – количество экспертов.

Объединим результаты оценки критериев выборов поставщиков представленных экспертами предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» и получим следующие данные в таблице 14.

Таблица 14 – Расчет конкурентоспособности основных поставщиков по рейтинговым оценкам экспертов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Критерии выбора поставщика	Весомость показателей a_i	Фирмы-поставщики							
		ООО «Asus»		ООО «Sony»		ООО «Samsung»		ООО «Lenovo»	
		B_i	aB_i	B_i	aB_i	B_i	aB_i	B_i	aB_i
Качество товара	0,3	4,33	1,3	2,67	0,8	4,67	1,4	3	0,9
Цена	0,25	4	1	2,67	0,67	2,67	0,67	5	1,25
Надежность поставки	0,2	4,33	0,87	3	0,6	4,76	0,95	3	0,6
Условия поставки	0,1	4	0,4	3,33	0,33	4,33	0,43	4,33	0,43

Критерии выбора поставщика	Весомость показателей a_i	Фирмы-поставщики							
		ООО «Asus»		ООО «Sony»		ООО «Samsung»		ООО «Lenovo»	
		B_i	aB_i	B_i	aB_i	B_i	aB_i	B_i	aB_i
Возможность внеплановых поставок	0,05	3,67	0,18	3	0,15	4	0,2	4,67	0,23
Финансовое состояние поставщика	0,1	3	0,3	4	0,4	5	0,5	2	0,2
Сумма баллов	1	4,05		2,95		4,15		3,61	

Фирма, получившая максимальное число баллов, отвечает требованиям выбора поставщика и может быть выбрана в качестве наилучшего партнера. По результатам таблицы наиболее выгодным поставщиком товаров по общим оценкам экспертов, является предприятие ООО «Samsung» с суммой баллов 4,15. Далее на втором месте предприятие ООО «Asus» с суммой баллов 4,05, а на третьем месте предприятие ООО «Lenovo» с суммой баллов 3,61. Фирма, получившая минимальное число баллов, не отвечает требованиям выбора поставщика и у данной фирмы низкая конкурентоспособность по сравнению с другими перечисленными фирмами. По результатам таблицы низкая конкурентоспособность у предприятия ООО «Sony» с суммой баллов 2,95, это общее мнение экспертов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Задачами закупочной логистики в ООО «А-Эл-Джи Софт» занимается отдел снабжения и выполняет:

- выбор поставщиков товаров;
- объем и условия закупки;
- местонахождение поставщика;
- надежность поставщика.

Закупка товаров осуществляется по договорам, по уже согласованным между поставщиком и покупателем заказам и заявкам. Прежде всего, от правильного выбора поставщика будет зависеть себестоимость товара, в ООО «А-Эл-Джи Софт» учитываются такие параметры при выборе поставщика,

это цена и расходы на перевозку. Для это и существует служба снабжения, которая проводит анализ по ряду условий, это цена и качество, сроки и условия поставки, оплата и проведение погрузочно-разгрузочных работ, и многое другое.

Так же необходимо рассмотреть, целевой сегмент рынка, который формируется из маркетинговых исследований и обсуждения. Организация ООО «А-Эл-Джи Софт» при исследовании учитывает сильные стороны конкурентов, прибыль, каналы сбыта, размеры рынка и собственный образ фирмы по сравнению с конкурентами. Одним из способов можно решить вопрос охвата рынка это:

- прогнозирование различия сегментов;
- сконцентрировать усилия и ресурсы производителя на сегменте рынка;
- охватить рынок нескольких сегментов и выпустить для каждого из них свой товар.

С помощью полученных данных в ходе наблюдения и опроса покупателей в торговом зале можем проанализировать сегменты рынка предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» и определим целевой рынок предприятия, с помощью анкетирования, одного из видов маркетинговых исследований.

Покупателям предложили пройти анкетирование, которое им выдавалось после покупки товара, анкета представлена в Приложении Г. Проанализировав результаты, выявили, что в основном покупателями магазинов «А-Эл-Джи Софт» являются:

- молодые люди от 16 до 25 лет. К данной группе в основном относятся работающие студенты. В основном приобретают товары необходимые для учебы и работы это: ноутбуки, нетбуки, планшетные компьютеры и сопутствующие товары;
- семейные люди в возрасте до 50 лет, имеющие в среднем 1 - 2 детей. Прежде всего, это люди со средним достатком, к их популярным приобрете-

ниям относятся: ноутбуки, персональные компьютеры, аудиосистемы и телевизоры.

Так же в ходе полученных данных анкеты узнали, что важно для покупателей. Значимыми являются следующие качества:

- предоставление гарантий;
- соотношение цены и качества;
- широкий ассортимент товаров.

Так же получили обобщенное мнение о цене, качестве и надежности товаров предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Большинство покупателей отмечают высокий уровень качества продукции предлагаемой данной сетью компьютерных магазинов, приемлемой ценой, также отметили высокую надежность предлагаемых товаров и оказываемых услуг.

Так же в ходе анкетирования выявили посещаемость магазинов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» покупателями, что стало следующим этапом определения целевых сегментов рынка.

Таблица 15 - Посещаемость магазинов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» покупателями

Посещаемость магазинов	Количество	
	Человек	в %
В первый раз посещают магазин	6	30
Второй раз посещают магазин	5	25
Постоянный клиент магазина	9	45
Итого	20	100

Для большей наглядности представим результаты ответов респондентов на этот вопрос в виде круговой диаграммы, диаграмма представлена на рисунке 2.

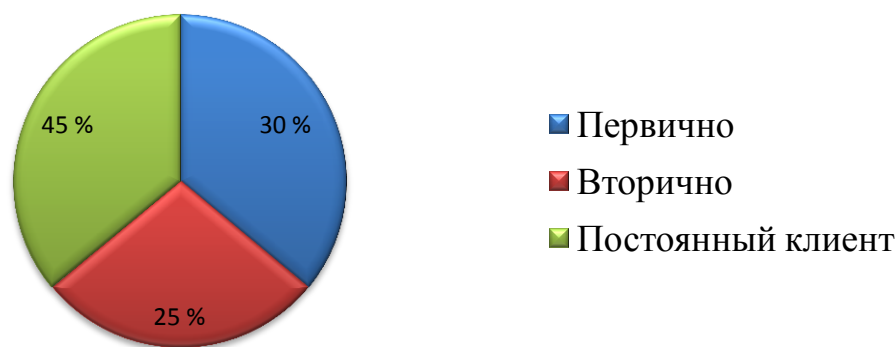


Рисунок 2 – Анализ посещения покупателями магазинов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

На данной диаграмме видим, что доля постоянных клиентов наибольшая, это связано с тем, что предприятие не теряет своих клиентов и стимулирует их покупки, акциями и скидками, данная доля составляет 45 %. Люди, посещающие магазины предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» первично составляют 30 %, это показывает, что предприятие привлекает новых клиентов. Люди, посещающие магазины вторично могут стать постоянными клиентами и принести наибольшую выручку предприятию, так же возможность дальнейшей связи с покупателями и составило 25 %. Предприятию необходимо больше привлекать первично посещаемых покупателей, завлекая их акциями и скидками на качественный товар. Тем самым будет увеличиваться доля постоянных клиентов, которые будут выгодны для дальнейшего сотрудничества, как покупатель-продавец и будут приносить больше прибыли, и возможно рекомендовать предприятие своим знакомым и родным.

Так же с помощью проведенного анкетирования были выявлены наиболее эффективные методы продвижения компании «А-Эл-Джи Софт», то есть с помощью чего покупатели впервые узнали о фирме. Информация о способах получения информации потребителями о компании ООО «А-Эл-Джи Софт» представлена на рисунке 3.

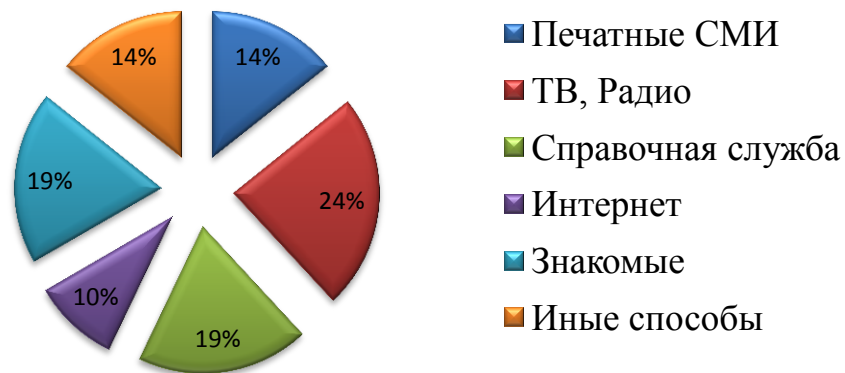


Рисунок 3 – Способы получения информации о предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт» покупателями

Рассмотрев эффективность продвижения фирмы на рынке города Благовещенска и Амурской области следует отметить, что наиболее эффективными средствами продвижения компании являются реклама на телевиденье и радио (24 % респондентов), справочная служба и информация через знакомых (19 % респондентов), печатные средства массовой информации и иные способы получения информации о компании занимают по (14 % респондентов), и только 10 % респондентов узнают о компании ООО «А-Эл-Джи Софт» через рекламу в интернете.

Выбираем следующий метод исследования это опрос, а конкретнее опрос в форме заполнения анкеты. Образец анкеты представлен в Приложении Д.

Проводилось исследование (анкетирование) на узнаваемость предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Процесс исследования заключался в том, что проходим около магазина предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» по адресу улица 50 лет Октября 65, предлагалось пройти анкетирование.

В ходе анализа и обработке данных исследования на узнаваемость предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», были выявлены следующие результаты.

Результаты ответов на первый вопрос «какие из перечисленных предприятий вам известны?», представлены в таблице 16.

Таблица 16 – Узнаваемость предприятий на 2018 год

Предприятия	Количество	
	Человек	в %
ООО «DNS»	16	32
ООО «Эльдорадо»	14	28
ООО «А-Эл-Джи Софт»	8	16
ООО «М.видео»	10	20
ООО «Sony»	2	4
Итого	50	100

На основании данных представленных в таблице, представим на рисунке 4, наглядно можно представить долю узнаваемости, приходящуюся на каждое предприятие.

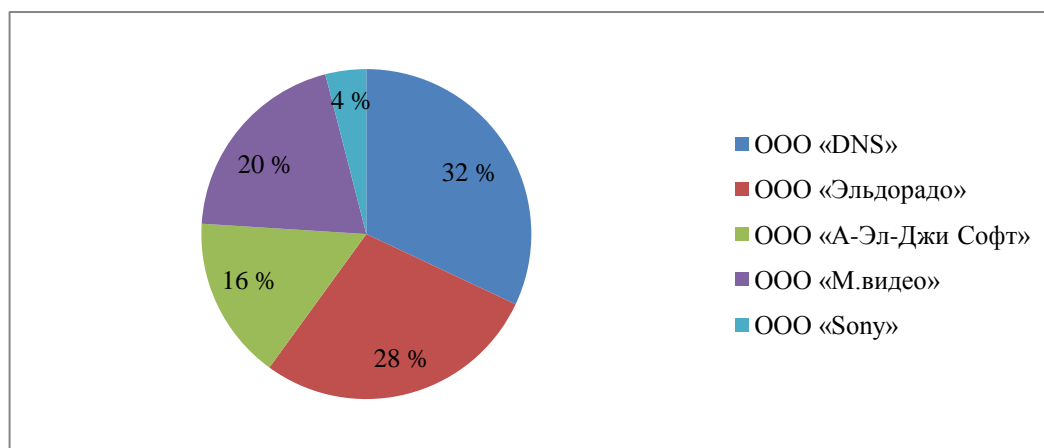


Рисунок 4 – Узнаваемость предприятий на 2018 год

Предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» является менее известным, среди остальных перечисленных в списке предприятий и составляет 16 %, если не считать другие ответы респондентов. Самым узнаваемым среди перечисленных предприятий является ООО «DNS», составляет 32 % среди опрошенных респондентов.

Чаще всего приобретают товары в предприятиях ООО «DNS» и ООО «М.видео», у них равное число человек по 14. Предприятие ООО «А-Эл-Джи

Софт» так же является, менее востребованным по покупательной способности.

Респонденты реже видят рекламные ролики предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», чем остальных предприятий-конкурентов.

В вопросе «знаете ли вы предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт»?», большинство опрошенных ответили отрицательно, что говорит о низкой узнаваемости предприятия у жителей города Благовещенск. Из 50 человек опрошенных, только 10 человек знают о существовании предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», то есть 20 %.

Но на вопрос «пользовались ли вы услугами или товарами предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»?», большинство ответов было положительных, из оставшихся респондентов. 8 из 10 ответов было положительных, это говорит о том, что если респондент знает о существовании предприятия, то с большей вероятностью он приобретал там товар или услугу.

Эмблема предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» заполнилась всем опрашиваемым респондентам.

Ответов «полностью доволен» на вопрос «довольны ли вы качеством обслуживания персоналом предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»» больше, чем ответов «скорее доволен, чем нет». Так же было пара ответов «затрудняюсь ответить» на данный вопрос.

Так же в ходе анкетирования, определили, что является определяющим при выборе предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Таблица 17 – Оценка критериев при выборе предприятия

Критерии выбора	Количество	
	Человек	в %
Выбор случайным образом	2	20
Активная реклама в СМИ	0	0
Рекомендации друзей и знакомых	7	70
Хорошая репутация предприятия	1	10
Итого	10	100

Для большинства респондентов определяющим при выборе предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» стала рекомендация друзей или знакомых и составила 70 %. Так же процент выбора случайным образом равен 20 %, не низкий, так как по сравнению с ответом «активная реклама в СМИ» который не выбрал не один из опрашиваемых респондентов.

Респонденты уверены, что репутация на рынке у предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» положительная, так как ответа «отрицательная» не последовало не от одного респондента.

Основной пол опрашиваемых был женский, так как женщины чаще соглашались пройти анкетирование, чем мужчины. В основном опрос прошли в возрасте младше 25 лет и от 35 до 55 лет. Основной сегмент опрошенных – студенты. Уровень доходов респондентов меньше 15000 рублей, но встречаются и от 25000 до 35000 рублей.

Далее рассмотрим анализ пяти конкурентных сил по модели Майкла Портера, который включает в себя: анализ уровня конкурентной борьбы; анализ рыночной власти поставщиков; анализ рыночной власти потребителей; анализ угрозы появления новых игроков; анализ угрозы появления товаров-заменителей.

Проанализируем предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» с помощью анализа пяти конкурентных сил по модели Майкла Портера, тем самым сможем определить стратегии адаптации к конкурентной среде предприятия, в таблице 18.

Таблица 18 – Анализ пяти конкурентных сил по модели Майкла Портера на примере предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Силы конкуренции	Характеристика угрозы	Оценка влияния
Конкуренция внутри отрасли	На данном рынке действует достаточно большое количество организаций. Основными конкурентами ООО «А-Эл-Джи Софт» выступают ООО «DNS», ООО «GST», ООО «КомпьютерПлюс», ООО «КомпМаркет», так же конкурентами выступают небольшие ИП, осуществляющие деятельность в этой отрасли. Все перечисленные конкуренты заинтересованы в удержании своих позиций на рынке.	4 балла

Продолжение таблицы 18

Силы конкуренции	Характеристика угрозы	Оценка влияния
Сила поставщиков	Поставщиками являются ООО «Lenovo», ООО «Asus», ООО «Canon», ООО «Nikon», ООО «Sony», ООО «Lg», ООО «Samsung», ООО «Philips», ООО «TLC», ООО «Bbk», ООО «SHIVAKI», ООО «Hyundai», ООО «Rubin», ООО «DEXP», ООО «HP».	3 балла
Сила потребителей	Сегмент товара достаточно широк, так как организации закупает большое количество разнообразного товара. Отметим и доступность приобретения товаров с позиции географического положения. Исходя из того, что на рынке действует достаточное количество организаций, предлагающих во многом схожий товар, на решение о покупке, чаще всего, будет оказывать влияние цена и качество.	3 балла
Сила новых участников	Угроза появления новых конкурентов. Обычно новые участники привносят на рынок новые производственные мощности, новые технологии, новые ресурсы, что может являться потрясением для отрасли, изменять поведения потребителей, задавать новые стандарты работы для существующих участников.	2 балла
Сила товаров-заменителей	Для данного вида деятельности этот вопрос можно назвать неактуальным в связи с отсутствием явных товаров-заменителей.	1 балл

Вывод: Из данной таблицы можно сказать, что наибольшее влияние оказывает конкуренция внутри отрасли, так как товаров-заменителей у данного вида товаров нет. Поставщики у товаров конкурентов одни и те же. На потребителей будет оказывать влияние цена и качества товара, так как товары конкурентов очень похожи между собой и многие приобретаются у одних и тех же поставщиков.

Проанализируем внутренние и внешние факторы предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» и разделим их на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы. А так же оценим риски и конкурентоспособность товаров с помощью SWOT-анализа, представленного в таблице 19.

Таблица 19 - Результаты SWOT-анализа для предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Внешнее Окружение Внутренняя Среда	Возможности: - высокие темпы развития отрасли; - повышение конкурентоспособности на внутреннем рынке сбыта; - износ и большая потребность в замене оборудования	Угрозы: - высокий уровень инфляции; - агрессивная ценовая политика конкурентов; - высокий уровень налогообложения
Сильные стороны: - доступные цены на товары и услуги; - широкая номенклатура товаров; - высокая квалификация персонала; - наличие новых видов товаров	Поле «СИВ» - расширение ассортимента продаваемого товара; - активное продвижение товара на рынок; - выход на рынок с новым товаром	Поле «СИУ» - своевременная замена не рентабельного товара; - реализация мер, стимулирующих продажи; - реализация товара на наиболее выгодных условиях
Слабые стороны: - слабая организация сбыта товара; - слабая мотивация персонала	Поле «СЛВ» - активизация деятельности службы сбыта с выходом на новые сегменты рынка; - создание адекватной системы мотивации персонала.	Поле «СЛУ» - интенсивное проведение комплексного изучения рынка; - постоянный мониторинг потребителей; - создание системы мотивации персонала.

Вывод: Из данной таблицы можно сказать, что необходимо расширить ассортимент продаваемого товара и необходимо выходить на рынок с новым товаром, тем самым будет увеличено число потребителей.

Так же этому способствовать будет реализация товара на более выгодных условиях и своевременная замена не рентабельного товара. Это все будет относиться к сильным сторонам предприятия.

Для слабой стороны предприятия, необходимо создать систему мотивации персонала, для улучшения качества работы, а так же изучать рынок сбыта товара.

Заказать и приобрести товары в настоящее время можно как в онлайн магазине, так и в салонах ALG Soft, находящихся по адресам представленных в таблице 20.

Таблица 20 – Адреса магазинов предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Наименование (обозначение)	Адрес	Телефон	Время работы
Благовещенск	Единый телефонный номер 58-58-55		
А-Эл-Джи Софт на Красноармейской	675000, г. Благовещенск, ул. Красноармейская, д.129	(4162) 52-22-60	Пн-Пт: 9-19 Сб: 10-18 Вс: 10-18
Корпоративный отдел А-Эл-Джи Софт	675000, г. Благовещенск, ул.50 лет Октября, д.65	(4162) 52-68-52	Пн-Пт: 9-18 Сб-Вс: выходной
Сервисный Центр ООО «А-Эл-Джи Софт»	675000, г. Благовещенск, ул.50 лет Октября, д.65	(4162) 52-63-18 52-64-11	Пн-Пт: 9-18 Сб: 10-17 (12-13 обед) Вс: выходной
Белогорск			
А-Эл-Джи Софт в Белогорске (ПБ)	г. Белогорск, ул. Северная 14	(41641)-36611	Пн-Пт: 9-18 Сб-Вс: 10-17
Свободный			
А-Эл-Джи Софт в Свободном на ул.Зейская (ПС)	г.Свободный, ул. Зейская, д.44	8(968)1342 007 8(41643)42 007	Пн-Пт: 9-18 Сб: 9-16 Вс: 9-16
Хабаровск			
А-Эл-Джи Софт на Амурском бульваре	Хабаровск, Амурский бульвар, д. 47	(4212) 56-11-54	Пн-Пт: 9-19 Сб: 10-18 Вс: 10-18

Так же можем рассмотреть объемы продаж в перечисленных торговых точках предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», в таблице 21.

Таблица 21 – Объем продаж в торговых точках ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2018 году

Торговые точки	Объем продаж в тыс. руб.	Объем продаж в %
Магазин в г. Благовещенск на улице Красноармейская, д. 129	106100	39
Магазин в г. Хабаровск на Амурском бульваре, д. 47.	68013	25
Магазин в г. Белогорске на улице Северная 14	57131	21
Магазин в г. Свободный на улице Зейская, д. 44	40808	15
Итого	272052	100

На основании данных представленных в таблице, наглядно можно представить долю объема продаж, приходящуюся на каждый магазин на рисунке 5.

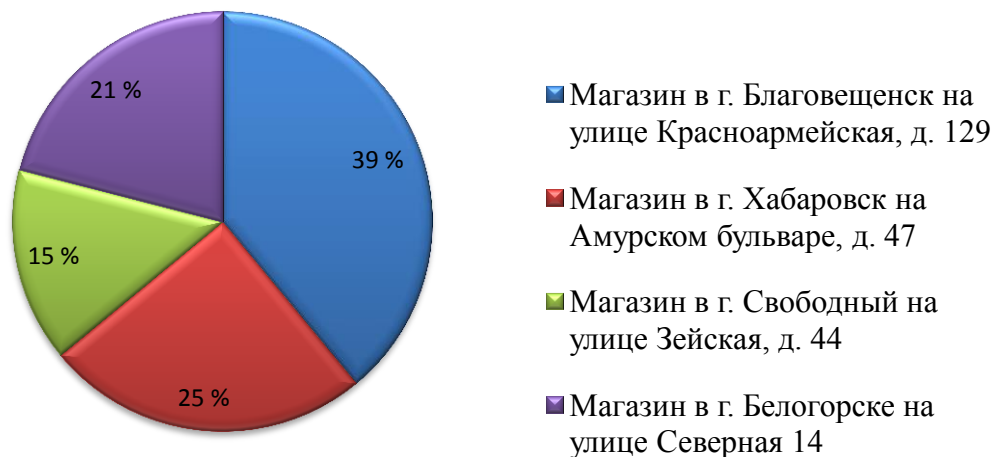


Рисунок 5 – Объем продаж в торговых точках ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2018 году

Объемы продаж в торговых точках ООО «А-Эл-Джи Софт» показывают, что максимальные объемы реализации продукции происходят через магазин в г. Благовещенске на улице Красноармейская, д. 129, доля продаж в нем составляет 39 % в общем объеме реализации продукции. Это объясняется, в том числе удобным месторасположением и наличием рядом большого количества объектов инфраструктуры (центральный рынок, торговый центр «МЕГА», автовокзал). 25 % - составляет объем продаж в г. Хабаровск на Амурском бульваре, д. 47, это связано с удобной выкладкой товаров, также там располагается супермаркет сопутствующих товаров; магазин в г. Белогорске на улице Северная 14 – реализует 21 % товара; а магазин в г. Свободный на улице Зейская, д. 44 – 15 %, минимальный уровень продаж в этом магазине связан с не очень удобным месторасположением компании и мало рекламы по городу, поэтому многие не знают где находится магазин и что продает.

Так же существуют правила работы интернет-магазина «А-Эл-Джи Софт».

Интернет-магазин «А-Эл-Джи Софт» дает возможность своим покупателям не только получать необходимую информацию о товаре и цене 24 часа в сутки без перерыва и выходных, но и возможность совершать покупки не выходя из дома или офиса в удобное время. Преимущества интернет-магазина «А-Эл-Джи Софт» налицо: широкий ассортимент товаров, не достижимый для обычного магазина, ограниченного площадью торгового зала и специальные цены, доступные для зарегистрированных покупателей интернет-магазина «А-Эл-Джи Софт».

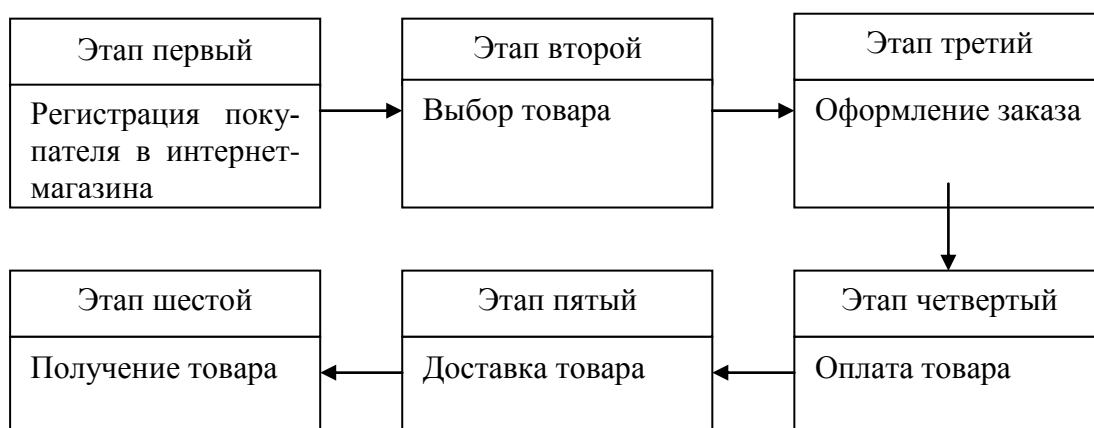


Рисунок 6 – Алгоритм покупки в интернет-магазине

Во время первого этапа необходимо зарегистрироваться покупателям, чтобы получать специальные цены на товар в интернет-магазине «А-Эл-Джи Софт». Для этого надо нажать Вход в интернет-магазин и заполнить все поля предоставленной анкеты. Далее зарегистрироваться в интернет-магазине, там так же будет заведена Электронная Дисконтная Карта, на которую будут накапливаться бонусы за покупки. Уже за первую покупку можно получить скидку первого уровня, до 5 % скидки от цены по прайсу.

На втором этапе, покупатели выбирают товары. Покупатель, может ввести ключевое слово или модель в поисковую строку на сайте, а так выбрать товар в каталоге, в котором товарные категории разделены на разделы и группы.

На третьем этапе, покупатель оформляет заказ. После выбора товара, необходимо нажать кнопку «Купить», потом товар автоматически окажется в корзине. Далее можно продолжить выбор товара, добавляя его в корзину. Закончив выбор товара, можно проверить содержимое корзины. Так же можно изменить количество или удалить лишний товар, после этого необходимо нажать кнопку «Пересчитать». После можно приступить к оформлению заказа, нажав «Оформить заказ». Заполнив поля «Адрес доставки», «Способ доставки», «Дата и время доставки».

На четвертом этапе, покупатели оплачивают товар. Оплатить покупки в интернет-магазине можно наличными либо банковской картой при получении:

- оплата наличными курьеру, только для физических лиц. Все необходимые финансовые документы будут вручены вместе с заказом. Оплата принимается в российских рублях строго в соответствии с ценой, указанной в чеке;

- оплата по безналичному расчету, используется для юридических лиц. После поступления заказа, организации высылается счет. Для этого необходимо при оформлении заказа указать название организации-плательщика и выслать карточку клиента на адрес webshop@algsoft.ru. Обратите внимание, продавец не является плательщиком НДС, соответственно, цена, указанная на сайте не включает НДС, и НДС не выделяется при продаже. На сайте указана цена для физических лиц, приобретающих товар за наличный расчет. Для юридических лиц цены могут отличаться от указанных на сайте. Для уточнения стоимости товара необходимо обратиться в корпоративный отдел.

На пятом этапе, осуществляется доставка товара. Доставка товара физическим лицам в городах Благовещенск, Свободный, Белогорск осуществляется бесплатно, при заказе от 5000 рублей и весе доставляемого товара более 5 кг. При заказе товара физическим лицам на сумму менее 5000 рублей или при весе доставляемого товара менее 5 кг, а так

же юридическим лицам, стоимость доставки составит от 150 рублей. Доставка осуществляется до подъезда. В день заказа доставка не осуществляется.

Стоимость доставки в случае объема груза свыше 1 м³ и весе более 25 кг, а так же доставка в другие регионы рассчитывается индивидуально. Доставка товара в будние дни осуществляется с 10:00 до 17:00, в субботу - с 11:00 до 16:00, воскресенье - выходной день.

Для дополнительного согласования необходимо связаться с менеджером интернет-магазина по адресу webshop@algsoft.ru. На стоимость доставки создается отдельный счет.

На шестом этапе, покупатели получают товар. Заказ будет вручен непосредственно лицам, указанным в бланке заказа, только при предъявлении документа, удостоверяющего личность. Если получателем заказа выступает юридическое лицо, то для получения груза необходима доверенность, оформленная надлежащим образом.

При получении товара необходимо осмотреть его внешний вид, проверить комплектацию и после этого расписаться в документах. Вместе с заказом получаете комплект документов: для частных лиц - товарный чек, для юридических лиц - оригинал счета, накладная, счет-фактура. Получить товар можно не раньше, чем через 1 час, после оформления заказа, по режиму работы розничных магазинов. В случае если не можете получить заказ в условленное время, необходимо связаться с менеджером интернет-магазина и определить другое время доставки. Если заказ не будет выкуплен или менеджер интернет-магазина не сможет связаться по указанному номеру телефона в течение 2 рабочих дней, заказ будет аннулирован. Если по каким-то причинам не сможете в этот период дождаться звонка, самостоятельно свяжитесь с менеджером интернет-магазина по адресу webshop@algsoft.ru.

При получении товара необходимо:

- осмотреть коробку на наличие повреждений. Если упаковка не нарушена (нет следов вскрытия, повреждений, занятистей) - вскрыть коробку, произвести осмотр товара по внешнему виду, проверить комплектность.

Помните, что претензии по внешнему виду доставленного товара, в соответствии со ст. 458 и 459 ГК РФ, можно предъявить только до передачи товара продавцом;

- расписаться в накладной, в заявке и на товарном чеке, что будет являться подтверждением того, что доставили товар надлежащего качества.

После этого курьер отдает полный пакет документов на товар.

Вместе с заказом получаете комплект документов:

- для частных лиц - товарный чек при оплате наличными;
- для юридических лиц - оригинал счета, накладная, счет-фактура;
- гарантийный талон. На весь представленный в интернет-магазине ассортимент товара распространяется гарантия в соответствии с Законом о правах потребителя. В гарантийном талоне, который получаете в комплекте документов с товаром, указаны: срок гарантийного обслуживания, случаи, не подлежащие гарантийному обслуживанию, адрес и телефон гарантийной мастерской.

При наличии претензии:

- курьер обязан описать все повреждения упаковки, повреждения/некомплектность товара в накладной, после чего составить Акт приемки в трех экземплярах;

- если упаковка цела, а сам товар имеет видимые повреждения или не доукомплектован, это необходимо указать в накладной, что повреждений упаковки не обнаружено, но отказываетесь от получения товара. А в заявке необходимо описать повреждения/некомплектность товара;

- после этого курьер забирает груз для последующего возврата на склад компании и замены на другой товар.

Обмен и возврат товара по мотивам и соображениям, не связанным с гарантийными обязательствами, осуществляются за счет покупателя.

Уровни скидок по Электронным Дисконтным Картам зависят от объема покупок и считаются по сумме поступивших наличных или безналичных денежных средств (при оплате по банковской карте) за предыдущий год (за

предыдущие 365 дней). Для физических лиц уровни установлены следующие:

- до 90 000 рублей - 1 уровень;
- от 90 000 рублей до 400 000 рублей – 2 уровень;
- от 400 000 рублей до 700 000 рублей – 3 уровень;
- от 700 000 рублей – 4 уровень скидок.

Уровень скидок формируется автоматически.

Для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ИП) уровни устанавливаются персонально, и согласовываются в корпоративном отделе компании.

В интернет-магазине есть товары, обозначенные, как «Спеццена», в большинстве случаев это товары, на которые производитель устанавливает рекомендуемые цены и ниже которых продажа розничным магазинам запрещена. На данные товары скидка не предоставляется или ее размер не существенен. Окончательная цена позиций в заказе определяется менеджером интернет-магазина. Запрашивайте окончательную цену у менеджера интернет-магазина. Уровень своей скидки по карте Вы можете видеть после входа под своим паролем в наш интернет-магазин.

Таким образом, ООО «А-Эл-Джи Софт» является одной из лидирующих компаний в Амурской области и на Дальнем Востоке. Клиентам представлен широкий спектр качественной компьютерной и периферийной техники, телевизоров, и других сопутствующих товаров от ведущих производителей. Ассортимент в максимально возможной мере отвечает потребностям населения и корпоративных клиентов. Просторные торговые площади дают возможность достойно представить и продемонстрировать товар, что в свою очередь облегчает покупателю сделать свой выбор в пользу той или иной модели. Помимо торговли, компания осуществляет услуги сервисного обслуживания компьютерной техники. В сервисном центре работают высококвалифицированные специалисты, имеющие соответствующую подготовку и квалификацию, что подтверждено дипломами и техническими сертификатами.

ми. Все оказываемые компанией услуги, отвечают потребностям клиентов за счет гибкой ценовой политики и высокого уровня профессионализма персонала.

3 РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «А-ЭЛ-ДЖИ СОФТ»

3.1 Мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Необходимо увеличить выручку предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», для этого необходимо:

- изучить рынок;
- проанализировать конкурентов, их успехи и неудачи;
- составить план по введению новых технологий и распространению информации о них.

Использование новых инструментов в стимулировании сбыта является направлением совершенствования маркетинговой деятельности.

Так как цена товаров предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» зависит от ценовой политики конкурентов, так же продаваемые товары схожи ассортиментом и качеством. Поэтому необходимо усилить продвижение компании на рынке.

Используем орудие массового маркетинга, а конкретнее это - рекламы, стимулирования сбыта и пропаганды, для привлечения новых покупателей и распространения информации о компании ООО «А-Эл-Джи Софт».

При изучении рынка мы выявили, что основными покупателями магазинов ООО «А-Эл-Джи Софт», являются молодые люди от 16 до 25 лет, так же семейные люди в возрасте до 50 лет, имеющие в среднем 1 - 2 детей. Тем самым мы можем продвигать свой товар в социальных сетях.

Необходимо расширить рекламную компанию предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Для этого проведем акцию «Проект Мадоннари» в социальных сетях, которая привлечет покупателей и поддержит имидж компании.

Суть акции заключается в том, что на территории «А-Эл-Джи Софт», по адресу город Благовещенск, ул. 50 лет Октября, 65 рисуется или устанавливается

ливается рисунок по технологии мадоннари, который с определенной точки обзора создает иллюзию объемного предмета. Мадоннари - это произведение городской живописи, представляющий изображение 3D рисунков на асфальте.

Задача акции «Проект Мадоннари» заинтересовать людей в запечатлении себя около этого места и опубликовать в социальных сетях с хештегом «Супер техника в магазине ALG-Soft». По которому и будут разыгрываться призы от компании ООО «А-Эл-Джи Софт». Хештег - ключевое слово или несколько слов сообщения, используемый в микроблоках и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решетка.

На рисунке в обязательном порядке должны находиться технологичные предметы, вторящие компьютерной тематике (ноутбуки, гаджеты, роботы, фотоаппараты, компьютеры и т. д.). Логотип ALG-Soft на каждом из предметов и большой логотип, входящий в кадр фотографии. Отметим наиболее удачных расположений моделей, на которые люди могут встать. Рисунок сохранится под лаком около 3-6 месяцев.

Данная акция будет привлекать новых клиентов и оставит приятные впечатления о компании и проведенном мероприятии. Фотографии увидят друзья, знакомы и заинтересуются о мероприятии и предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт», тем самым привлечем больше новых покупателей.

Для реализации данной акции необходимы следующие услуги:

- группа художников, расходные материалы для выполнения рисунка;
- нанять сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях, и организовать его рабочее место;
- рекламные листовки (флаера);
- промоутер для раздачи флаеров.

Перечень мероприятий, которые будут возложены на сотрудника занимающийся продвижением в социальных сетях:

- открытие новых каналов сбыта;

- расширением распространения рекламы в средствах массовой информации;

- изучение потребителей (анализ того, что хотят видеть от данной организации).

Реклама для ООО «А-Эл-Джи Софт» является основным инструментом продвижения на рынке.

Компании ООО «А-Эл-Джи Софт» необходимо размещать рекламу в таких средствах массовой информации как:

- газеты: дважды два, из рук в руки;

- телевидение: Первый канал, Первый Кабельный, ТНТ, СТС+, Культура;

- радио: Авторadio, Шансон;

Также необходимо активно использовать наружную рекламу: рекламные щиты, призматроны, вывески, дорожные знаки и информационные листки.

Каждый тип различается по способности выполнения специфической рекламной задачи, например, газета дает более детальную информацию, чем телевидение, но телевидение привлекает гораздо большую аудиторию.

Выбор средства массовой информации делается так, чтобы оно было наиболее пригодным для достижения цели рекламы, но по минимальной цене.

За счет того, что предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» находится в условиях жесткой борьбы с конкурентами, нужно сконцентрировать все внимание на продвижение фирмы и повышение эффективности рекламы. Основные цели рекламы:

- во-первых, формирование или поддержание интереса рекламной аудитории к физическим и юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям;

- во-вторых, способствование их реализации.

Реклама товаров и услуг предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» необходима не только информировать, но и увеличивать целевую аудиторию.

В программу стимулирования сбыта на исследуемом предприятии войдут:

- акции, направленные на снижение цен;

«Купи бесплатно» проводится в сети компьютерных магазинов ООО «А-Эл-Джи Софт». Необходимо будет купить любой товар на сумму 5000 рублей. На один чек, участнику акции выдается 4 купона, которые дают право участвовать в еженедельном розыгрыше призов. Один из 4 купонов - Новогодний, который позволяет участвовать в новогоднем розыгрыше, независимо от того, был ли выигрыш ранее. Владелец купонов имеет возможность участвовать в розыгрыше четыре раза. Исключаются те случаи, когда участник уже выиграл главный приз - вернул 100 % стоимость купленного товара. В таком случае он имеет право принять участие в финальном новогоднем розыгрыше и вернуть стоимость покупки еще раз. Для участия в розыгрыше, купон необходимо опустить в лототрон в день проведения мероприятия. Победителем розыгрыша становится владелец купона, выданного лототроном. Выигрышный купон в день розыгрыша необходимо обменять на сертификат на получение приза. Главным призом будет широкоформатный плазменный телевизор Samsung, также разыгрываются клавиатуры, мышки, чехлы для ноутбуков, фотокамеры, телефоны и т.д.

«Мы платим» проводится в компьютерных салонах «А-Эл-Джи Софт». В акции участвовали только физические лица, совершившие покупку в сети салонов «А-Эл-Джи Софт» в определенный период. На один чек, участнику акции выдается 2 купона, которые дают право участвовать в розыгрыше призов. У каждого покупателя две попытки. В розыгрыше 3 победителя. Приз: 100 % сумма покупки, которую можно потратить еще раз в магазинах «А-Эл-Джи Софт». Главный приз ноутбук SONY, также разыгрываются жесткие диски, видеокарты, флешки, мониторы и т.д.

- совместные акции с поставщиками. В рамках которых, принимают участие один или два поставщика;

В основном данные акции будут рассматриваться конкретнее с партнерами.

- сезонные акции. Акции, приуроченные к праздникам – на тематические товары, которые подчас не представлены в стандартном ассортименте (например – елочные шары в Новый год или краска для яиц в Пасху).

На изучаемом предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт» проводятся сезонные акции, приуроченные к праздникам – «Рождество», «14 февраля», «23 февраля», «8 марта», «9 мая», «День защиты детей», «Последний звонок», «Здравствуй, школа!», «Новый год». Например: «Купи бесплатно», «Мы платим», отнесенные к праздникам. Например: «День Студента» когда каждый покупатель при предъявлении студенческого билета получает 5 % скидку при покупке компьютера или ноутбука.

- розыгрыши и лотереи.

Среди покупателей сети магазинов «А-Эл-Джи Софт» проводится новогодняя лотерея. Каждый покупатель, совершивший покупку на сумму не менее 3000 рублей в период акции, получает лотерейный билет. Призы разыгрываются среди присутствующих на розыгрыше, для участия в розыгрыше призов необходимо присутствовать лично и принести билет. Среди призов: широкоформатный монитор, принтер Epson, флешка, а также еще много ценных подарков.

Таким образом, предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» сможет активно стимулировать сбыт своих товаров и услуг посредством разного рода мероприятий и акций.

3.2 Экономическое обоснование предложенных мероприятий

Для того, чтобы проследить является ли данное мероприятие рентабельным необходимо в первую очередь просчитать затраты на найм сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях и организация его рабочего места.

Таблица 22 – Затраты на сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях и организация его рабочего места на предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт»

Мероприятия	Затраты, тыс. руб.
Поиск сотрудника на новую должность	
Размещение рекламы об открытии вакансии СМИ (газеты, интернет-сайты, журналы)	5
Организация рабочего места	
Ноутбук и оргтехника	40
Рабочая мебель (стол, стул, стеллаж и тумба)	13
Канцелярские принадлежности	7
Оплата труда сотрудника занимающегося продвижением в социальных сетях	
Заработная плата сотрудника	25×12=300
Налог на заработную плату	9,6
Итого	374,6

Исходя из приведенных расчетов, затраты на сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях и организовать его рабочее место составят 374,6 тыс. руб. за год.

Просчитав затраты, необходимо определить экономическую эффективность от внедрения мероприятия. Предполагается, что она составит 10-15 % от полученной прибыли предприятия за год, следовательно, результатом внедрения сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях и организовать его рабочее место станет увеличение объемов реализованного товара представленных в таблице 23.

Таблица 23 – Прогноз изменения объемов реализованной продукции в 2018 году.

Показатель	2018 г.	Прогнозное значение на 2019 г.	Абсолютное Отклонение	Относительное отклонение от данных предшествующего года, %
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	106100	122015	15915	15

По данным таблицы видно, что выручка от продажи товаров на 15 %, что положительно повлияет на деятельность предприятия, тем увеличится численных постоянных покупателей.

Тем самым мы можем дальше реализовывать свои планы, для привлечения больше покупателей и расширения рекламной компании.

Далее рассмотрим примерные затраты на проведение акции «Проект Мадоннари» представленные в таблице 24.

Таблица 24 – Затраты на проведение акции «Проект Мадоннари» компанией ООО «А-Эл-Джи Софт»

Расходы	Количество	Цена, руб.	Сумма, руб.
Разработка дизайна макета на асфальте (рисунок), шт.	1	10000	10000
Нанесение рисунка на асфальт, м ²	5	8000	40000
Расходные материалы (краска)	5	1000	5000
Расходы на создание сайта и его продвижение	1	15000	15000
Листовки, шт.	4000	0,5	2000
Работа промоутеров, часы	20	200	4000
Разыгрываемые подарки (нетбук, планшет и умный чайник)	1	23000	23000
Итого	-	-	99000

Таким образом, затраты на реализацию «Проекта Мадоннари» составят 99000 рублей. Но это изображение будет использоваться в качестве рекламы не менее полугода и даст хороший рекламный эффект.

Прежде всего, данный проект позволит привлечь потребителей, тем самым увеличится конкурентоспособность на рынке города Благовещенск.

Призы будут распределены с помощью генератора выбора цифр, следующим образом:

- за первое место нетбук;
- за второе место планшет;
- за третье место умный чайник.

В целом предложенные мероприятия приведут к увеличению объема продаж товаров предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», и как следствие к ро-

сту выручки и чистой прибыли компании, плановый отчет представлен в таблице 25.

Таблица 25 – Плановый отчет с учетом реализации проектов

Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Прогноз на 2019 г.	Тем роста, 2019 от 2018 г., %
Выручка, тыс. руб.	88619	92052	106100	122015	115
Себестоимость продаж, тыс. руб.	82939	85988	99139	107092	108,02
Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	5680	6064	6961	7530	108,17
Коммерческие расходы, тыс. руб.	4901	4532	4474	4369	97,65
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	779	1532	2487	2998	120,55
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	1181	1510	1962	2198	112,03

Таким образом, привлечение нового сотрудника, который будет заниматься продвижением в социальных сетях и «Проект Мадоннари», позволят повысить прибыль на 15 %, а чистую прибыль на 12,03 %.

Это горит, об эффективности коммерческой деятельности предприятия и предложенных мероприятий.

В целом компания ООО «А-Эл-Джи Софт» необходимо больше уделить внимание по продвижению товаров предприятия. При этом необходимо отметить, что объем затрат постоянно будет увеличиваться. В таблице 26 показаны затраты на мероприятия по продвижению предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» на период 2019-2021 годы.

Таблица 26 – Затраты на мероприятия по продвижению предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2019-2021 гг.

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение			
				Абсолютное +/-		Относительное, %	
				В 2021г. к 2019 г.	В 2021 г. к 2020 г.	В 2021 г. к 2019 г.	В 2017 г. к 2016 г.
Затраты на продвижение, в том числе:	2,913,083	3,160,170	3,384,120	471,037	223,950	16,2	7,1
- услуги дизайнера, руб.	88,321	90,458	110,145	21,824	19,687	24,7	21,8

Продолжение таблицы 26

Показатель	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение			
				Абсолютное +/-		Относительное, %	
				В 2021г. к 2019 г.	В 2021 г. к 2020 г.	В 2021 г. к 2019 г.	В 2017 г. к 2016 г.
- призы по акциям, руб.	98,966	125,380	160,568	61,602	35,188	62,3	28,1
- выплаты по акциям, руб.	85,580	96,059	98,372	12,792	2,313	15,0	2,4
- наклейки, руб.	42,312	45,415	46,256	3,944	841	9,3	1,9
- розыгрыши, руб.	95,568	115,982	126,145	30,577	10,163	32,0	8,8
- реклама, руб.	2,502,336	2,686,876	2,842,634	340,298	155,758	13,6	5,8

Данные предоставленные в таблице позволяют сделать вывод, что затраты на мероприятия по продвижению предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» в 2019-2021 гг. увеличиваются. В 2021 году по сравнению с 2019 годом затраты увеличились на 471037 рублей, что составляет 16,2 %, а по сравнению с 2020 годом увеличились на 223950 рублей, что составляет 7,1 %. В целом все виды затрат, входящих в состав затрат на продвижение с каждым годом возрастают. Наибольший удельный вес в структуре затрат занимает реклама. В 2021 году по сравнению с 2019 годом затраты на рекламу увеличились на 340298 рублей, что составляет 13,6 %, а по сравнению с 2020 годом увеличились на 155758 рублей, что составляет 5,8 %. Это будет являться тем, что реклама основной инструмент продвижения предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» на рынке города Благовещенска и Амурской области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы была выполнена цель работы, то есть анализ и оценка эффективности. Для достижения поставленной цели решили следующие поставленные задачи:

- изучили теоретические аспекты анализа и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия;

- проанализировали деятельность коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»:

- а) дали общую характеристику деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»;

- б) проанализировали основные экономические показатели предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»;

- в) проанализировали коммерческую деятельность предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

- разработали мероприятия по повышению эффективности коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

В ходе первой главы были рассмотрены теоретические аспекты анализа и оценки эффективности деятельности коммерческого предприятия. А конкретной мы рассмотрели понятие коммерческой деятельности, представленное разными авторами. Так же были рассмотрены все показатели, используемые при оценке экономической деятельности торговых организаций.

Для оценки эффективности коммерческой деятельности предприятия чаще всего используют систему показателей. Обоснование необходимости их применения дано в теории множественности целей, основу которой составляет системный подход к описанию предприятия, что предполагает существование в системе иерархии целей и, соответственно, критериев их достижения.

Далее рассмотрели особенности коммерческого предприятия в розничной торговле, а конкретнее термины розничной торговли, функции, отличия розничной торговли, виды и задачи розничной торговли.

Во второй главе был рассмотрен анализ деятельности коммерческого предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Для начала мы рассмотрели общую характеристику деятельности предприятия, в нее вошли основные виды деятельности предприятия, дополнительные услуги предприятия, а так же организационная структура предприятия.

Далее рассматривали анализ основных экономических показателей предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», на основании полученных данных можно сказать, что выручка от продажи товаров на 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами повысилась, и это, прежде всего, связано с повышением объемов реализации и повышением спроса на товар. Потом были рассмотрены показатели эффективности использования предприятия, фондоотдача и фондоемкость. Фондоотдача увеличилась за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами, что характеризуется эффективностью использования вложенных денег в основной фонд и связано с правильной оценкой возможностей предприятия. Фондоёмкость уменьшилась за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами, это показывает уменьшение доли стоимости основных фондов приходящихся на каждый рубль продаваемого товара. Затем был рассмотрен показатель производительности труда и анализ оборачиваемости оборотных средств предприятия. Так же в ходе написания работы был рассмотрен товарный баланс предприятия и определена эффективность использования товарных ресурсов за 2018 год по сравнению с 2017 годом. На это положительно повлияло увеличение поступлений товара, и уменьшение запасов на начало 2018 года.

За тем рассмотрели анализ коммерческой деятельности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт».

Анализ рентабельности показал, что коэффициент рентабельности чистых активов в 2018 году по сравнению с 2017 годом увеличился, а по срав-

нению с 2016 годом снизился на это повлияло изменение внеоборотных активов. Коэффициент рентабельности продаж сократился за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами. Коэффициент рентабельности товаров увеличился за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами, на это повлияло незначительное изменение себестоимости продаж по сравнению с чистой прибылью. Коэффициент рентабельности чистой прибыли сократился в 2018 году по сравнению с 2016 и 2017 годами, на это повлияло значительное увеличение прибыли от продаж и незначительное увеличение чистой прибыли. Коэффициент рентабельности основных средств за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами значительно увеличился, на него положительно повлияло увеличение прибыли от продаж и сокращение среднегодовой стоимости основных фондов. Коэффициент рентабельности оборотных активов увеличился за 2018 год по сравнению с 2016 и 2017 годами, это изменение связано со значительным увеличением чистой прибыли и незначительным увеличением оборотных активов.

Далее провели ABC-анализ, для выявления товаров пользующихся спросом и для поддержания их на складе предприятия.

Провели анализ основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», и выполнили это с помощью метода рейтинговых оценок. Оценки проставляли эксперты предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Был выявлен лидер среди четырех основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», это предприятие ООО «Samsung».

С помощью анкетирования выявили основных покупателей предприятия, посещаемость магазинов предприятия и способы получения информации о предприятии покупателями.

Так же выявили проблему предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», она заключается в том, что предприятие стало менее узнаваемым по сравнению с конкурентами. Поэтому необходимы мероприятия для привлечения клиентов и увеличить конкурентоспособность предприятия на рынке, что способствует увеличению выручки предприятия.

В третьей главе были разработаны мероприятия по повышению эффективности предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Предложено провести в компании ООО «А-Эл-Джи Софт» акцию «Проект Мадоннари». Данная акция будет привлекать новых клиентов и оставит приятные впечатления о компании и проведенном мероприятии.

Рассмотрели перечень средств массовой информации для рекламы предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт», так как реклама является основным инструментом продвижения на рынке.

Так как предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» находится в условиях жесткой борьбы с конкурентами, нужно сконцентрировать все внимание на продвижение фирмы и повышение эффективности рекламы.

Таким образом, необходимо стимулировать сбыт товаров предприятия, для этого будут использоваться акции, направленные на снижение цен; совместные акции с поставщиками; сезонные акции; розыгрыши и лотереи.

Таким образом, предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт» сможет активно стимулировать сбыт своих товаров и услуг посредством разного рода мероприятий и акций.

Так же были проведены все расчеты затрат на предприятии ООО «А-Эл-Джи Софт» по предложенным мероприятиям.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 А-Эл-Джи Софт [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://www.algsoft.ru>. - 25.04.2019.
- 2 Аникин, Б. А. Логистика : учебник / Б. А. Аникина. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 368 с.
- 3 Беляева, О. В. Экономика предприятия (организации). Сборник задач : учебно-методическое пособие / О. В. Беляева, Ж. А. Беляева. - Саратов : Вузовское образование, 2017. - 52 с.
- 4 Беляевский, И. К. Коммерческая деятельность : учебное пособие / И. К. Беляевский. - М. : Евразийский открытый институт, 2016. - 344 с.
- 5 Бронникова, Т. С. Маркетинг : учебное пособие / Т.С. Бронников, А.Е. Чернявский. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2015 – 245 с.
- 6 Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности : учебник и практикум для СПО / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 332 с.
- 7 Валигурский, Д. И. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка : учебник для бакалавров / Д. И. Валигурский. - 2-е изд. - М. : Дашков и К, 2019. - 300 с.
- 8 Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебное пособие для СПО / Л. П. Гаврилов. - 2-е изд., доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 433 с.
- 9 Газалиев, М. М. Экономика предприятия : учебное пособие / М. М. Газалиев, В. А. Осипов. - М. : Дашков и К, 2015. - 276 с.
- 10 Гинзбург, В. П. Финансово-экономический анализ: учебник / В. П. Ганберг. – СПб.: Питер, 2015. – 316 с.
- 11 Григорьев, М. Н. Коммерческая логистика: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / М. Н. Григорьев, В. В. Ткач, С. А. Уваров. - 3-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2018. - 507 с.

12 Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Григорьев. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 559 с.

13 Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник для бакалавров / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. - М. : Дашков и К, 2016. - 400 с.

14 Дорман, В. Н. Основы коммерческой деятельности : учебное пособие для СПО / В. Н. Дорман ; под науч. ред. Н. Р. Кельчевской. - М.: Издательство Юрайт, 2019. - 134 с.

15 Дорман, В. Н. Экономика организации. Ресурсы коммерческой организации : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. Н. Дорман ; под научной редакцией Н. Р. Кельчевской. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 134 с.

16 Егорова, Е. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие / Е. Н. Егорова, Е. Ю. Логинова. - Саратов : Научная книга, 2016. - 159 с.

17 Зачетный бизнес [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – 25.10.2001. – Режим доступа: <https://zachestnyibiznes.ru/site/cap>. - 19.03.2019.

18 Канке, А. А. Логистика : учебное пособие / А. А. Канке, И.П. Кошевой. – М. : ИНФРА-М, 2015. – 352 с.

19 Кирюхина, А. Н. Коммерческая деятельность : учебное пособие / А.Н. Кирюхина. - Кемерово : Кемеровский технологический институт, 2015. – 132 с.

20 Киселева, Е. Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения : учебное пособие / Е. Н. Киселева, О. Г. Буданова. - М. : Вузовский учебник, 2016. - 187 с.

21 Ключкова, Е. Н. Экономика предприятия : учебник для прикладного бакалавриата / Е. Н. Ключкова, В. И. Кузнецов, Т. Е. Платонова ; под редакцией Е. Н. Ключковой. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 447 с.

22 Коммерческая деятельность: учебное пособие / сост.: Е. Д. Щетинина, М. С. Старикова, С. М. Микалут. – Белгород: Изд-воБГТУ, 2015. – 315 с.

23 Коммерческая деятельность : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 404 с.

24 Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум / И.В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 436 с.

25 Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум / Е. Е. Кузьмина. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 383 с.

26 Левкин, Г. Г. Коммерческая логистика : учебное пособие для вузов / Г. Г. Левкин. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 375 с.

27 Логистика : учебник для среднего профессионального образования / В. В. Щербаков [и др.] ; под редакцией В. В. Щербакова. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 387 с.

28 Лысоченко, А. А. Теоретические основы стратегического управления : учебник / А. А. Лысоченко, О. Ю. Свиридов. — Ростов н/Д.: Содействие—XXI век, 2016. – 420 с.

29 Маркетинг: учебник и практикум / под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 370 с.

30 Маркетинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Данченко [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченко. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 486 с.

31 Маркетинг. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 325 с.

32 Маркетинг-менеджмент: учебник и практикум для бакалавриата магистратуры / под ред. И. В. Липсица, О. К. Ойнер. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 379 с.

33 Маркетинговые исследования: теория и практика : учебник для прикладного бакалавриата / С. П. Азарова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 314 с.

34 Михалева, Е. П. Маркетинг: учебное пособие для СПО и прикладного бакалавриата / Е. П. Михалева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 213 с.

35 Моисеева, Н. К. Экономические основы логистики : учебник / Н. К. Моисеева. - М. : ИНФРА-М, 2015. - 528 с.

36 Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций) : краткий курс лекций для студентов обучающиеся профилю: экономика предприятия и организаций, менеджмент / Д. Д. Моисеенко. - Симферополь : Университет экономики и управления, 2017. - 153 с.

37 Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. - М. : Дашков и К, 2015. - 284 с.

38 Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебник / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - М. : Дашков и К, 2015. — 500 с.

39 Паштова, Л. Г. Экономика фирмы: теория и практика: учебное пособие / Л. Г. Паштова. – Ростов н/Д: Феникс: МарТ, 2015. – 269 с.

40 Пичурин, И. И. Основы маркетинга. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / И. И. Пичурин, О. В. Обухов, Н. Д. Эриашвили. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383 с.

41 Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга: учебник / Г. А. Полынская. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 370 с.

42 Сергеев, И. В. Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И. В. Сергеев, И. И. Веретенникова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 511 с.

43 Терещенко, Н. Н. Эффективность деятельности предприятия торговли: учебное пособие / Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова. – Красноярск: Красноярский институт, 2015. – 110 с.

44 Третьяк, С. Н. Коммерческая деятельность: Часть I. Основы теории и организации: учебное пособие / С. Н. Третьяк. - Хабаровск: ДВГУПС, 2015. – 145 с.

45 Управление маркетингом : учебное пособие для студентов вузов / Н. Д. Эриашвили [и др.]. — 2-е изд. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 463 с.

46 Филимонова, Н. М. Экономика и организация малого и среднего бизнеса : учебное пособие / Н. М. Филимонова, Н. В. Моргунова, Е. С. Ловкова - 2-е изд., доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 222 с.

47 Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия : учебник и практикум для академического бакалавриата / Л. А. Чалдаева. — 5-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2019. - 435 с.

48 Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 244 с.

49 Экономика предприятия : учебник / Л. И. Исеева, А. А. Федченко, Е. И. Рейшахрит [и др.]. - СПб. : Санкт-Петербургский горный университет, 2017. - 367 с.

50 Экономика предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / В. Я. Горфинкель, О. В. Антонова, А. И. Базилевич [и др.] ; под ред. В. Я. Горфинкель. - 6-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 663 с.

51 Экономика предприятия : учебник и практикум для бакалавриата и специалитета / А. В. Кольшкин [и др.] ; под редакцией А. В. Кольшкина, С. А. Смирнова. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 498 с.

52 Экономика предприятия. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. – М. : Издательство Юрайт, 2019. - 517 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А



Рисунок А.1 – Товарный знак компании ООО «А-Эл-Джи Софт»

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 - Финансовая отчетность организации ООО «А-Эл-Джи Софт»

в рублях

Бухгалтерский баланс	2018	2017	2016	2015	2014	2013
АКТИВ						
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ						
Нематериальные активы	0	0	0	0	0	0
Результаты исследований и разработок	0	0	0	0	0	0
Нематериальные поисковые активы	0	0	0	0	0	0
Материальные поисковые активы	0	0	0	0	0	0
Основные средства	6 000	8 000	14 000	65 000	518 000	612 000
Доходные вложения в материальные ценности	0	0	0	0	0	0
Финансовые вложения	0	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые активы	0	0	0	0	0	0
Прочие внеоборотные активы	0	0	0	0	0	0
Итого по разделу I	6 000	8 000	14 000	65 000	518 000	612 000
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ						
Запасы	15 492 000	13 894 000	14 257 000	16 113 000	11 959 000	9 318 000
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	0	0	0	0	0	0
Дебиторская задолженность	20 406 000	15 085 000	10 435 000	4 420 000	8 490 000	7 970 000
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	0	0	0	0	0	0
Денежные средства и денежные эквиваленты	25 000	102 000	39 000	701 000	273 000	2 543 000
Прочие оборотные активы	0	0	0	0	0	288 000
Итого по разделу II	35 923 000	29 081 000	24 731 000	21 234 000	20 722 000	20 119 000
БАЛАНС	35 923 000	29 089 000	24 745 000	21 299 000	21 240 000	20 731 000
ПАССИВ						
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ						

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Продолжение таблицы Б.1

в рублях

Бухгалтерский баланс	2018	2017	2016	2015	2014	2013
ПАССИВ						
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ						
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	315 000	315 000	315 000	315 000	315 000	315 000
Собственные акции, выкупленные у акционеров	0	0	0	0	0	0
Переоценка внеоборотных активов	0	0	0	0	0	0
Добавочный капитал (без переоценки)	0	0	0	0	0	0
Резервный капитал	17 402 000	15 892 000	14 711 000	14 472 000	12 366 000	10 523 000
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1 962 000	1 510 000	1 181 000	239 000	2 106 000	1 843 000
Итого по разделу III	19 679 000	17 717 000	16 207 000	15 026 000	14 787 000	12 681 000
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА						
Заемные средства	0	0	0	0	0	0
Отложенные налоговые обязательства	0	0	0	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0	0	0	0
Прочие обязательства	0	0	0	0	0	0
Итого по разделу IV	0	0	0	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА						
Заемные средства	15 980 000	11 180 000	8 300 000	6 100 000	6 100 000	5 170 000
Кредиторская задолженность	270 000	192 000	238 000	173 000	353 000	2 337 000
Доходы будущих периодов	0	0	0	0	0	0
Оценочные обязательства	0	0	0	0	0	0
Прочие обязательства	0	0	0	0	0	543 000
Итого по разделу V	16 250 000	11 372 000	8 538 000	6 273 000	6 453 000	8 050 000
БАЛАНС	35 929 000	29 089 000	24 745 000	21 299 000	21 240 000	20 731 000
Отчет о финансовых результатах						

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Продолжение таблицы Б.1

в рублях

Бухгалтерский баланс	2018	2017	2016	2015	2014	2013
Отчет о финансовых результатах						
Выручка	106 100 000	92 052 000	88 619 000	71 437 000	170 086 000	218 842 000,
Себестоимость продаж	99 139 000	85 988 000	82 939 000	65 176 000	157 640 000	201 648 000
Валовая прибыль (убыток)	6 961 000	6 064 000	5 680 00	6 261 000	12 446 000	17 194 000
Коммерческие расходы	4 474 000	4 532 000	4 901 000	6 000 000	11 037 000	14 538 000
Управленческие расходы	0	0	0	0	0	0
Прибыль (убыток) от продаж	2 487 000	1 532 000	779 000	261 000	1 409 000	2 656 000
Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	0	0	0	0	0	0
Прочие доходы	47 000	522 000	1 211 000	1 459 000	1 539 000	963 000
Прочие расходы	75 000	79 000	136 000	153 000	316 000	1 314 000
Прибыль (убыток) до налогообложения	2 459 000	1 975 000	1 854 000	1 567 000	2 632 000	2 305 000
Текущий налог на прибыль	492 000	395 000	371 000	313 000	526 000	461 000
Постоянные налоговые обязательства (активы)	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых обязательств	0	0	0	0	0	0
Изменение отложенных налоговых активов	0	0	0	0	0	0
Прочее	5 000	70 000	302 000	1 015 000	0	1 000
Чистая прибыль (убыток)	1 962 000	1 510 000	1 181 000	239 000	2 106 000	1 843 000
СПРАВОЧНО						
Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0	0	0	0	0	0
Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	0	0	0	0	0	0

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЯ Б

Продолжение таблицы Б.1

в рублях

	<u>2018</u>	<u>2017</u>	<u>2016</u>	<u>2015</u>	<u>2014</u>	<u>2013</u>
Бухгалтерский баланс						
Совокупный финансовый результат периода	1 962 000	1 510 000	1 181 000	239 000	2 106 000	1 843 000

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Образец анкеты

Уважаемые эксперты! Просим Вас принять участие в опросе и ответить на вопросы анкеты. Внимательно прочтите каждый вопрос и возможные варианты ответов к нему. Выберите ответ, наиболее отвечающий вашему мнению, и укажите его.

Ниже представлена таблица, необходимо оценить четыре основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» по определенным признакам. Вам необходимо проставить оценку по пяти бальной системе:

- «1» - «очень плохо»
- «2» - «плохо»
- «3» - «удовлетворительно»
- «4» - «хорошо»
- «5» - «отлично».

Таблица В.1 - Оценка конкурентоспособности основных поставщиков предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»

Критерии выбора поставщика	Фирмы-поставщики			
	ООО «Asus»	ООО «Sony»	ООО «Samsung»	ООО «Lenovo»
Качество товара				
Цена				
Надежность поставки				
Условия поставки				
Возможность внеплановых поставок				
Финансовое состояние поставщика				

Спасибо за участие!

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Образец анкеты

Уважаемый респондент, просим Вас ответить на вопросы анкеты, Мы дорожим Вашим мнением, и постараемся учесть все Ваши пожелания!

1 Имеется ли у Вас сейчас товары компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

- а) да (пожалуйста, ответьте на следующие вопросы);
- б) нет (спасибо за то, что уделите время).

2 Через какие источники информации Вы узнали о компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

- а) печатные СМИ;
- б) ТВ, радио;
- в) справочная служба;
- г) интернет;
- д) знакомые;
- е) _____ (свой ответ).

3 Часто ли вы приобретаете товары компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

- а) приобретаю товары только этой компании;
- б) по мере необходимости;
- в) в первые;
- г) _____ (свой вариант).

4 Товары, из какой категории Вы чаще всего приобретаете?

- а) ноутбуки и планшеты;
- б) смартфоны и смарт-часы;
- в) телевизоры и медиа;
- г) крупная бытовая техника;
- д) _____ (свой ответ).

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Г

5 Каковы причины покупки?

а) отсутствие;

б) поломка имеющегося;

в) не актуальность технических характеристик данных устройств для повседневных задач;

г) необходимы дополнительные комплектующие.

д) другое _____

6 Оцените ассортимент продукции компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

а) широкий;

б) достаточно широкий;

в) низкий;

г) очень низкий.

7 На какие качества Вы опираетесь при выборе товаров компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

а) цена;

б) качество продукции;

в) производитель;

г) технические характеристики;

д) _____ (свой ответ).

7 Какая ценовая категория для Вас приемлема при покупке товаров компании ООО «А-Эл-Джи Софт»?

а) до 15000 рублей;

б) 15000 – 25000 рублей;

в) 25000 – 35000 рублей;

г) свыше 35000 рублей.

8 Ваш пол?

а) мужской;

б) женский.

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Г

9 Ваш возраст?

- а) младше 25 лет;
- б) 25 – 35 лет;
- в) 35 – 45 лет;
- г) 45 – 55 лет;
- д) свыше 55 лет.

10 Количество человек в семье?

- а) один;
- б) два;
- в) три;
- г) четыре;
- д) _____ (свой вариант).

11 К какому сегменту потребителей Вы относитесь?

- а) студенты;
- б) рабочие и служащие;
- в) руководители;
- г) бизнесмены.

12 Уровень дохода?

- а) меньше 15000 рублей;
- б) 15000 – 25000 рублей;
- в) 25000 – 35000 рублей;
- г) 35000 – 45000 рублей;
- д) свыше 45000 рублей.

Спасибо за участие в опросе.

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Образец анкеты

Здравствуйтесь! Примите, пожалуйста, участие в опросе, посвященном оценке узнаваемости предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт». Заполните, пожалуйста, анкету. Анонимность гарантируем.

1 Какие из перечисленных предприятий Вам известны?

- а) ООО «DNS»;
- б) ООО «А-Эл-Джи Софт»;
- в) ООО «Эльдорадо»;
- г) ООО «М.видео»;
- д) свой ответ _____.

2 В каких предприятиях Вы чаще всего покупаете товары?

- а) ООО «DNS»;
- б) ООО «А-Эл-Джи Софт»;
- в) ООО «Эльдорадо»;
- г) ООО «М.видео»;
- д) свой ответ _____.

3 Рекламы каких предприятий встречаются Вам чаще?

- а) ООО «DNS»;
- б) ООО «А-Эл-Джи Софт»;
- в) ООО «Эльдорадо»;
- г) ООО «М.видео»;
- д) свой ответ _____.

4 Знаете ли Вы предприятие ООО «А-Эл-Джи Софт»?

- а) да (пожалуйста, ответьте на следующие вопросы);
- б) нет (спасибо за то, что уделили время).

5 Пользовались ли Вы услугами или товарами предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт»?

- а) да (пожалуйста, ответьте на следующие вопросы);

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Д

б) нет (спасибо за то, что уделили время).

6 Заполнилась ли Вам эмблема данного предприятия?

а) да;

б) нет.

7 Довольны ли Вы качеством обслуживания персонала в данном предприятии?

а) полностью доволен(-а);

б) скорее доволен(-а), чем нет;

в) полностью не доволен(-а);

г) скорее не доволен(-а), чем доволен(-а);

д) затрудняюсь ответить.

8 Укажите, пожалуйста, какие параметры стали для Вас определяющими при выборе данного предприятия?

а) выбрал(-а) случайным образом;

б) активная реклама в СМИ;

в) рекомендации друзей или знакомых;

г) хорошая репутация предприятия;

д) другое _____.

9 Как Вы считаете, какая репутация у предприятия ООО «А-Эл-Джи Софт» на рынке?

а) положительная;

б) отрицательная;

в) затрудняюсь ответить.

10 Ваш пол?

а) мужской;

б) женский.

11 Ваш возраст?

а) младше 25 лет;

Продолжение ПРИЛОЖЕНИЕ Д

- б) 25 – 35 лет;
- в) 35 – 45 лет;
- г) 45 – 55 лет;
- д) свыше 55 лет.

12 К какому сегменту потребителей Вы относитесь?

- а) студенты;
- б) рабочие и служащие;
- в) руководители;
- г) бизнесмены.

13 Уровень дохода?

- а) меньше 15000 рублей;
- б) 15000 – 25000 рублей;
- в) 25000 – 35000 рублей;
- г) 35000 – 45000 рублей;
- д) свыше 45000 рублей.

Спасибо за участие в опросе.