

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
« ____ » _____ 2020 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Инновации как фактор конкурентоспособности коммерческого предприятия (на примере АО «Техсервис-Благовещенск»)

Исполнитель

студент группы 675 об

(подпись, дата)

Д.В. Забава
(И.О.Ф.)

Руководитель

Доцент. Канд. тех. наук

(подпись, дата)

Е.С. Новопашина
(И.О.Ф.)

Нормоконтроль

(подпись, дата)

Н.Б. Калинина
(И.О.Ф.)

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 _____

УТВЕРЖДАЮ
Зав. кафедрой _____

«_____» _____ 20_____

З А Д А Н И Е

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента: Забава Дмитрия Викторовича

1. Тема выпускной бакалаврской работы Инновации как фактор конкурентоспособности коммерческого предприятия (на примере АО «Техсервис-Благовещенск» (утверждено приказом от 01.06.2020 № 975-уч

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) 25.06.2020

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе теоретические, литературные, статистические источники, бухгалтерские и финансовые отчеты предприятия «Техсервис-Благовещенск, нормативно правовые акты

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов Теоретические аспекты инноваций в коммерческой деятельности как фактор конкурентоспособности предприятия; анализ конкурентоспособности коммерческого предприятия АО «Техсервис»; повышение конкурентоспособности коммерческого предприятия АО «Тех сервис»

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.) 72 с., 24 таблицы, 3 рисунка, 50 источников.

6. Дата выдачи задания 03.02.2020

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта) Новопашина Елена Сергеевна, доцент, канд. тех. Наук

(Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание)

Задание принял к исполнению (дата) 03.02.2020

_____ (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 72 с., 24 таблицы, 3 рисунка, 50 источников

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ИННОВАЦИИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ, КОНКУРЕНЦИЯ, АНАЛИЗ, ПРОГНОЗ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ФАКТОРЫ.

Объектом бакалаврской работы является акционерное общество «Техсервис-Благовещенск». Предметом бакалаврской работы является коммерческая деятельность акционерного общества «Техсервис-Благовещенск» и методы повышения её эффективности.

Цель работы – проанализировать эффективность коммерческой деятельности «Техсервис-Благовещенск», выявить проблемы и внедрить инновационные решения для повышения конкурентоспособности предприятия.

Для осуществления данной цели необходимо выполнить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты и методы повышения конкурентоспособности коммерческой деятельности;
- оценить эффективность коммерческой деятельности акционерного общества «Техсервис-Благовещенск»;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности «Техсервис-Благовещенск»;
- выполнить прогноз экономической эффективности с учётом затрат.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретические аспекты инноваций в коммерческой деятельности как фактор конкурентоспособности предприятия	7
1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности коммерческого предприятия	7
1.2 Инновации в коммерческой деятельности	16
1.3 Взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности в коммерческой деятельности	21
2 Анализ конкурентоспособности коммерческого предприятия АО «Тех-сервис - Благовещенск»	28
2.1 Организационно-экономическая характеристика АО «Тех-сервис-Благовещенск»	28
2.2 Анализ экономического состояния предприятия	34
2.3 Оценка конкурентоспособности АО «Техсервис»	41
3 Повышение конкурентоспособности коммерческого предприятия АО «Техсервис - Благовещенск»	53
3.1 Внедрение инноваций в коммерческую деятельность предприятия	53
3.2 Затраты предприятия на внедрение инноваций	60
3.3 Оценка эффективности внедрения инноваций в коммерческую деятельность	62
Заключение	65
Библиографический список	67

ВВЕДЕНИЕ

В основе роста экономической деятельности предприятий находится повышение эффективности работы организации. Важным показателем, показывающим уровень эффективности работы организации в современной рыночной экономике, является показатель конкурентоспособности.

Рыночная экономика в Российской Федерации набирает всё большую силу. Вместе с ней набирает силу и конкуренция, как основной механизм регулирования хозяйственного процесса.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйственного субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. В связи с этим, актуальность темы данной курсовой работы очевидна: для того, чтобы обеспечивать выживаемость предприятия в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

В течение многих десятков лет в нашей стране, в условиях высокой монополизации производителей, регулятором производства продукции являлся не реальный спрос, а - производство и административно-командный механизм распределения, которые регулировали потребление, формировали потребности и выпуск показателей.

В этих условиях проблема конкурентоспособности предприятия и продукции, у производителей практически не вставала, а если и возникала, то решалась лишь в отношении той продукции, которая подлежала реализации на внешнем рынке.

По мере развития современной рыночной экономики данная проблема в России усугубилась, для ее решения необходим поиск от всех участников рынка путей и методов роста конкурентоспособности изготавливаемых и используемых товаров. Поэтому из-за этого в нынешней экономике важным

направлением в стратегическом планировании предприятий является увеличение показателя конкурентоспособности для максимизации прибыли.

При этом, несомненно, фактором превосходства бизнеса являются инновации, применяемые в деятельности компаний.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности торгового предприятия на основе коммерческих инноваций.

Задачами бакалаврской работы являются:

- изучение теоретических аспектов конкурентоспособности торгового предприятия и коммерческих инноваций;

- анализ экономических показателей хозяйственной деятельности АО «Техсервис-Благовещенск»;

- анализ конкурентоспособности;

- разработка предложений по внедрению инноваций в коммерческую деятельность;

- оценка эффективности внедрения инноваций в деятельность коммерческого предприятия и их влияния на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

Объектом исследования является коммерческая деятельность АО «Техсервис-Благовещенск».

Предметом исследования является процесс повышения конкурентоспособности торгового предприятия за счет использования коммерческих инноваций.

Информационной базой послужили: учебники, учебные пособия по конкурентоспособности и экономике, журналы, ресурсы сети интернет, финансовые бухгалтерские годовые отчеты.

Методом исследования выступил эмпирический метод, в его процессе производилось наблюдение, сравнение предприятия с представленными в данной отрасли предприятиями интервьюирование, опрашивались покупатели, работники и руководство предприятия.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИННОВАЦИЙ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности коммерческого предприятия

Конкурентоспособность предприятия - Характеристика предприятия суть которой отражает различия рассматриваемой фирмы, от конкурентов данной отрасли. По таким характеристикам как: степень удовлетворения своими товарами, желания людей и качество производственной деятельности.

Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции

Но для начала необходимо разобраться, что такое конкурентоспособность?

Слово состоит из двух слов. Конкуренция и способность.

В книге под авторством Мазилкиной Елены Ивановны и Паничкиной Галины Георгиевны есть следующее определение «термин «конкуренция» происходит от немецкого слова «konkurrenz». В свою очередь данное определение восходит к латыни, в которой с помощью слов «concurro/concurrencia» обозначали различные явления (с одной стороны слияние и взаимопроникновение, с другой стороны—столкновение).¹ Эти латинские слова отражали процессы взаимодействия и применялись для обозначения процессов. Конкуренция является ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений.» Это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке и потребителями по поводу формирования цен и объема спроса на рынке. Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление пре-

¹Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью. М. 2013. С. 13.

взойти других. В экономической сфере конкуренция проявляется в соперничестве за заключение сделок и долей участия в рыночной сфере. Конкурентная борьба представляет собой динамический (ускоряющий движение) процесс, который служит лучшему обеспечению рынка товарами."

Конкурентоспособность предприятия – это показатель, характеризующий более эффективную экономическую деятельность по сравнению с конкурентами.

Конкурентоспособность не главное качество фирмы, это значит, что конкурентоспособность не может быть оценена локально, единично. Конкурентоспособность можно оценить только, сравнивая предприятия между собой.

Одним из основных факторов, обеспечивающих конкурентоспособность предприятия (фирмы) является конкурентоспособность производимой продукции или реализуемого товара.

Конкурентоспособность товара — это:

-обобщенная сумма характеристик проданного товара, утоляющего какую-либо потребность покупателя в данный промежуток времени в рыночной экономике;

- Возможность товара являться желанным для покупателя в сравнении с прочими товарами похожего вида и предназначения из-за лучшего как качества, так и ценовых свойств;

- Общая характеристика продукции, показывающая его выгодные отличия от товаров, представленных у конкурентов по качеству удовлетворения потребности и трате на ее реализацию. Такая степень как экономических, так и технических свойств которая позволяет конкурировать с другими товарами, представленными на рынке;

- Такая характеристика продукции которая содержит общую оценку всех показателей в сравнении с установленными характеристиками и нуждами которые ожидают получить от этого товара покупатели т.е. рынок;

-проявление качества продукции в условиях рыночных отношений, определяемое способностью продукции быть проданной на конкретном рынке, в максимально возможном объеме и без убытков для изготовителя;

Качество продукции в условиях современной рыночной экономики, которое определяется возможностью продукции быть реализованной на рынке в большом объеме и без потерь для производителя;

-оцененное потребителем свойство объекта превосходить в определенный момент времени без ущерба производителю по качественным и ценовым характеристикам аналогов в конкретном сегменте рынка.²

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что «конкурентоспособность» изменяемая категория. В таком случае необходимо выяснить, что влияет на ее изменение.

Конкурентоспособность предприятия складывается из следующих факторов:

-ресурсного – затраты ресурсов на единицу готовой продукции. Предприятие само способно контролировать повышение производительности труда, капиталоотдачи, общей эффективности производства, а, следовательно, и ресурсного фактора роста конкурентоспособности;

-ценового – уровень и динамика цен на все используемые ресурсы и готовую продукцию. Данный фактор является менее контролируемым со стороны предприятия, поскольку уровень цен в стране во многом зависит от экономической политики государства;

- «фактора среды» – в данный фактор, по мнению автора, входят такие составляющие, как: экономическая и политическая обстановка в стране и степень воздействия государства на рыночного контрагента.³

Исходя из данной классификации факторов конкурентоспособности, можно сделать вывод об их многообразии, которое делает весьма затруднительным осуществление контроля этих факторов и управления ими. Пред-

²Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью. М. 2013. С. 25.

³Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью. М. 2013. С. 29.

приятие не может контролировать все факторы конкурентоспособности, и поэтому активное вмешательство государства в экономические процессы в качестве действующего гаранта прав и обязанностей, хозяйствующих субъектов приобретает все большее значение.

И деятельность любого коммерческого предприятия влияют факторы, которые появляются при решении какой-либо задачи и факторы, которые возникают при работе предприятия с окружающей его средой. Все эти факторы конкурентоспособности делятся на внутренние и внешние

Внутренние факторы – объективные критерии, которые определяют возможности предприятия по обеспечению собственной конкурентоспособности. К внутренним факторам можно отнести:

- потенциал маркетинговых служб;
- научно-технический потенциал;
- производственно-технологический потенциал;
- финансово-экономический потенциал;
- кадровый потенциал (структуру, профессионально-квалифицированный состав);
- эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- уровень материально-технического обеспечения;
- условия хранения, транспортировки, упаковки продукции;
- уровень осуществляемых погрузочно-разгрузочных работ и транспортных услуг в соответствии с требованиями;
- подготовку и разработку производственных процессов, выбор оптимальной технологии производства;
- эффективность производственного контроля, испытаний, обследований;
- уровень технического обслуживания в пост производственный период;
- уровень сервисного и гарантийного обслуживания.

Внешние факторы – социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна.

Под внешними факторами следует понимать:

-меры государственного воздействия: экономического характера (амортизационную, налоговую, финансово-кредитную политику, инвестиционную политику, участие в международном разделении труда); административного характера (разработку, совершенствование и реализацию законодательных актов, демонополизацию экономики, государственную систему стандартизации и сертификации, правовую защиту интересов потребителей);

-основные характеристики самого рынка деятельности данного предприятия (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);

-деятельность общественных и негосударственных институтов;

-деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.⁴

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность предприятия представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самого предприятия (внутренних факторов), а с другой стороны – внешних по отношению к нему факторов.

Существуют разные способы оценки конкурентоспособности товаров и предприятия.

Разные методы позволяют по-разному оценить конкурентоспособность, поэтому необходимо изучить существующие подходы для более полного понимания данного вопроса. В рамках выполнения выпускной работы были рассмотрены некоторые из них, представленные в таблице 1.

⁴Кондрашов, В. М. Управление продажами. М. 2017. С. 56.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика методов оценки конкурентоспособности предприятия

Название метода	Сущность метода преимущества и недостатки	Источник информации
1	2	3
Индексный метод	<p>Заключается в том, что выбирается объект исследования, приводится описание его прямого назначения. Из числа выбранных продуктов-конкурентов выбирается базовый объект, с которым будут сравниваться все другие товары. Считается, что его коэффициент конкурентоспособности равен 1. Те продукты, у которых коэффициент конкурентоспособности превысит 1, будут считаться более конкурентоспособными, чем базовый. Приводится описание заказчика исследования и формулировка цели исследования. Выбираются продукты– конкуренты</p> <p>недостатки: Данным методом рассчитывается конкурентоспособность одного объекта относительно другого, а не уровень конкурентоспособности объекта вообще</p> <p>достоинства: простота применения</p>	Кузнецов, Б. Т. Математические методы финансового анализа ⁵
Метод радара	<p>Порядок реализации метода. Выбирается объект исследования, приводится описание его прямого назначения. Описание заказчика исследования и формулировка цели исследования. Выбираются продукты– конкуренты. Выбирается система признаков, характеристик, свойств или показателей, характеризующих объект исследования и сравниваемых между собой.</p> <p>Качественные признаки могут оцениваться в баллах в соответствии с заданной шкалой. В ряде случаев используется словесная формулировка, заменяющая бальную оценку (хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно). Логические признаки, в зависимости от ситуации и особенностей рассматриваемого товара, могут принимать либо 2-3 ... (да, нет и т.п.), либо –да, нет, возможно.⁵ По выбранным параметрам составляются вектора признаков</p> <p>Недостатки: субъективность при выставлении</p>	Теория и практика оценки конкурентоспособности. Чмышенко Е.В ⁶

⁵Кузнецов, Б. Т. Математические методы финансового анализа. М. 2018. С. 54

⁶Чмышенко, Е.В Теория и практика оценки конкурентоспособности. Оренбург. 2019. С. 47.

1	2	3
	<p>баллов, как следствие не всегда точные результаты</p> <p>Достоинства: легкость применения, понятность полученных результатов, легкость их интерпретации</p>	
Динамический метод	<p>Динамический метод основывается на гипотезе о том, что главным средством получения прибыли в условиях рыночной экономики, выступает осуществление продукции и заложенной в ней прибавочной стоимости. При этом изготовление и реализация продукции осуществляется с помощью использования ограниченных экономических ресурсов. Поэтому, получение прибыли в условиях рыночной экономики опосредуется с помощью правильностью использования экономических ресурсов, т. е. соответствие полученного результата и расходов, которые осуществляются для его достижения. Следовательно, смысл рыночной конкуренции состоит в борьбе за получение наибольшей прибыли путем максимально эффективного использования экономических ресурсов.</p> <p>Недостатки: в случае недостоверности информации и результатах экономической деятельности конкурентов, результаты становятся ошибочными.</p> <p>Достоинства Достоинством данного метода является максимальная достоверность получаемых результатов, поскольку оценка конкурентоспособности «осуществляется по конечным критериям конкурентоспособности – прибыльности и доле организации на рынке</p>	Методология оценки конкурентоспособности потребительских товаров. Крайнова О.С. ⁷
SWOT анализ	<p>Это анализ сильных и слабых сторон организации, а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды. «S» и «W» относятся к состоянию компании, а «O» и «T» к внешнему окружению организации.⁸</p> <p>Недостатки: данный метод представляет собой</p>	Конкурентоспособность организации ⁹

⁷Крайнова, О. С. Методология оценки конкурентоспособности потребительских товаров. Саратов. 2017. С. 130.

⁸Головачев, А. С. Конкурентоспособность организации. Минск. 2018. С. 78.

⁹Менх, Л. В. Организация и управление предприятием. Казань. 2014. С. 75.

1	2	3
	лишь один из способов систематизировать уже существующие знания, если эти знания неверны или их слишком мало, то и результаты анализу будут иметь небольшую ценность.	
4P	<p>Суть данной концепции заключается в сопоставлении собственных показателей предприятия, но четырьмя названными направлениями с аналогичными показателями конкурентов. product — продукт, price — цена, channels — каналы сбыта, promotion — продвижение на рынке. Поскольку целью такого рода сопоставления является разработка рыночной стратегии предприятия, то в качестве конкурентной среды следует выбрать наиболее сильных конкурентов</p> <p>Недостатки: субъективность оценок, Данная методика оценки конкурентоспособности предприятия не дает интегрального показателя конкурентоспособности и, как следствие — затруднительно произвести сравнение конкурентных преимуществ предприятий-конкурентов</p> <p>Достоинства: очень простой метод для реализации, подойдет для предварительной оценки, возможно установления ближайших конкурентов.</p>	Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций) ¹⁰
PEST анализ	<p>Это очень простой и удобный метод для анализа макросреды (внешней среды) предприятия. Методика PEST анализа часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций отрасли, а результаты PEST анализа можно использовать для определения списка угроз и возможностей при составлении SWOT анализа компании. PEST анализ является инструментом долгосрочного стратегического планирования и составляется на 3-5 лет вперед, с ежегодным обновлением данных. PEST анализ является аббревиатурой следующих показателей отрасли: политические (P),</p>	Коммерческая деятельность Синяев.И.М ¹¹

¹⁰Царев, В. В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). М. 2015. С. 93.

¹¹Синяева, И. М. Коммерческая деятельность. М. 2018. С. 74.

1	2	3
	<p>экономические (E), социально — культурные (S) и технологические (T).</p> <p>Недостатки: отсутствие интегрального значения.</p> <p>Достоинства: легкость применения.</p>	
Матрица БКГ	<p>Вслед за Бостонской консалтинговой группой компания Мак-Кинзи разработала свою матрицу, которая называется GE. Ось X характеризуется силой позиции предприятия в отрасли, для этого определяется доля рынка, относительное состояние удельных затрат, достаточный уровень технологических инноваций. Ось Y отражает привлекательность отрасли, где определяется острота конкуренции, величина барьеров на пути к входу и выходу из отрасли и другие факторы. Количественная оценка привлекательности отрасли и конкурентной позиции каждого обособленного подразделения компании служит основой для отнесения их к одной из девяти ячеек матрицы, при этом площадь кругов пропорциональна размеру отрасли, а числа в них отражают долю каждого предприятия.</p> <p>Недостатки: отсутствие интегрального показателя.</p> <p>Достоинства: легкость применения и наглядные результаты, в виде графической модели.</p>	Коммерческая деятельность Синяев.И.М ¹²

Проанализировав таблицу 1, становится ясно, что методов оценки большое количество. Но для более точной оценки нужно применять методы, где результат будет выражен интегральным показателем, конкретным числом, показывающим эффективность предприятия. Динамический метод прекрасно подходит для поставленных задач.

¹²Синяева, И.М. Коммерческая деятельность. М. 2018. С. 79.

1.2 Инновации в коммерческой деятельности

Коммерческая инновация — это комплексный процесс создания, распространения и использования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия. Инновация — это не просто изменение в производстве, а это изменение успешно включенное и приносящее дополнительную прибыль из-за грамотного научного исследования или инновационного открытия, заметно отличающейся от предыдущего варианта.

К основным признакам коммерческих инноваций относят следующие:

-любая инновация рассматривается как сложный процесс, связанный с изменениями как научно-технического, так и экономического, социального и структурного характера;

-в инновации акцент делается на быстром внедрении новшества в практическое использование;

-инновации должны обеспечивать экономический, социальный, технический, экологический эффект.¹³

Коммерческие инновации — это деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок для расширения и обновления номенклатуры, улучшения качества выпускаемой продукции, совершенствования технологии их изготовления с последующим внедрением и эффективной реализацией на внутреннем и зарубежном рынках.

Инновационные процессы пронизывают всю научно-техническую, производственную, маркетинговую деятельность производителей и ориентированы на удовлетворение потребностей рынка. Важнейшим условием успеха инновации является наличие новатора-энтузиаста, захваченного новой идеей и готового приложить максимум усилий, чтобы воплотить ее в жизнь; лидера-предпринимателя, который нашел инвестиции, организовал производство, продвинул новый товар на рынок, взял на себя основной риск и реализовал свой коммерческий интерес.

¹³Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность. Казань. 2019. С. 75.

Инновационная деятельность предприятия направлена на повышение конкурентоспособности выпускаемой продукции (услуг).

Для более глубокого понимания сущности инноваций в коммерческой деятельности были рассмотрены существующие подходы к ее классификации.

Наиболее полную классификацию инноваций разработал известный российский ученый А.И. Пригожин на основе следующих признаков:

- распространенность;
- место в производственном процессе;
- преемственность;
- ожидаемый охват доли рынка;
- степень новизны и инновационный потенциал.

Внутри каждой из пяти групп он предложил следующее подразделение

Виды инноваций по распространенности:

- единичные;
- диффузные.

Виды инноваций по месту в производственном цикле:

- сырьевые;
- обеспечивающие (связывающие);
- продуктовые.

Виды инноваций по преемственности:

- замещающие;
- отменяющие;
- возвратные;
- открывающие;
- ретро введения.

Виды инноваций по ожидаемому охвату доли рынка:

- локальные;
- системные;
- стратегические;

По степени новизны и инновационному потенциалу, выделяют инновации:

- радикальные;
- комбинаторные;
- совершенствующие.

По степени новизны для рынка инновации делятся также на:

- новые для отрасли в мире;
- новые для отрасли в стране;
- новые для данного предприятия (группы предприятий)¹⁴

Так же Пригожин делит по направлениям воздействия на процесс производства инновации могут быть расширяющими (нацелены на глубокое проникновение в различные отрасли и рынки имеющихся базисных инноваций), рационализирующими (по сути, близки к видоизменениям) и заменяющими (предназначены для замены старых продуктов или технологий новыми, основанными на выполнении той же функции).

Классификация инноваций по глубине вносимых изменений позволяет последовательно проследить переходы от инноваций более низкого уровня к более высокому:

- регенерирование первоначальных свойств системы, сохранение и обновление ее существующих функций;
- изменение количественных свойств системы, перегруппировка составных частей системы с целью улучшения ее функционирования;
- адаптивные изменения элементов производственной системы с целью приспособления друг к другу;
- новый вариант - простейшее качественное изменение, выходящее за рамки простых адаптивных изменений;
- новое поколение - меняются все или большинство свойств системы, но базовая концепция сохраняется;
- новый вид - качественное изменение первоначальных свойств системы, первоначальной концепции без изменения функционального принципа;

¹⁴Пригожин, А.И. Методы развития организаций. М. 2017. С. 47.

- новый род - высшее изменение в функциональных свойствах системы, которое меняет ее функциональный принцип;

- радикальные (базовые);
- улучшающие;
- модификационные (частные).

По масштабам распространения могут быть выделены:

- отраслевые инновации, ставшие основой для новой отрасли;
- глобальные инновации, которые находят применение во всех отраслях.

По характеру удовлетворяемых потребностей инновации могут быть ориентированы на существующие потребности или могут создавать новые.

По степени новизны инновации могут быть основаны на новых открытиях или быть созданными на основе нового способа, примененного к открытым явлениям.

Также, по типу новизны для рынка инновации делятся на:

- новые для отрасли в мире;
- новые для отрасли в стране;
- новые для данного предприятия (группы предприятий).

Таким образом, в результате систематизации изученной информации была составлена таблица 2, в которой обобщены подходы к классификации коммерческих инноваций

Таблица 2 – Подходы к классификации коммерческих инноваций

Признак	Наименование
1	2
По типу новшеств	материально-технические социальные экономические организационно-управленческие правовые педагогические
По масштабам распространения	локальные инновации отраслевые инновации глобальные инновации

1	2
Виды инноваций по распространенности	единичные диффузионные
По инновационному потенциалу	радикальные комбинированные модифицирующие
Виды инноваций по месту в производственном цикле:	сырьевые; обеспечивающие (связывающие); продуктовые
По направлениям эффективности	улучшают производство улучшают управление улучшают условия труда улучшают качество продукции
По характеру общественных целей	экономические, ориентированные на прибыль социальные специальные (направленные на какую-то конкретную сферу)
С точки зрения сфер деятельности	технологические производственные торговые социальные
С точки зрения назначения	спроса (для потребителя) для промышленного использования для использования в оборонном комплексе
Виды инноваций по преимущества	замещающие; отменяющие; возвратные; открывающие; ретро введения
По глубине вносимых изменений	регенерирование изменение количественных свойств адаптивные новое поколение новый вид ¹⁵

¹⁵Горохова, А.Е различные подходы к классификации инноваций журнал. 2017. № 23. С. 16

1.3 Взаимосвязь инноваций и конкурентоспособности в коммерческой деятельности

Как показывает мировой опыт, устойчивое развитие предприятия во многом определяется его возможностью к внедрению инноваций. Именно способность своевременно внедрять инновации позволяет предприятию эффективно функционировать и выпускать конкурентоспособную продукцию.

Модернизация экономики России, развитие и укрепление ее позиций на мировом рынке, повышение конкурентоспособности отечественных предприятий невозможны без активизации инновационной деятельности и формирования конкурентных преимуществ, которые должны охватывать все стадии производства, начиная с проектирования и заканчивая реализацией продукции.

Однако на практике далеко не все российские предприятия используют инновации в своей деятельности, а также не готовы к ним или не способны к их внедрению. Именно поэтому вопрос о инновационном развитии российских предприятий, а также повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции и предприятия в целом в настоящее время является достаточно актуальным.

Вопросам взаимосвязи инновационной деятельности и конкурентоспособности посвящено достаточно много научных работ и публикаций, среди наиболее фундаментальных можно отметить работы Баширова Э. К., Портера М. Е., Сергеевой С. А., Терешинной Н. П., Подсорина В. А., Чурсина А. А., Соловьева В. П. и др. Как показывает практика между конкурентоспособностью и инновациями существует прямая взаимосвязь. Предприятия внедряющие инновации имеют возможность не только реализовывать продукцию, пользующуюся спросом, но и снижать издержки за счет современных технологий. При прочих равных условиях, предприятие первым внедрившее инновационные разработки будет обладать большими преимуществами по сравнению с конкурентами как перед потенциальными потребителями, та и перед инвесторами.

При выборе определенных инноваций предприятия отдают предпочтение тем, которые приемлемы для их производственного процесса, а также являются нестандартными, креативными и в силу этой уникальности обеспечивают высокий экономический эффект от внедрения. Необходимо отметить, что не все инновации касаются именно производственного процесса, некоторые из них изначально представляют конкурентные преимущества, дают возможность занять определенную рыночную нишу или захватить сегмент потребителей, которые ранее были не доступны ни рассматриваемому предприятию, ни их конкурентам.

В том случае если конкуренты не способны своевременно отреагировать, то это обеспечить предприятию гарантированный успех и выведет его на новый уровень, обеспечив высокую конкурентоспособность. Мировой рынок знает множество примеров, когда инновации положительно отразились на положении предприятия среди потенциальных конкурентов.

Так, например, японские компании в области машиностроения одними из первых разработали малолитражные автомобили, сделав упор на то, что они очень маневренные и экономичные. Именно поэтому можно сделать вывод о том, что для того, чтобы инновация обеспечивала ожидаемый эффект, необходимо внедрять ее стратегически правильно, только в этом случае она положительно отразится на повышении конкурентоспособности предприятия.

Схема влияния инноваций на конкурентоспособность предприятия представлена на рисунке 1.

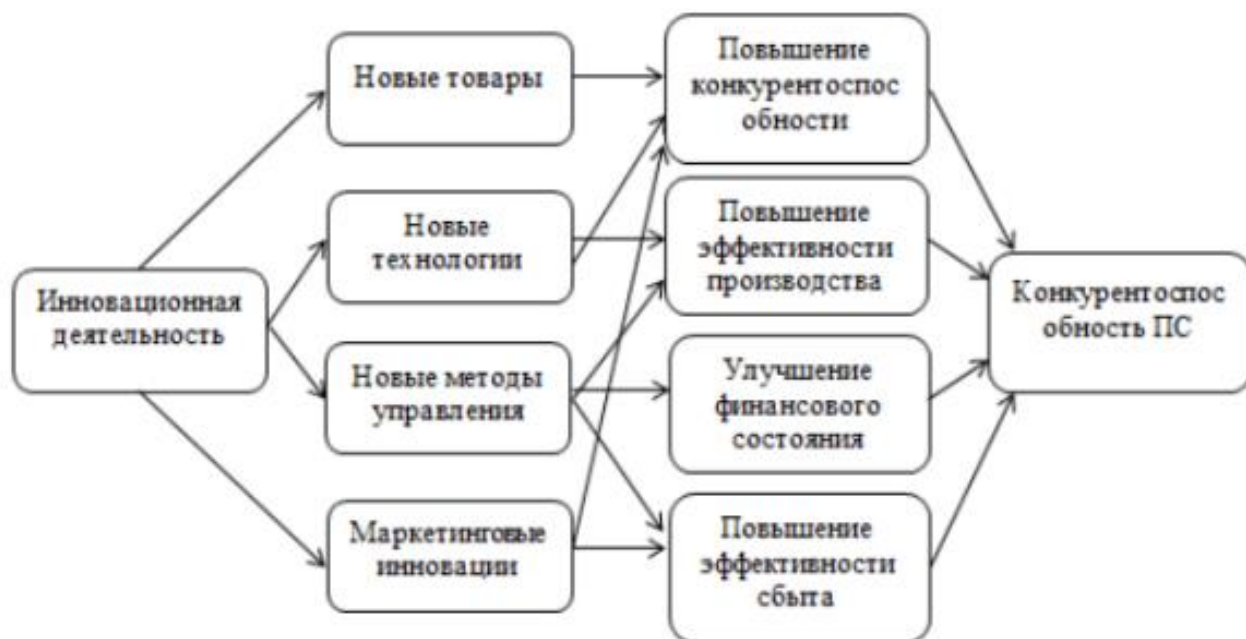


Рисунок 1 - Взаимосвязь инновационной деятельности и конкурентоспособности предпринимательской структуры

Анализ связей, представленных на схеме, позволяет сделать вывод о том, что между инновациями и конкурентоспособностью существует прямая зависимость.

При внедрении чего-либо в деятельность, довольно важным является мониторинг результатов проведенной работы. Внедрение инноваций не исключение. Ведь при внедрении инноваций, конкурентоспособность предприятия на рынке может кардинально измениться. Несмотря на активное исследование иностранных и отечественных ученых, в настоящее время отсутствует единое и авторитетное понимание, критерии и методики оценивания в данной области.

Но стоит обратить внимание на достижения ученых, для большего понимания. Характеристика методик оценки конкурентоспособности с учетом инновационной деятельности приведены в таблице 3.

Таблица 3 - Методики оценки конкурентоспособности с учетом инновационной деятельности

Автор методики, источник информации	Суть методики	Недостатки
Методика института промышленных исследований США. Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 8, Науковедение: Реферативный журнал	Оценка текущего состояния инновационного развития предприятия	Отсутствие оценки инновационного потенциала предприятия. Акцент исключительно на затратную сторону инновационной деятельности.
Методика Д.Ю Хомутинского, Экономический анализ: теория и практика журнал	Оценка эффективности управления идеями в организации позволяет оценить влияние инноваций на рыночную стоимость компании	Недооценено влияние затрат на исследовательскую деятельность, сложно оценить динамику инновационного развития
Методика А.А Трифиловой, оценка эффективности инновационного развития. Книга А.А.Трифилова	Оценивает финансовые возможности компании к инновационному развитию, позволяет выбрать инновационную стратегию: лидер или последователь	Сложно оценить количество выдвинутых и реализованных идей
Методика М.С Абибулаева, Модели и методы организационного управления инновационным развитием фирмы	Сравнение индекса инновационного развития со среднеотраслевыми позволит руководству компании определить ее место среди предприятий отрасли в контексте инновационного развития, оценить конкурентные преимущества, разработать стратегию освоения рынка	Используется метод экспертных оценок, вследствие чего индекс имеет субъективный характер

Инновации — это прямой путь к конкурентоспособности, так как «последствиями» внедрения инноваций могут быть не только положительный

эффект для финансовых результатов деятельности предприятия — это снижение издержек, рост прибыли, но и внешние эффекты — повышение лояльности клиентов, улучшение имиджа, рост инвестиций, выход на новые рынки и т. д.

Эффект от внедрения инноваций может быть разнообразным. Стоит рассмотреть различные его виды. В таблице 4 представлен виды эффектов от внедрения инноваций.

Таблица 4 – Виды эффектов от внедрения инноваций

Вид эффекта	Показатели
Экономический	Показатели определяются в стоимостном выражении для всех видов результатов и затрат, полученных в результате инновационной деятельности
Научно-технический	Показатели определяются исходя из новизны, простоты применимости, критериев полезности, компактности
Коммерческий (финансовый, финансово-экономический)	Рассчитываются финансовые показатели
Ресурсный	Показатели определяются исходя из влияния инновационных продуктов на объемы производства и (или) потребления соответствующих ресурсов
Социальный	Показатели определяются исходя из социальных результатов инновационной деятельности
Экологический	Учитывается влияние результатов инновационной деятельности на экологию и окружающую среду ¹⁶

Таким образом, выживаемости субъектов рынка в конкурентной борьбе способствует инновационная деятельность. Конкуренция и инновации диалектически взаимосвязаны и дополняют друг друга, так как, во-первых, конкуренция — главный фактор восприимчивости субъекта рынка к техническим новинкам; во-вторых, конкуренция вынуждает предпринимателя постоянно искать и находить новые виды продуктов и услуг, которые нужны по-

¹⁶ Секерин, В.Д. Виды эффекта от реализации инноваций. 2017. № 1. С. 14

требителям и могут удовлетворить их потребности; в-третьих, конкуренция способствует тому, что предприниматели стараются освоить продукцию высокого качества по ценам рынка с целью удержания потребителей; в-четвёртых, конкуренция стимулирует использование наиболее эффективных способов производства; в-пятых, конкуренция вынуждает предпринимателей оперативно реагировать на желания потребителей; в-шестых, конкуренция обеспечивает высокий доход тому, кто упорно и производительно трудится.

Повышенный интерес к инновациям в настоящее время объясняется просто — именно инновация способна оказать значительный эффект в процессе конкурентной борьбы. Эффект от большинства инновационных проектов в разы превышает эффект, который можно достичь посредством внедрения каких-либо других мероприятий по оптимизации деятельности. На практике предприятие, внедрившее инновации, развивается большими темпами по сравнению с конкурентами, при этом долгое время может не терять лидирующих позиций.

Эффект, полученный от внедрения инноваций, повышает эффективность деятельности предприятия и существенно упрочняет ее конкурентные преимущества на внутреннем и мировом рынках. В настоящее время именно инновационная деятельность является решающим фактором в конкурентной борьбе, обеспечивающим условия для устойчивого долгосрочного развития.

Таким образом, можно сделать вывод, что конкурентоспособность связана с инновациями. Для успешного улучшения коммерческой деятельности необходимо внедрять новое и улучшать старое. Узнав, что же такое конкурентоспособность и инновации, как они взаимосвязаны можно приступить к непосредственной оценке. В ходе оценки, будут рассмотрены такие показатели как:

- выручка;
- прибыль;
- рентабельность.

Так же рассмотрены факторы конкурентоспособности:

- качество товара;
- широта ассортимента;
- уровень цен;
- регионы сбыта;
- каналы рекламы и другие.

Таким образом подводя итог, можно сказать, что конкурентоспособность один из важнейших показателей деятельности коммерческого предприятия. необходимость улучшения данного показателя понятна и неоспорима. Возникает вопрос, как улучшить конкурентоспособность. Это можно сделать с помощью внедрения инновационных разработок в деятельность предприятия. Ведь как было установлено, инновации напрямую влияют на изменение конкурентоспособности. Именно это способно сместить чашу весов в свою пользу.

2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ТЕХСЕРВИС-БЛАГОВЕЩЕНСК»

2.1 Организационно-экономическая характеристика АО «Техсервис-Благовещенск»

«Техсервис» - это холдинг, включающий в себя Группу компаний «Техсервис», специализирующейся на поставках тяжелой техники, запчастей, материалов и комплектующих. География компании «Техсервис» восточносибирского дивизиона включает в себя 6 представительств в городах: Благовещенск, Иркутск, Нерюнгри, Улан-Удэ, Чита, Якутск.

Наличие сервисных центров позволяет компании не только продавать продукцию, но и обеспечивать полным сервисным сопровождением. Каждый из 6 сервисных центров имеет авторизованный статус. Это дает возможность готовить продукцию к продаже и выполнить ремонт и обслуживание технических групп товаров на основе требований производителя. 18 - летний опыт работы сервисной службы позволяет выполнять обслуживание и ремонт техники и широкого перечня специальных товаров.

С 2003 года сервисная служба имеет в своем составе мобильную группу механиков, которые увеличивают возможности по обслуживанию непосредственно на месте эксплуатации продукции.

Компания имеет более 100 дилеров. Такое число партнеров значительно расширяет возможности компании в реализации продукции и географии присутствия в регионах России.

Сегодня компания «Техсервис» имеет крепкие деловые отношения с крупными производителями в составе порядка 68 заводов и торговых домов России, Китая, Кореи, Японии, Италии, Германии.

Благодаря партнерским связям, компания имеет весомую поддержку в поставках, продвижении лучшей продукции и сервисной поддержке на российском рынке

Компания АО «Техсервис-Благовещенск» входит в состав холдинга «Техсервис».

Организационно-правовой формой предприятия «Техсервис-Благовещенск» является акционерное общество. Согласно данным ЕГРЮЛ учредителями организации являются 1 российское юридическое лицо и 6 физических лиц.

Зарегистрировано 5 октября 2005 года, с уставным капиталом в 10 000 рублей.

Находится по адресу г. Благовещенск, ул. Пограничная 80.

Управляющим является Попович Евгений Владимирович.

Среднесписочная численность работников 31 человек.

Отзывы о работе предприятия очень важны. Как положительные, так и отрицательные. Если положительные помогут в дальнейшем расширять круг покупателей, то отрицательные дадут возможность исправить ошибки в коммерческой деятельности предприятия, дадут взгляд со стороны на процесс продажи и обслуживания. Отзывы необходимо размещать в прямой доступности для потенциальных покупателей, что бы всегда была возможность ознакомиться с ними. Среди представленных предприятий отзывы о своей работе собирает и публикует на своем сайте только АО Техсервис – Благовещенск. Благодарят не только компанию в целом но и некоторых сотрудников в частности, людей, которые непосредственно связаны с заключением контрактов и поставкой техники.

Виды деятельности компании в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОК-029-2014 КДЕС Ред. 2) (далее ОКВЭД 2) представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Виды деятельности компании АО «Техсервис- Благовещенск» в соответствии с ОКВЭД 2

Код вида деятельности в соответствии с ОКВЭД 2	Наименование вида деятельности
Основной вид деятельности	
46.9	Торговля оптовая неспециализированная
Дополнительные виды деятельности	
28.92	Производство машин и оборудования для добычи полезных ископаемых и строительства
45.2	Техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств
45.3	Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями
46.4	Торговля оптовая непродовольственными потребительскими товарами

АО «Техсервис-Благовещенск» входит в состав большого холдинга.

В современных условиях многие российские компании, вынужденные адаптироваться к постоянно изменяющимся внешним условиям и жесткой конкурентной борьбе идут по пути создания различных объединений, в частности, в форме холдинга.

Отсутствие четкого законодательного толкования понятий холдинг и холдинговая компания обуславливает различные подходы не только к определению, но и к организации деятельности холдинговых компаний. Один из подходов предполагает, что холдинг представляет собой совокупность взаимосвязанных участников (хозяйствующих субъектов), осуществляющих совместную деятельность.

Холдинг «Техсервис» представляет собой горизонтальную структуру, объединяющую действующие в одной сфере бизнеса территориально распределенные компании. Главной целью такого объединения является единая система поставщиков и много дочерних обществ, выполняющих функции сбыта. Холдинг проводит единую политику в отношении конкретного вида реализуемых товаров. При этом централизация управления играет важную роль

в выработке общей политики. Головным предприятием холдинга является ООО «Техсервис-Хабаровск». Схема построения холдинга – на основе юридически самостоятельных, функционально замкнутых хозяйственных обществ.¹⁷

В работе рассмотрены связи объекта исследования с другими фирмами, входящими в состав холдинга. По открытой информации, размещенной на сайте Rusprofile.ru, составлена таблица связей фирмы (таблица 6).

Таблица 6 - Связи АО «Техсервис-Благовещенск» с предприятиями холдинга

Название предприятия	Место расположения	Вид связи	Основной вид деятельности
1	2	3	4
ООО "Техсервис-Хабаровск"	г. Хабаровск	По учредителям	45.19 Торговля прочими автотранспортными средствами
ООО "Техсервис-Владивосток"	г. Владивосток	По учредителям	46.63 Торговля оптовая машинами и оборудованием для добычи полезных ископаемых и строительства
ЗАО "КЦ "Бизнес-Гарант"	г. Хабаровск	По учредителям	69 Деятельность в области права и бухгалтерского учета
ООО "Техсервис-См"	г. Санкт-Петербург	По учредителям	45.19 Торговля прочими автотранспортными средствами
ООО "Тспб"	г. Хабаровск	По учредителю	45.11 Торговля легковыми автомобилями и грузовыми автомобилями малой грузоподъемности
АО "Интергрупп-Благовещенск"	г. Благовещенск	По адресу, дочерняя организация	46.90 Торговля оптовая неспециализированная
ООО "Грандвистрой"	г. Санкт-Петербург	По учредителю	46.63 Торговля оптовая машинами и

¹⁷ Бабанов, В.Н. Холдинговая система взаимодействия предприятий и ее преимущества. 2018. № 3. С. 15

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4
			оборудованием для добычи полезных ископаемых и строительства
ООО "Техсервис-Мск"	Московская область, г. Ивантеевка	По учредителям	45.11 Торговля легковыми автомобилями и грузовыми автомобилями малой грузоподъемности
ЗАО "Техсервис-Якутия"	республика Саха (Якутия), г. Нерюнгри	Дочерняя организация	46.90 Торговля оптовая неспециализированная
ООО "Сибтехпоставка"	Красноярский край, г. Красноярск	По учредителю	45.1 Торговля автотранспортными средствами
ИП Попович Евгений Владимирович	Амурская область	По руководителю	70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления
ИП Бекетов Олег Николаевич	г. Санкт-Петербург	По учредителю	47.19 Торговля розничная прочая в неспециализированных магазинах
ИП Лескова Оксана Александровна	Приморский край	По учредителю	45.1 Торговля автотранспортными средствами
ИП Макаренко Алексей Прокопьевич	г. Москва	По учредителю	47.78.9 Торговля розничная непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах
ИП Кудрин Сергей Александрович	г. Москва	По учредителю	47.52.6 Торговля розничная садово-огородной техникой и инвентарем в специализированных магазинах
ИП Заусаев Андрей Вадимович	Хабаровский край	По учредителю	70.22 Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления

АО «Техсервис-Благовещенск» работает как с частными лицами, так и активно участвует в процедурах государственных закупок – является поставщиком товаров для государственных и муниципальных нужд.

По данным, размещенным на сайте агрегатора тендеров «СИНАПС», "Техсервис-Благовещенск" в период 2015 – 2020 г.г. приняло участие в 85 тендерах на общую сумму 384 268 900 руб. (по начальной максимальной цене контракта). Организация заняла первое место в 26 тендерах (в том числе в закупках у единственного поставщика), процент побед составляет 30,59%. Максимальная цена контракта, заключенного на поставку товаров для государственных и муниципальных нужд, в котором АО "Техсервис-Благовещенск" выступает в роли участника (поставщика) составила 59 735 000 руб. Юридическое лицо никогда не числилось в реестре недобросовестных поставщиков. Наиболее крупные контракты заключены по Федеральному закону "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ с Федеральным государственным унитарным предприятием «Главное управление строительства дорог и аэродромов при Федеральном агентстве специального строительства» на сумму 4904 тыс.руб., Федеральным государственным унитарным предприятием «Спецстройсервис» при Федеральном агентстве специального строительства на сумму 4400 тыс. руб., муниципальным казенным учреждением Баргузинский районный комитет имущественных отношений на сумму 2052 тыс. руб.¹⁸

На рисунке 2 приведена диаграмма суммы договоров, заключенных предприятием с государственными и муниципальными заказчиками в период 2017– 2019 гг.

¹⁸Синапс [электронный ресурс] – URL: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1052800092234-ao-tehservisblagoveschensk/postavschik> (дата обращения 20.06.2020)



Рисунок 2- Сумма контрактов, заключенных АО «Техсервис-Благовещенск» (по данным сайта Синапс¹⁹)

Приведенные данные свидетельствуют об успешной работе компании по заключению государственных и муниципальных контрактов.

2.2 Анализ экономического состояния предприятия.

Исходными данными для анализа экономического состояния АО «Техсервис-Благовещенск» послужили годовые бухгалтерские документы за 2017- 2019годы.

Для анализа основных экономических показателей хозяйственной деятельности АО «Техсервис-Благовещенск» была составлена аналитическая таблица 7.

¹⁹Синапс [электронный ресурс] – URL: <https://synapsenet.ru/searchorganization/organization/1052800092234-ao-tehservisblagoveschensk/postavschik> (дата обращения 20.06.2020)

Таблица 7 – Прибыль и убытки АО«Техсервис-Благовещенск»

Наименование показателя	Значение показателя, тыс.руб.			Абсолютное отклонение, тыс.руб.		Темп роста, %	
	2019	2018	2017	2018г. от 2017г.	2019г. от 2018г.	2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г.
Выручка	1276272	921159	579016	342143	355113	159	138
Себестоимость продаж	1171119	834009	510172	323837	337110	163	140
Валовая прибыль	105153	87150	68844	18306	18003	126	120
Коммерческие расходы	73124	49512	44029	5483	23612	112	147
Прибыль от продаж	32029	37638	24815	12823	-5609	151	85
Проценты к получению	10418	9165	4885	4280	1253	187	113
Проценты к уплате	24686	23657	24088	-431	1029	98	104
Прочие доходы	34038	27110	47005	-19895	6928	57	125
Прочие расходы	44192	46837	51671	-4834	-2645	90	94
Прибыль до налогообложения (балансовая)	7607	3419	946	2473	4188	361	222
Текущий налог на прибыль	2133	1676	183	1493	457	915	127
В т.ч. постоянные налоговые обязательства	4	258	33	225	-254	781	1,5
Изменение отложенных налоговых обязательств	111	56	2168	-2112	55	258	198
Изменение отложенных налоговых активов	2507	5659	2562	3097	-3152	220	44
Чистая прибыль	7870	7458	5493	1965	412	135	105

Анализируя данные, представленные в таблице 7 можно, сделать вывод, что темп роста выручки, при общей положительной динамике, снизился. Если в 2018 году темп прироста выручки составлял 59%, то в 2019 данный показатель снизился на 21%, что свидетельствует об уменьшении количества продаж. За исследуемый период, значительно увеличилась себестоимость продаж, связано это с тем, что вид деятельности данного предприятия,

очень зависим от законодательной базы государства, которое вводит новые налоги и увеличивает пошлины. Например, утилизационный сбор, который в обязательном порядке уплачивают все физические и юридические лица, покупающие или выпускающие спецтехнику в России, Он предназначен для сохранения и улучшения экологической ситуации и направляется в госбюджет. Таким образом, с каждой единицы техники будет уплачено в среднем более миллиона рублей в бюджет государства, что в конечном итоге скажется на цене для конечного потребителя. Подобные решения на государственном уровне способствуют росту цен. Кроме того, падение курса рубля по отношению к доллару также обуславливает рост цен, поскольку вся техника, привезённая в Россию из-за рубежа, оплачивается в долларах. Несмотря на некоторые трудности, сфера деятельности предприятия обеспечивает приток как новых, так и старых клиентов, за счет чего такой показатель как валовая прибыль из года в год сохраняет положительную динамику. Деятельность любого предприятия базируется на его активах. Поэтому, организация должна обладать определенным реальным, т.е. функционирующим имуществом или активным капиталом в виде основного и оборотного капитала. Внеоборотные активы являются тем инструментом, который дает возможность предприятию вести бизнес, совершая многократные обороты оборотных активов. Актив любого предприятия состоит из внеоборотных и оборотных активов. В работе выполнен анализ внеоборотных и оборотных активов компании «Техсервис-Благовещенск». Исходные данные для анализа представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Внеоборотные и оборотные активы «Техсервис-Благовещенск»

Наименование показателя	Значение показателя, тыс. руб.			Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Темп роста, %	
	2	3	4	5	6	7	8
	2019	2018	2017	2018г. от 2017г.	2019г. от 2018г.	2018г. к 2017г.	2019г. к 2018г.
Среднегодовая стоимость	38610	39037	39553	-516	-427	98	98

Продолжение таблицы 8

1	2	3	4	5	6	7	8
основных средств							
Отложенные налоговые активы	10901	8394	2735	5659	2507	306	129
Всего внеоборотных активов (основной капитал)	49511	47431	42288	5143	2080	112	104
Запасы	98238	61795	32189	29606	36443	191	158
НДС по приобретённым ценностям	67	122	0	122	-55		54
Дебиторская задолженность	248954	285867	313003	- 27136	- 36913	91	87
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	42772	39023	30504	8519	3749	127	109
Денежные средства и денежные эквиваленты	19190	2016	3981	-1965	17174	50	951
Прочие оборотные активы	1444	1455	1167	288	-11	124	99
Итого оборотные активы	410665	390278	380844	9434	20387	102	105
Баланс (всего активы)	460176	437709	423132	14577	22467	103	105

Анализ данных, представленных в таблице 8, показал, что среднегодовая стоимость основных средств предприятия имеет тенденцию к снижению, причем в анализируемом периоде размер снижения составил 2 % ежегодно. При этом сумма внеоборотных активов растет за счет роста суммы отложенных налоговых активов. Отложенные налоговые активы возникают из-за разницы в расчете налога на прибыль по правилам бухгалтерского и налогового учета. Такие разницы называют временными. Это связано с тем, что в будущих периодах разницы компания учтет при расчете налога на прибыль. Яркий пример таких разниц - убытки прошлых лет.

Сумма оборотных активов предприятия в анализируемом периоде также имеет тенденцию роста. В 2018 году сумма оборотных активов по сравнению с 2017 годом увеличилась на 2 %, а в 2019 году по сравнению с 2018 годом – на 5 %. При этом рост стоимости оборотных активов обусловлен в ос-

новном ростом стоимости запасов предприятия на 91 % в 2018 году по сравнению с 2017 годом и на 58 % в 2019 году по сравнению с 2018 годом. С одной стороны, это свидетельствует о том, что компания обеспечивает непрерывность торгово-технологического процесса. Однако, с другой стороны, рост запасов обуславливает снижение оборачиваемости оборотных активов предприятия, поскольку запасы относятся к активам с низкой оборачиваемостью. Также увеличилась сумма финансовых вложений на 27 % и 9 % соответственно. В качестве положительного момента в управлении оборотными активами предприятия следует отметить снижение суммы дебиторской задолженности на 9 % в 2018 году по сравнению с 2017 годом и на 13 % в 2019 году по сравнению с 2018 годом.

Текущие данные позволяют определить коэффициент оборачиваемости оборотных средств. Коэффициент показывает количество оборотов одного рубля активов за анализируемый период. Для этого расчета необходимо выручку разделить на среднегодовой объем активов.

Для 2019 года: $1276272 / ((410665 + 390278) / 2) = 3,1$ об.

Для 2018 года: $921159 / ((390278 + 380844) / 2) = 2,3$ об.

Далее рассчитаем период оборота денежных средств.

Поскольку предприятие торговое, то имеет минимальное количество выходных – 5 дней в году, для расчета используем цифру 360 рабочих дней. для этого 360 умножим на среднегодовую сумму оборотных средств и разделим на выручку. Получается, что в 2019 году период оборота составил

$(360 \times (410665 + 390278) / 2) = 112,9$

Получается, что вложенные средства возвращались в виде выручки в 2019 году в среднем за 113 дней.

В 2018 году эта цифра составляла 109 дней.

Исходя из расчетов, можно сделать вывод, что эффективность использования оборотных активов компанией повышается, растет ее деловая активность.

Эффективность управления оборотными активами в АО «Техсервис-Благовещенск» повышается. Если в 2018 г. оборотные активы в среднем совершали один оборот в течение 109 дней, то в 2019 г. – в течение 113 дней. Причиной такой тенденции является снижение объема сбыта при относительно стабильном уровне оборотных активов.

В рамках решения задач исследования в работе был выполнен анализ финансовых результатов деятельности компании, которые представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Финансовые результаты коммерческой деятельности АО «Техсервис-Благовещенск»

Финансовый показатель	Год			Абсолютное отклонение 2019 от 2018	Абсолютное отклонение 2018 от 2017
	2019	2018	2017		
Рентабельность продаж, % (оптимальная 4 % для данной отрасли)	2,5	4,5	4,86	-2	-0,36
Рентабельность чистой прибыли, % (нормальная не менее 2%)	0,6	0,89	0,94	-0,29	-0,05
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	14,2	15,6	13,6	-1,4	2
Рентабельность активов (ROA), %	1,71	1,70	1,3	0,01	0,4
Коэффициент автономии (норма от 0,5)	0,12	0,11	0,09	0,01	0,02
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,014	0,001	-0,005	0,013	0,006
Коэффициент покрытия инвестиций (норма от 0,7)	0,5	0,23	0,41	0,27	-0,18
Коэффициент текущей ликвидности (норма от 1,8)	1,86	1,17	1,55	0,69	-0,38
Рентабельность основного капитала, %	15,36	7,2	2,23	8,16	4,97

Как мы видим из таблицы 9 рентабельность продаж за изучаемый период снизилась почти в 2 раза. Рентабельность чистой прибыли снижалась с 2017 по 2019 год, снижение на 0,34 %. Но, несмотря на это, росли показатели

рентабельности активов и основного капитала, рост составил 0,41% и 13,13% соответственно.

Единственный показатель, рост которого не замедляется это рентабельность основного капитала, увеличившись за последний год в два раза, это свидетельствует об эффективности использования собственных средств.

Коэффициент автономии ни разу за исследуемый период не показывал норму, но, тем не менее, с 2017 года она вырос на 0,3%. отмеченный рост говорит о том, что компания с каждым годом все больше полагается на собственные источники финансирования

Рентабельность активов демонстрирует постоянный рост, увеличившись на 0.41%, связано это с тем, что на предприятии чистая прибыль увеличилась на 31% на 2019 год в сравнении с 2017

К 2019 году коэффициент текущей ликвидности смог приблизиться к к норме, увеличившись за один год на 0.69%, что говорит об улучшении финансового состояния предприятия.

Таким образом, подводя итог всему вышенаписанному, можно сделать вывод, что финансовое состояние предприятия имеет не лучшие показатели, необходимо серьезно увеличивать как рентабельность продаж, так и рентабельность чистой прибыли, нахождение этих показателей так низко говорит о недостаточной эффективности деятельности предприятия.

Как видно из представленного анализа, экономическое состояние находится не в лучшем положении, есть потребность в улучшении финансового состояния. Но что бы точно оценить экономическое состояние, необходимо проанализировать его в разрезе отраслевых показателей, сравнить с конкурентами. В этом может помочь оценка конкурентоспособности. Выявив сильнейшего конкурента, необходимо будет сравнить рассматриваемое предприятие с ним, а далее узнать выше или ниже конкурентоспособность предприятия, что скажет об эффективности использования ресурсов и ведения экономической деятельности

2.3 Оценка конкурентоспособности АО «Техсервис-Благовещенск»

Одним из самых распространенных методов анализа в менеджменте и маркетинге является SWOT-анализ. Эта методика позволяет составить четкое представление о фактической ситуации на предприятии, а также, используя сильные стороны, максимизировать возможности и свести к минимуму угрозы и слабые стороны фирмы. Проведенный SWOT-анализ представлен в таблице 10.

Таблица 10 – SWOT – анализ АО «Техсервис-Благовещенск»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none">– Гарантия качества товара;– Широкий ассортимент товаров;– Близость к производителям спецтехники– Крупнейший продавец спецтехники в регионе;– Наличие сервисных центров, послепродажное обслуживание;	<ul style="list-style-type: none">– Низкая рентабельность продаж;– Высокая себестоимость продаж;– Инвестиции за счёт краткосрочных источников;
Угрозы	Возможности
<ul style="list-style-type: none">– Высокая волатильность курса валют;– Напряжённая политическая ситуация в России и мире;– Угроза экономических кризисов;– Таможенные пошлины;– Рост цен;– Высокие налоговые сборы	<ul style="list-style-type: none">– Оптимизация складов;– Внедрение инновационных технологий в коммерческой деятельности;– Сокращение и оптимизация штата.

Выявленные характеристики в результате SWOT - анализа позволяют определиться с направлением внедрений инноваций.

Количественные методики SWOT-анализа позволяют оценивать важность и силу влияния фактора на предприятие. Что позволит в дальнейшем при оценке конкурентоспособности понимать какие факторы следует изменять для достижения максимального результата.

На практике часто решения о возможных действиях и программах предприятия принимаются в условиях ограниченных ресурсов: временных, административных, материальных и финансовых. В таком случае становится

очень важно правильно распределить ресурсы для достижения поставленных целей с учетом приоритетности и эффективности.

Информативность и простота работы с результатами анализа при использовании количественных методик повышается рассматриваемым параметрам присваивается оценка от 0 до 5 где максимальным баллам соответствует высокая степень влияния. Анализ представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Количественный метод SWOT-анализа АО «Техсервис – Благовещенск»

Факторы	Значимость	Оценка	Взвешенная оценка в баллах	Доля
Сильные стороны				
- гарантия качества товара	2	4	8	0,12
- широкий ассортимент товаров	3	5	15	0,23
Близость к производителям техники	2	5	10	0,15
- крупнейший продавец спец техники	3	4	12	0,18
- наличие сервисных центров, послепродажное обслуживание	4	5	20	0,3
Итого:			65	1
Слабые стороны				
Низкая рентабельность продаж	4	4	16	0,47
Высокая себестоимость продаж	3	4	12	0,35
Инвестиции за счет краткосрочных источников	2	3	6	0,18
Итого			34	1
Угрозы:				
Высокая волатильность курса валют	5	5	25	0,48

Продолжение таблицы 11

Напряженная политическая ситуация в России и мире	2	1	2	0,04
Угроза экономических кризисов	2	2	4	0,07
Таможенные пошлины	3	3	9	0,17
Высокие налоговые сборы	3	4	12	0,23
Итого			52	1
Возможности				
Оптимизация складов	4	5	20	0,36
Внедрение инновационных технологий в коммерческую деятельность	3	5	15	0,27
-сокращение и оптимизация штата сотрудников	4	4	20	0,36
Итого			55	1

При проведении SWOT-анализа, были выявлены следующие показатели, имеющие сильную степень влияния на предприятие.

Оптимизация складов. То есть оптимизировать хранение, движение и обслуживание за складскими площадями, а также снижение издержек, связанных с ними. Внедрение инновационных технологий в коммерческую деятельность. Данный показатель говорит о необходимости реноваций в коммерческий процесс предприятия, поскольку постоянное развитие и улучшение деятельности залог долговечной и прибыльной работы предприятия.

Сокращение штата сотрудников, данный пункт неоднозначен. Выбранная социальная стратегия предприятия, направленная на предоставление комфортных и высокооплачиваемых рабочих мест похвальна, но если брать во внимание основополагающую цель любого коммерческого предприятия и предпринимательства в целом – максимизация прибыли, то становится ясно, что сокращение издержек неотъемлемая часть повышения эффективности коммерческой деятельности.

Таможенные пошлины и налоговые сборы изменению не поддаются, потому что большинство их обязательны.

Угрозы экономических кризисов сильно не страшна для этой отрасли, поскольку строительство как частное, так и государственное было и будет всегда, следовательно, и потребность в технике будет.

Напряженная политическая ситуация хоть и имеет косвенное влияние предприятие, но возможности что-то глобально изменить, улучшить не имеется.

Так же, как и высокая волатильность валют. Из-за специфики, спецтехника поставляется из-за рубежа. Что в свою очередь обязывает исполнять международные договоры в долларах, поэтому от курса большое влияние на конечную цену, но, к сожалению, путей решения данной проблемы не имеется. Для дальнейшего выполнения задачи, поставленной в рамках выполнения выпускной работы, необходимо сравнить рассматриваемое предприятие с представителями отрасли для выявления сильнейшего конкурента. Для этого составлена таблица 12, в которой проведена оценка конкурентоспособности АО «Техсервис – Благовещенск» со своими прямыми конкурентами по методике 4Р, рассматриваемой в главе 1.3 данной работы.

Таблица 12 – Оценка конкурентоспособности

Факторы конкурентоспособности предприятия	АО «Техсервис-Благовещенск»	ООО «Амурмашинери»	ООО «СпецТехАвто»
1	2	3	4
	«1Р» - продукт		
качество	5	5	5
Срок службы	5	5	4
Престиж торговой марки	5	5	4
Уровень ремонтного обслуживания	5	4	4
Гарантийное обслуживание	5	5	4
Широта ассортимента	5	5	5
Уровень сервиса	5	5	5
Итого	35	34	31

Продолжение таблицы 12

1	2	3	4
«2Р» цена			
Уровень цен	4	3	4
Условия оплаты	2	5	4
Условия кредита	0	4	4
Скидки	3	5	3
Размер скидок	3	5	3
Итого	12	22	18
«3Р» Каналы сбыта			
Степень охвата рынка	4	4	3
Регионы сбыта	5	4	3
Интенсивность канала сбыта	5	4	3
Управление запасами	3	5	2
Итого	17	17	11
«4Р» Продвижение на рынке			
Каналы рекламы	5	5	3
Формы рекламы	5	5	3
Адресная работы с промышленным покупателем	5	4	4
Частота появления рекламы	5	4	4
Итого	20	18	14
Сумма баллов	84	91	74

Краткая характеристика конкурентов, рассматриваемых в таблице 12 представлена в таблице 13.

Таблица 13 - Характеристика конкурентов

ООО «Амур Машинери»	ООО «Спец Тех Авто»
1	2
<p>Является очень сильным конкурентом, но в свою очередь товар его находится в другой ценовой категории, более дорогой. Связано это непосредственно с маркой техники, торговлей которой они занимаются: Caterpillar.</p> <p>Информация, размещенная на официальном сайте ООО «Амур Машинери»: компания</p>	<p>ООО «СпецТехАвто» поставляет грузовые автомобили и спецтехники из Китая для всех видов строительства, транспортировки и прочей хозяйственной деятельности на территории Российской Федерации. За время работы компанией налажены тесные связи с ведущими производителями Китая:</p>

1	2
<p>является официальным дилером компании <u>Caterpillar</u> («Катерпиллар») Год основания: 1996 С 2015 года «Амур Машинери» входит в состав <u>Группы «Борусан»</u> (Borusan), Турция.</p>	<p>SHAANXI, HOWO, SHANTUI, ZOOMLION, SHENWA, XCMG, SDLG, LIUGONG; отработаны способы доставки техники в любую точку страны. ООО «СпецТехАвто» является официальным дилером по продаже, сервисному обслуживанию и поставке запчастей.</p>

Ниже будут даны характеристики факторов конкурентоспособности:

- срок службы: период времени от начала эксплуатации какого-либо устройства до достижения им предельного состояния, при котором его дальнейшая эксплуатация экономически невыгодна или недопустима из соображений безопасности заявляется поставщиком или производителем;
- престиж торговой марки: ассоциации покупателей (положительный или отрицательный опыт сотрудничества) о данном предприятии;
- уровень ремонтного обслуживания: наличие сервисных центров для гарантийного и после гарантийного обслуживания, а также качество производимых работ;
- гарантийное обслуживание: качество предоставляемых гарантий и уровень их соблюдения;
- широта ассортимента: количество наименований продукции для реализации конечному потребителю;
- уровень цен: общий уровень цен, по сравнению с конкурентами;
- условия оплаты – гибкость условий оплаты товара;
- условия кредита – наличие кредита и его условия;
- скидки – наличие на предприятии скидок покупателям;
- размер скидок – объем предоставляемых скидок, если есть;
- степень охвата рынка – какое количество из всех потенциальных клиентов воспользовались услугами данной фирмы;
- регионы сбыта – наличие различных регионов сбыта, работа вне домашнего региона;

- интенсивность канала сбыта – наличие максимально возможных пунктов сбыта товаров;
- управление запасами – уровень использования оборотных активов предприятия, скорость сбыта продукции;
- каналы рекламы – какое количество из доступных каналов рекламы используется для продвижения на рынке;
- формы рекламы – какое количество из доступных форм рекламы используется для продвижения себя на рынке;
- адресная работа с промышленным покупателем- наличие и качество работы с непосредственными возможными клиентами;
- частота появления в рекламе – частота появления в различных видах рекламы.

В ходе оценки конкурентоспособности методом 4Р, выяснилось, конкурентоспособность рассматриваемого предприятия находится не на самом высоком уровне. Ближайшим конкурентом выступает Амурмашинери. Конкурентоспособность этого предприятия выше, чем у АО «Техсервис – Благовещенск» значит целесообразно, для расчета интегральной оценки конкурентоспособности взять именно Амурмашинери в качестве критерия оценки и базы сравнения. Для расчета интегральной оценки конкурентоспособности будет реализована методика динамического метода оценки. Подробное описание представлено в главе 1.3 данной работы. Показатели необходимые для расчета представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Показатели экономической деятельности АО «Техсервис – Благовещенск» и Амурмашинери

Показатели, тыс. руб.	АО «Техсервис-Благовещенск»			ООО «Амур Машинери»		
	2019	2018	2017	2019	2018	2017
Выручка	5252810	3723715	3212017	1276272	921159	579016
Затраты	4573439	3349450	2909164	1244243	883521	554201

Общая формула оценки конкурентоспособности выглядит так:

$$K = K_r x_i, \quad (1)$$

где K – коэффициент исследуемого предприятия

K_r – коэффициент операционной эффективности

K_i – коэффициент стратегического позиционирования.²⁰

Для начала рассчитаем коэффициент операционной эффективности.

$$K_r = r/R, \quad (2)$$

где r - операционная эффективность предприятия

R – операционная эффективность конкурента

Операционная эффективность подразумевает выполнение схожих видов деятельности лучше, чем это делают конкуренты, обеспечивая получение прибыли в процессе реализации прибавочной стоимости. Это означает, что основным результатом и критерием операционной эффективности является прибыль предприятия. В то же время, сопоставление непосредственно объемов прибыли обуславливает заведомо большую конкурентоспособность крупных предприятий и невозможность сопоставления предприятий с различными масштабами деятельности. Следовательно, сопоставлять необходимо не массу прибыли, а "прибыльность" хозяйственной деятельности. Другими словами, это отношение выручки от реализации продукции к затратам, осуществленным для ее производства и реализации.

Формула для нахождения операционной эффективности мероприятия выглядит следующим образом:

$$r = B/3, \quad (3)$$

²⁰Воронов Д. С. Конкурентоспособность предприятия: оценка, анализ, пути повышения. Екатеринбург. 2001. С. 17

где В- выручка от реализации продукции рассматриваемого предприятия

З- затраты на производство и реализацию рассматриваемого предприятия.

После нахождения операционной эффективности предприятия, необходимо рассчитать такой же показатель по конкуренту.

Для этого необходимо выручку конкурента разделить на затраты, представим в виде формулы:

$$R=B_s/Z_s, \quad (4)$$

где - B_s выручка конкурента

Z_s – затраты конкурента

Далее рассчитаем коэффициент стратегического позиционирования,

Он находится по формуле

$$K_i = \sqrt{I/I_s}. \quad (5)$$

Для нахождения коэффициента стратегического позиционирования необходимо найти индексы изменения объемов выручки рассматриваемого предприятия и конкурента.

Для этого необходимо разделить выручку в рассматриваемом периоде на выручку от реализации за прошлый период в рассматриваемом предприятии и предприятии конкурента соответственно. Получаем следующий вид формул:

$$I=B/B_0. \quad (6)$$

$$I_s= B_s/ B_{s0}. \quad (7)$$

Полученные результаты в ходе подстановки данных в предложенные формулы представлены в таблице 13. Для облегчения понимания полученных результатов в таблице 15 будут представлены промежуточные значения, необходимые для расчета коэффициентов стратегического позиционирования и операционной эффективности.

Таблица 15 – Промежуточные результаты необходимые для оценки конкурентоспособности

Показатель	Год	Значение
Операционная эффективность АО «Тех-сервис-Благовещенск» г	2019	1,025742
	2018	1,0426
	2017	1,044776
Операционная эффективность ООО «Амур Машинери» R	2019	1,14855
	2018	1,111739241
	2017	1,1041
Индексы изменения объемов выручки ООО «Техсервис-Благовещенск» i	2019	1,38551
	2018	1,591
	2017	0,778829
Индексы изменения объемов выручки ООО «Амур Машинери» Is	2019	1,410637
	2018	1,159307
	2017	1,329806

В таблице 16 представлены коэффициенты стратегического позиционирования и операционной эффективности, а также итоговое значение коэффициента конкурентоспособности

Таблица 16 – Результаты оценки конкурентоспособности

Показатель	Год	Значение
Коэффициент операционной эффективности K _г	2019	0,8931
	2018	0,938
	2017	0,94627

Коэффициент стратегического позиционирования Ki	2019	0,991053
	2018	1,171447
	2017	0,765292
Коэффициент конкурентоспособности K	2019	0,885087
	2018	1,098595
	2017	0,72417

На рисунке 3 представлена графическая интерпретация полученных результатов.



Рисунок 3 – Изменение коэффициента конкурентоспособности АО «Техсервис-Благовещенск» в сравнении с конкурентом ООО «Амур Машинери»

Как видно из рисунка 3, конкурентоспособность при общей положительной тенденции роста ниже, чем у конкурента, что говорит о необходимости изменений в коммерческой деятельности предприятия.

В ходе оценки конкурентоспособности АО «Техсервис-Благовещенск» при помощи методик 4P и SWOT-анализа, было выявлено, что уровень конкурентоспособности ниже, чем у конкурентов. Названные методики, позволили найти факторы, снижающие данный показатель. Поэтому для повыше-

ния конкурентоспособности и выведение данного показателя на уровень выше чем у представителей данной отрасли, необходимо внедрить инновационные изменения в коммерческий процесс предприятия, которые положительно скажутся на конкурентоспособности предприятия. Проведенные методы позволяют точно определить области внедрения и комплекс необходимых мероприятий, которые будут эффективно работать и позволят избежать бессмысленных трат как финансовых, так и человеческих ресурсов на внедрение неэффективных изменений.

3 ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ АО «ТЕХСЕРВИС- БЛАГОВЕЩЕНСК»

3.1 Внедрение инноваций в коммерческую деятельность предприятия

Изменения, которые будут внедрены в коммерческую деятельность должны отвечать ряду условий.

Во-первых, они должны быть действительно необходимыми, особенно те, что требуют больших капиталовложений. Ведь для коммерческого предприятия непозволительно тратить деньги в пустую

Во-вторых, их введение не должно ухудшать положение предприятие, а значит быть эффективными, как с точки зрения прямой эффективности, т.е. приносить положительный эффект, так и с экономической, т.е. введение их должно быть выгодно предприятию.

Необходимо рассмотреть основные факторы, снижающие конкурентоспособность выявленные в результате SWOT анализа.

В таблице 17 представлены факторы, снижающие конкурентоспособность и требующие изменения.

Таблица 17 – Факторы, снижающие конкурентоспособность

Фактор	Условия	Недостатки	Предложения
Цена	Отсутствие разнообразия в формировании окончательной цены на услуги	Низкая и не гибкая система скидок на фоне конкурентов выглядит не конкурентоспособной.	Внедрение сезонных скидок, акций, мотивирующих выбрать в качестве поставщика именно ООО «Техсервис – Благовещенск»
Управление запасами	Большое количество складов, с разнообразной техникой. Территория на которой находятся складские площади арендуемая.	Неоптимизированное складское пространство увеличивает издержки, которые могут возникнуть в моменте отсутствия необходимого товара на складе. Арендуемые площади увеличивают себестоимость продукции т.к. аренда закладывается в цену товара.	Внедрение программного комплекса forecast now для анализа хранимого товара. Покупка земельных участков в собственность для хранения техники.

Для внедрения инноваций в ценовой фактор, необходимо ознакомиться с возможными вариантами изменений. Доступные изменения в ценовой политике представлены в таблице 18.

Таблица 18 - Системы скидок и акций доступные для внедрения

Наименование	Размер, %	Наличие у ООО «Техсервис-Благовещенск»
Постоянная скидка на товары в наличии	До 50 в зависимости от типа товара	нет
Скидка постоянным клиентам	До 15	нет
Скидка при полной оплате	До 10	Да
Снижение цены на ассортимент в зимний период	На 5- 7	нет
Скидка при сумме заказа более определенной суммы	До 5	нет
Скидка на ремонт и обслуживание техники, купленной на этом же предприятии	До 10	нет
Скидка на технику при продлении гарантии на год	5	нет

Как видно из таблицы 18, система скидок и акций на предприятии АО «Техсервис-Благовещенск» очень слабая и требует кардинальных изменений. В случае правильной маркетинговой стратегии, можно как улучшить отношения с постоянными клиентами, так и увеличить долю рынка, забрав клиентов у конкурентов.

Внедрение инноваций в коммерческую деятельность неотъемлемый процесс. Если не корректировать свою деятельность, не изменяться так же быстро, как изменяется жизнь, можно потерять клиентов, так как в условиях рыночной экономики покупатель, как бы ни был привязан к определенной фирме или компании, откровенно плохой уступающий по характеристикам товар покупать не будет.

Покупатели учитывают не только цену товара, но и различные его второстепенные качества, будь то сервисное обслуживание или банальное отношение к клиенту во время покупки. При этом всем важность качества то-

вара и обслуживания растет пропорционально цене на данный товар. Поскольку рынок тяжелой техники в г. Благовещенск представлен не только АО «Тех сервис-Благовещенск», то повышение конкурентоспособности является важнейшим направлением работы предприятия.

Следующий фактор, требующий внимания, является управление запасами. «Техсервис» — это группа компаний, располагающаяся во многих регионах страны. Соответственно в распоряжении компании большое количество складов и баз, для хранения техники. В рассматриваемом предприятии склады находятся не только в г. Благовещенск, но и различных городах дальневосточного региона.

Управлять таким массивом площадей и количеством техники не просто. Большинство площадей для хранения техники находится у компании не в прямом владении. Арендные площади для хранения техники следует заменить на собственные площади, уменьшить расходы, а также уменьшить влияние на формирование цены третьих лиц. Оптимизировать такое большое количество складских площадей еще и на разном удалении довольно таки сложно. Поэтому необходимо прибегнуть к сторонней помощи.

Таким помощником может стать программное обеспечение, которое может оптимизировать складское движение. Такое ПО как Forecastnow может организовать складскую деятельность на более высокий уровень.

Forecastnow программа для прогнозирования спроса и оптимизации товарных запасов, помогает отделу закупок работать лучше и приносит выгоду всей компании.

В программе 30 полезных возможностей для улучшения складской работы:

- распределение запасов с распределительного центра;
- формирование календаря поставок;
- формирование плана заказов;
- разбивка заказа по транспортным средствам;
- формирование заказа поставщикам;

- статистика изменения продаж и остатков товара;
- анализ эффективности управления запасами;
- учет структуры складов;
- автоматический учет сезонности и тренда;
- учет сроков годности;
- ABC-XYZ и кросс ABS анализ;
- автоматический учет ограничений заказа;
- учет маркетинговых акций;
- неслучайное отсутствия спроса;
- анализ ассортимента;
- категорийный менеджмент;
- стратегическое прогнозирование продаж и запасов;
- учет пиковых продаж;
- автоматическое управление товарной матрицей;
- производственный календарь;
- динамика показателей эффективности управления запасами;
- учет нюансов поставок;
- сбор неликвидных запасов филиалов на распределительный центр;
- балансировка запасов между филиалами;
- анализ излишних запасов;
- проверка корректности;
- учет продаж товаров- аналогов и заменителей;
- восстановление спроса в моменты дефицита;
- учет зон хранения товаров;
- расчет оптимального уровня сервиса;
- импорт данных;
- поддержание актуальности;
- автопилот;
- визуализация загруженных данных;
- сохранение и экспорт данных;

- легирование действий;
- оптимальный поставщик;
- оптимальный период заказа;
- разные модели формирования заказа;
- анализ «что если?»;
- анализ по любым свойствам и группам товаров;
- прогнозирование спроса для 99% ассортимента.

Внедрение включает в себя предварительное исследование, интеграцию с учетной системой клиента и последующую настройку ПО.

Процесс внедрения хорошо отработан и в среднем занимает 1,5 месяца. Цены на программу очень гибкие и варьируются в зависимости от клиента и его мощностей. Начальная сумма при покупке полного ПО начинается от 700 тысяч рублей и может превышать 10 миллионов.

Так же есть вариант пользования программой по подписке, начиная от 45 тысяч рублей в месяц, можно использовать и получать тех поддержку. Во время внедрения происходит процесс обучения сотрудников для работы в программе. Так же есть после внедрения поддержка и консультация

Дальнейшее изменения затронут такой показатель как уровень цен. В компании АО «Техсервис-Благовещенск», по словам управляющего, выбрана социальная политика управления, в компании достаточно большой штат сотрудников с хорошей заработной платой. Это целенаправленное решение, т.к. в теории компания может обойтись меньшим числом сотрудников. Как следствие это снизит затраты на выплату заработных плат и расходов, связанных с сотрудниками.

Внедрение комплекса Forecast NOW повлечет за собой, во-первых, снижение затрат, связанных со складской деятельностью, во-вторых из-за автоматизации процесса складской деятельности, будут уволены некоторые работники, персонал после обучения работы с программным обеспечением будет способен результативно справляться со всеми поставленными задачами меньшим количеством.

Поскольку выплата заработной платы сотрудникам включается в себестоимость продукции, значит снижение работников, повлечет за собой снижение себестоимости, а значит и снижение конечной цены, что положительно скажется на конкурентоспособности предприятия.

С целью повышения охвата рынка следует обратить внимание на рынок государственных и муниципальных закупок.

Ранее, в подразделе 2.1 было отмечено, что АО «Техсервис-Благовещенск» достаточно успешно работает на рынке государственных и муниципальных закупок. При этом было отмечено, что по данным на сайте агрегатора тендеров «СИНАПС» компания выиграла из 85 конкурентных процедур 30,59%, то есть в 26 закупках. Таким образом, потенциал фирмы очевиден. Если предположить, что ежегодная закупка техники, поставщиком которой является компания ООО «Техсервис-Благовещенск», государственными и муниципальными заказчиками составляет порядка 280 млн. руб. (было определено в результате усреднения данных, размещенных на официальном сайте агрегатора тендеров), то добившись эффективности участия в процедурах закупки в 50 %, фирма обеспечит ежегодный доход от таких поставок в 140 млн. руб.

Для реализации предложения по повышению эффективности участия фирмы в корпоративных закупках для государственных и муниципальных нужд разработана программа из 8 шагов, приведенная в таблице 19.

Таблица 19- Программа повышения эффективности участи АО «Техсервис – Благовещенск» в государственных и муниципальных закупках

Этапы программы	Содержание этапов программы
1	2
Шаг 1. Анализ доли рынка	Оценить ООО «Техсервис-Благовещенск» как поставщика техники для корпоративных нужд, оценить долю на рынке (применительно к конкурентным процедурам)
Шаг 2. Анализ юридической готовности участи в торгах	— Получить электронную подпись. — Зарегистрироваться на электронных площадках (их необходимо выбрать: в России 8 электронных площадок для торгов по 44-ФЗ, 120 – по 223-ФЗ и более 600

1	2
	— коммерческих). Провести скоринг на получение банковской гарантии (в случае необходимости).
Шаг 3. Анализ текущей работы специалистов, функционал которых включает мониторинг закупок строительной техники	Важно оценить, кто работает в отделе, как осуществляется поиск тендеров, в которых компания может принять участие (вручную или с использованием специализированного софта), в каком количестве торгов компания принимает участие, часто ли побеждает, на каком этапе возникает срыв.
Шаг 4. Оценка качества поиска корпоративных закупок	Здесь важно посмотреть, какие инструменты применяются, какая методика используется (например, поиск, по ключевым словам, по ОКВЭД, сплошной мониторинг и т.д.). Возможно, стоит попробовать изменить фильтры.
Шаг 5. Анализ эффективности участия в торгах	Разобраться, есть ли у вас внутренние регламенты по участию в торгах и как они работают, оценить процент участия компании в профильных торгах, количество отклонений и самостоятельных отказов от участия, жалоб клиентов в ФАС.
Шаг 6. Формирование стратегии участия в конкурентных закупках (торгах)	Участия во всех профильных торгах. Победить в 50 % профильных торгов. Проанализировать сильные и слабые стороны компании с точки зрения участия в торгах и сформировать портрет потенциального заказчика.
Шаг 7. Обучение специалистов, функционал которых включает мониторинг закупок строительной техники, подготовку документации заявок для участия в конкурентных закупках товаров для государственных и муниципальных нужд	Обучение по программам повышения квалификации для поставщиков товаров, работ и услуг по ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" от 05.04.2013 N 44-ФЗ и по ФЗ "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц" от 18.07.2011 N 223-ФЗ.
Шаг 8. Мониторинг, управление и контроль	Оценивать эффективность каждой процедуры закупки, в которой участвовала фирма, по следующим показателям: среднее количество участников на лот; доля конкурентных процедур в общем числе закупок; уровень закупочных цен до внедрения и после. Оценка эффективности участия в закупках товаров для государственных и муниципальных нужд по следующим показателям: доля конкурсных закупок в общей доле закупок; доля закупок, в которых компания стала победителем; упущенная выгода по заключенным контрактам; мониторинг и управление исполнением контрактов, заключенных по результатам конкурентных процедур.

Скорее всего внедрение всех вышеперечисленных предложений положительно скажется на отношении потенциальных покупателей, и они воспользуются услугами данного предприятия, возможно даже уйдя от конкурентов, если предприятие сможет предложить лучшие условия.

3.2 Затраты предприятия на внедрение инноваций

Инновационная деятельность чаще всего оказывается достаточно дорогим инвестированием. Но это жизненно необходимо, развитие и улучшение — это процесс, бесконечный и не знающий границ. Но несмотря на это предприниматель не должен тратить деньги в пустую, все необходимо рассчитать, а после принять решение о внедрении, возможно можно и нужно найти более дешевый вариант.

Среди всех перечисленных улучшений и внедрений самой дорогостоящей является интеграция программного обеспечения Forecast NOW, поскольку Сумма рассчитывается исходя из специфики использования и объема, возлагаемого на ПО. Полная зависимость цены от количества складов, сбытовых центров и количества людей, которые будут использовать ПО. Соответственно, число единиц персонала, которых будет необходимо обучить работать для АО «Техсервис-Благовещенск» цена составляет 3.5 миллиона рублей. Но внесенные изменения и оптимизированные процессы по предварительным расчетам окупят ее меньше чем за год.

Это только считая ее эффективность, но не стоит забывать, что при внедрении этого комплекса так же будет уменьшен штат сотрудников, следовательно, экономия заработной платы так же будет уменьшать срок окупаемости программного комплекса. По предварительным подсчетам будет уволено 7 человек. Посчитав экономию заработной платы после увольнения семерых сотрудников, получается, что в месяц сумма затрат снизится на 280 тысяч рублей. В год сумма экономии фонда заработной платы составит 3 360 000 рублей, эта цифра почти полностью окупает затраты на приобретение ПО. Подводя итог всему сказанному, можно обобщить предложенные изменения. Данные представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Предлагаемые изменения и прогноз.

Предложенные изменения	Результат от внедрения	Прогнозируемый экономический результат
Введение гибкой системы скидок и акций	Привлечение внимания старых и новых клиентов, более лояльное отношение к фирме	Увеличение количества заказов и обращения в сервисный центр для обслуживания техники
Внедрение программного комплекса Forecastnow и отказ от аренды складских площадей	Работа складов будет оптимизирована, количество «залежавшегося» товара будет снижено. Уменьшен штат сотрудников, как следствие уменьшение расходов предприятия	Затраты в виде 3 500 000 окупятся по оценке создателей программного комплекса за один год. Уменьшение штата на 7 сотрудников уменьшит ежегодные затраты на 3 360 000, что почти полностью окупает ПО.
Повышение эффективности участия в процедурах закупки товаров для государственных и муниципальных нужд, а также закупки товаров отдельными видами юридических лиц	Увеличение охвата рынка за счет роста занимаемой доли на рынке государственных и муниципальных закупок	Увеличение дохода компании от поставок строительной техники государственным и муниципальным заказчикам, а также отдельным видам юридических лиц на 54607 тыс. руб.

Для коммерческого предприятия очень важны затраты на предложенные внедрения, поэтому затраты для предложенных инновационных внедрений представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Затраты на предложенные внедрения

Мероприятие	Стоимость, руб.	Эффект
1	2	3
Введение ПО forecastnow	3 500 000	Наведение порядка на складских помещениях, анализ товарооборота. Уменьшение штата сотрудников
Отказ от арендуемых площадей для хранения техники	1050000	Снижение себестоимости товара.

1	2	3
Внедрение гибких систем скидок и акций	Не требует затрат	Привлечение новых клиентов более привлекательными условиями.
Затраты на обучение специалиста по программе повышения квалификации по участию в корпоративных закупках	10000	Увеличение дохода компании

3.3 Оценка эффективности внедрения инноваций в коммерческую деятельность

После внедрения изменений, необходимо повторить расчет конкурентоспособности учитывая все новинки внесенные в работу предприятия для оценки эффективности предложенных изменений.

Таблица 22 – Прогнозируемые результаты экономической деятельности

Показатель тыс. руб.	АО«Техсервис-Благовещенск»				ООО «Амур Машинери»			
	2020	2019	2018	2017	2020	2019	2018	2017
Выручка	6722396	5252810	3723715	3212017	2051705	1276272	921159	579016
Затраты	5884533	4573439	3349450	2909164	1741250	1244243	883521	554201

Поскольку точно определить эффективность внедрений не представляется возможным, за прогнозируемый результат экономической деятельности за 2020 год конкурента «Амурмашинери» была взята цифра со средним темпом роста. Для расчета Прогнозируемой экономической эффективности деятельности АО «Техсервис-Благовещенск» была взята сумма среднего темпа роста и прогнозируемого эффекта от предложенных изменений.

Способом, представленным в подразделе 2.3 рассчитаем прогнозируемый эффект изменения конкурентоспособности предприятия АО «Техсервис-Благовещенск» с тем же конкурентом в 2020 году

Таким образом получается:

$$r=1,178294$$

$$R = 1,14238394$$

$$Kr = 1,0314$$

$$I = 1,60758$$

$$Is = 1,279771$$

$$Ki = 1,120778$$

$$K = 1,156009$$

В таблице 23 приведены прогнозные показатели конкурентоспособности АО «Техсервис - Благовещенск».

Таблица 23 – Прогнозируемая конкурентоспособность предприятия

Год	Конкурентоспособность
2020	1,156009
2019	0,885087
2018	1,098595
2017	0,72417

Как мы видим темп роста конкурентоспособности после введения составил 30 %, а значит конкурентоспособность рассматриваемого предприятия выше чем у конкурента. Превысив пиковое значение в 2018 году, показатель конкурентоспособность смог достигнуть нового экстремума. Что говорит об эффективности внедрений. Значение данного показателя выше единицы говорит о конкурентном преимуществе АО «Техсервис –Благовещенск». Предложенные изменения хоть и являются эффективными, но на этом нельзя останавливаться. Для поддержания высокого уровня конкурентоспособности необходимы постоянные инновации и положительные изменения коммерческой деятельности. Конкурентоспособность в рыночной экономике — это постоянная борьба. Поиск новых эффективных средств повышения своей позиции в конкурентной борьбе. Прогресс – единица измерения которая не имеет ограничений, этот процесс бесконечен, поскольку ни наука, ни человек не стоят на месте. Поэтому необходим постоянный контроль и своевремен-

ное вмешательство в коммерческую деятельность. В таблице 24 представлены прогнозируемые экономические эффекты от внедрения инноваций в коммерческий процесс.

Таблица 24 – Прогнозируемый эффект от внедрения

Финансовый показатель	Период	
	До внедрения	После внедрения
Рентабельность продаж, %	2,5	3,37
Рентабельность чистой прибыли, %	0,6	1,16
Выручка, тыс. руб.	1276272	2051705
Себестоимость продаж, тыс. руб.	1171119	1736756
Валовая прибыль, тыс. руб.	105153	298949
Коммерческие расходы, тыс. руб.	73124	73724
Прибыль от продаж, тыс. руб.	32029	42929
Чистая прибыль, тыс. руб.	7870	14806
Запасы, тыс. руб.	98238	94238
Коэффициент оборачиваемости запасов	12,99	13,5

Таким образом, в результате внедрения программы оптимизации товарных запасов Forecastnow на предприятии «Техсервис-Благовещенск», произошёл процесс автоматизации деятельности, в результате которого в период с 2018 по 2019:

- валовая прибыль возросла в 2.8 раза;
- прибыль от продаж возросла на 10900 тыс. руб.;
- чистая прибыль выросла на 6936 тыс. руб.;
- коэффициент оборачиваемости повысился на 0,5 до 13,5;
- рентабельность чистой прибыли возросла на 0,56 процента.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современной рыночной экономике все больше проявляется жесткая конкуренция. Сейчас сложно найти коммерческое предприятие у которого отсутствуют конкуренты.

В условиях современного рынка фактор конкурентоспособности предприятия – важнейший фактор успеха. Конкурентоспособность предприятия сочетает в себе отличный баланс управленческих решений маркетинговых и экономических планов и конкурентоспособность выпускаемого товара.

В связи с чем, одним из важнейших показателей конкурентоспособности предприятия, особенно для производителя, является конкурентоспособность его продукции.

Как конкуренция, так и конкурентоспособность являются сложнейшими разнообразными понятиями в экономической сфере.

Конкуренция в литературе имеет различные упоминания и трактования. В обобщенном варианте это вариант ведения экономической деятельности предприятий соперников в рамках рыночной экономики

Конкурентоспособность нужно оценивать только в сравнении с представителями данной отрасли.

При оценке конкурентоспособности нужно:

- Выбрать сильнейших конкурентов для точности сравнения;
- выбрать показатели, по которым будет производиться оценка.

Обоснованно сравнивать предприятия с идентичными товарами, то есть те, которые удовлетворяют одну и ту же потребность, распространяются по аналогичным каналам, ориентированы на одну и ту же целевую группу.

АО «Техсервис Благовещенск» - динамично развивающаяся компания.

В курсовой работе была проведена оценка конкурентоспособности в сравнении с конкурентами.

Во второй главе было выявлены факторы, влияющие на конкурентоспособность, а также проведен анализ конкурентоспособности в сравнении с ближайшим конкурентом ООО Амурмашинери. В ходе проведенного исследова-

дования было установлено, что конкурентоспособность АО «Техсервис – Благовещенск» при общей положительной динамике находится ниже единицы, что говорит о том, что конкурентоспособность ниже. Для повышения данного показателя, были разработаны инновационные внедрения, способствующие улучшить коммерческую деятельность предприятия, и как следствие повысить конкурентоспособность.

В третьей главе была оценена эффективность предложенные нововведений. В ходе расчетов получилось увеличить прирост конкурентоспособности, ожидаемый прирост составил 30 %. Показатель конкурентоспособности вырос с 0.8 ед. до 1.15. поскольку данный показатель выше единицы, можно считать введенные инновационные внедрения эффективными и рекомендованными к реализации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Азжеурова, М.В. Коммерческая деятельность предприятия: сущность, задачи и функции / М.В. Азжеурова // Наука и Образование. – 2020. – №1. – С. 144.
- 2 Антонов, Г.Д. Управление конкурентоспособностью организации / Г.Д. Антонов, В.М. Тумин, О.П. Иванова. – М.: Издательский Дом "ИНФРА-М"; М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2012. - 300 с.
- 3 Афанасенко, И.Д. Торговое дело. Учебник для вузов / И.Д. Афанасенко, В.В. Борисова. – 2-е изд. – СПб: «Питер», 2018. – 384 с
- 4 Бродецкий, Г.Л. Управление запасами / Г.Л. Бродецкий. - М.: Эсмо, 2016. – 352 с
- 5 Беляевский, И. К. Организация коммерческой деятельности / И. К. Беляевский. — М.: Евразийский открытый институт, 2011. — 274 с. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8165177.html>. – 02.05.2020
- 6 Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров //М.: Издательство Юрайт, 2020. — 332 с. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/book/organizaciya-kommercheskoj-deyatelnosti-451544> 02.05.2020
- 7 Бросалин, В.И. Коммерческая деятельность: учебное пособие /В.И. Бросалин, Н.Н. Крылова. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 92 с.
- 8 Воробьева, И. П. Экономика и управление производством / И. П. Воробьева, О. С.Селевич. // М., Национальный исследовательский Томский политехнический университет, 2018. — 191 с.- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/434009> - 03.05.2020
- 9 Горфинкель, В.Я. Экономика предприятия / под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 767 с.

- 10 Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчянц. - М.: Дашков и К, 2015. - 400 с.
- 11 Данилова, Н.П, Управление конкурентоспособностью предприятия / Н.П. Данилова, Е.Н. Халтурина // Скиф. Вопросы студенческой науки. – 2018. – № 4 (20). – С. 139-143
- 12 Джоббер, Д. Продажи и управление продажами / Д. Джоббер, Дж. Ланкастер //М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 621 с. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://irbis.amursu.ru/cgi-bin/irbis64r_11
- 13 Егорова, Е.Н. Коммерческая деятельность / Е.Н. Егорова, Е.Ю. Логинова. – Саратов, 2015. – 159 с.
- 14 Жиделева, В.В. Экономика предприятия: учебное пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 133 с
- 15 Захарова, Ю.А. Методы стимулирования сбыта: учебное пособие/ Ю.А. Захарова, Е. Н. Киселева.— М.: Изд-во «Дашков и К». - 2019. - 120 с
- 16 Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика. / С. В. Карпова— М., Издательство Юрайт, 2019. — 408 с.- [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/425233/p.76 -01.04.2020>.
- 17 Куимова, В.В. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка / В.В. Куимова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 537 с
- 18 Кузнецова, И.Д. Совершенствование коммерческой деятельности торговых предприятий / И.Д. Кузнецова // Проблемы экономики, финансов и управления производством. – 2014. – №35. – С. 7
- 19 Куимова, В.В. Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка / В.В. Куимова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 537 с
- 20 Ковалев, В. В. Организация, технология, проектирование коммерческого предприятия: учебное пособие / В. В. Ковалев. – М.: Экономика, 2014. – 384 с.
- 21 Киселёва, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учебное пособие / Е.Н. Киселёва, О.Г. Буданова. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 187 с.

22 Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия – 2-е изд, ипр. и доп. – М.: ИД «Форум» ИНФА-М, 2014. – 288 с.

23 Кондрашов, В. М. Управление продажами / В. М. Кондрашов; под редакцией В. Я. Горфинкеля //М., ЮНИТИ, 2017. — 319 с.- [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81577.html> -01.04.2020.

24 Лифиц, И.М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И.М. Лифиц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2017. – 437 с

25 Магомедов, А. М. Экономика организаций торговли / А. М. Магомедов //М., Издательство Юрайт, 2020. — 323 с. – [Электронный ресурс] режим доступа: <https://biblio-online.ru/bcode/454633/p.110> -01.04.2020.

26 Мазилкина, Е. И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Е. И. Мазилкина, Г. Г. Паничкина.— Саратов: Корпорация «Диполь», Ай Пи Эр Медиа, 2013. — 388 с. – [Электронный ресурс] режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/16743.html> - 25.03.2020.

27 Менх, Л. В. Организация и управление предприятием / Л. В. Менх, Е. Е. Румянцева // Кемерово, 2014. — 122 с.- [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61270.html> -01.04.2020.

28 Молодой ученый №10/2016: периодическое издание Максимов Н.Н., глав. ред. – Москва: Русайнс 2016- 347 с - [Электронный ресурс] режим доступа: <https://book.ru/book/8484399>

29Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности: монография / Г. В. Маклаков. – М. : Дашков и К, 2016. - 232 с.

30 Никонов, В.А. Источники формирования прибыли предприятия / В.А. Никонов // Вопросы науки и образования. – 2019. – № 2 (45). – С. 57-59

31 Наконечная, Т.В. Направления повышения эффективности деятельности организаций торговли / Т.В. Наконечная // Символ науки. – 2017. – № 03-1. – С. 102-105.

32 Научно-аналитический журнал "Инновации и инвестиции" №1/2019 : периодическое издание / Конотопов М.В., глав. ред.— Москва : Русайнс,

2019. — 278 с. — [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://book.ru/book/932399> - 01.04.2020.

33 Пайдемирова, А.Е. Роль и значение коммерческой деятельности предприятия / А.Е. Пайдемирова // Экономика и эффективность организации производства. – 2018. – №27. – С. 13

34 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. – М.: Дашков и К, 2014. – 500 с.

35 Пигунова, О. В. Стратегия организации торговли / Пигунова О.В., Бондаренко О.Г. - Мн.:Выш. школа, 2017. - 174 с

36 Пильщикова, Н.Ю. Особенности управления конкурентоспособностью торговой организации / Н.Ю. Пильщикова // Экономика и бизнес – 2018. – № 9. – С. 150-153

37 Першина, Т.А. Факторы формирования и основные элементы механизма повышения эффективности деятельности предприятия / Т.А. Першина, Е.Ю. Пивень // Вестник СИБИИТ. – 2017. – № 2 (22). – С. 51-57

38 Пигунова, О. В. Коммерческая деятельность предприятия: учебное пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко.— Минск: Высшая школа, 2014.— 256 с. — [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/35490.html> - 28.03.2020.

39 Памбухчиянц, О. В. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник/ О. В. Памбухчиянц, Л. П. Дашков.- М.: Дашков и К, 2015.- 352 с.

40 Раздолянский, А.В. Место инноваций в деятельности современных коммерческих предприятий / А.В. Раздолянский //Вестник ОрелГИЭТ. — 2014. — № 3. — С. 14-17. — [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/300928> - 01.04.2020.

41 Рудычев, А. А. Инструментарий и методические подходы управления производительностью труда с целью повышения конкурентоспособности промышленного предприятия: монография. / А. А. Рудычев, Е. А. Никитина, С. П. Гавриловская, М. А. Новоятлев— Белгород: Белгородский государ-

ственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2015. — 107 с. — [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66653.html> - 25.03.2020.

42 Региональная экономика: теория и практика. №5/2016: периодическое издание / Круглов В.Н., глав. ред. – Москва: Русайнс 2016 – 22 с. – [Электронный ресурс] режим доступа: <https://book.ru/book/8462399>

43 Савенкова, Н.С. Совершенствование коммерческой деятельности предприятия / Н.С. Савенкова // Проблемы и перспективы развития инновационного предпринимательства. – 2017. – С. 115.

44 Синяева, И. М. Коммерческая деятельность / И. М. Синяева, С. В. Земляк, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев // М, 2013 — 474 с. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61270.html> -01.04.2020.

45 Тарануха, Ю.В. Конкуренция и конкурентоспособность: монография /Тарануха Ю.В.— М.: Русайнс, 2020. — 334 с. — [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://book.ru/book/935637> - 01.04.2020.

46 Таталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н.И. Таталкина, Б.И. Герасимов, Г.И. Терехова. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 232

47 Тарасова, Е.Е. Инновации в коммерческой деятельности / Е.Е. Тарасова, Е.В. Матузенко, Ю.А. Наплекова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2018. — № 2. — С. 198-209. – [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://e.lanbook.com/journal/issue/306599> - 01.04.2020.

48 Тимофеева, С.А. Экономическая эффективность деятельности коммерческих организаций: понятие, методы и совершенствование / С.А. Тимофеева // Научные записки Орел ГИЭТ. – 2013. – №2. – С. 37

49 Управление компанией №2/2015: периодическое издание Хомутский Д.Ю., глав. ред. – Москва: Русайнс 2015 – 80 с. – [Электронный ресурс] режим доступа: <https://book.ru/book/8442399>

50 Якунина, А.И. Роль Байера в коммерческой деятельности организации / А.И. Якунина, А.П. Антонов// Инновационная наука.- 2017.- № 4.- С. 232.- [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-bayera-v-kommercheskoy-deyatelnosti-organizatsii/viewer> - 11.03.2020