

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: «Совершенствование коммерческой деятельности предприятия (на примере ООО «Центр перспективных разработок»)

| | | |
|---|-----------------|----------------------------------|
| Исполнитель студент группы 673 УЗБ(2) | _____ | <u>М.Е.Никитенко</u> (И.О.Ф.) |
| | (подпись, дата) | |
| Руководитель <u>доцент, канд. тех. наук</u> должность | _____ | <u>Н.А.Бабкина</u> (И.О.Ф.) |
| | (подпись, дата) | |
| Нормоконтроль | _____ | <u>Н.Б.Калинина</u> (И.О.Ф.) |
| | (подпись, дата) | |

Благовещенск 2020

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

Факультет Экономический

Кафедра Экономическая безопасность и экспертиза

УТВЕРЖДАЮ

Зав.кафедрой _____

« _____ » _____ 2019

З А Д А Н И Е

К выпускной бакалаврской работе (проекту) студента

Никитенко Маргариты Евгеньевны

1. Тема выпускной бакалаврской работы

Совершенствование коммерческой деятельности предприятия (на примере ООО «Центр перспективных разработок»)

(утверждено приказом от 05.11.19 № 2778-уч)

2. Срок сдачи студентом законченной работы(проекта) _____

3. Исходные данные к выпускной квалификационной работе

Учебная литература в области организации коммерческой деятельности, периодическая литература, бухгалтерская отчетность

4. Содержание выпускной бакалаврской работы (проекта) (перечень подлежащих разработке вопросов

1) Теоретические аспекты совершенствования коммерческой деятельности предприятия. 2) Анализ коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок».

3) Пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок».

5. Перечень материалов приложения (наличие чертежей, таблиц, графиков, схем, программных продуктов, иллюстративного материала и т.п.)

Анкета

6. Консультанты по выпускной бакалаврской работе (проекту) (с указанием относящихся к ним разделов) _____

7. Дата выдачи задания 29.12.2019 г.

Руководитель выпускной бакалаврской работы (проекта)

Бабкина Наталья Арсентьевна, доцент, кандидат технических наук

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

Задание принял к исполнению (дата) 29.12.2019 г.

_____ (подпись студента)

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 86 с., 25 таблиц, 13 рисунков, 50 источников, 1 приложение.

КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ, БЮДЖЕТ, ДИАГРАММА ГАНТА, СЕТЕВАЯ МОДЕЛЬ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Целью бакалаврской работы является исследование особенностей и проблем коммерческой деятельности организации сферы информационных услуг, а также разработка мероприятий, направленных на ее совершенствование.

Предметом исследования бакалаврской работы является коммерческая деятельность организаций в инфраструктуре рынка.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Центр перспективных разработок» (сокращенное наименование: ООО «ЦПР»).

Период исследования: 2016 – 2018 гг.

В теоретической части бакалаврской работы раскрыта сущность коммерческой деятельности организаций, а также выявлены особенности ведения бизнеса в области информационных услуг.

В практической части бакалаврской работы представлены результаты анализа коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных технологий», на основе которых определены текущие проблемы.

В проектной части бакалаврской работы разработаны направления совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок», представлен экономический эффект от реализации предложенного направления.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|--|----|
| Введение | 5 |
| 1 Теоретические аспекты совершенствования коммерческой деятельности предприятия | 8 |
| 1.1 Сущность коммерческой деятельности предприятия | 8 |
| 1.2 Пути совершенствования коммерческой деятельности | 14 |
| 1.3 Особенности ведения бизнеса в области информационных услуг | 20 |
| 2 Анализ коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок» | 24 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Центр перспективных разработок» | 24 |
| 2.2 Особенности и принципы организации коммерческой деятельности в ООО «Центр перспективных разработок» | 44 |
| 2.3 Оценка экономических показателей коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок» | 53 |
| 3 Пути совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок» | 65 |
| 3.1 Экономическое обоснование необходимости совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок» | 65 |
| 3.2 Разработка направлений совершенствования коммерческой деятельности в ООО «Центр перспективных разработок» | 69 |
| 3.2 Экономическая эффективность предложенных мероприятий | 74 |
| Заключение | 78 |
| Библиографический список | 82 |
| Приложение А Форма анкеты, использованной при опросе потребителей | 87 |

ВВЕДЕНИЕ

В современных экономических условиях сфера информационных услуг приобретает все большее значение, в связи с ростом потребности в приобретении товаров и услуг указанной сферы, что обуславливает возможности для совершенствования коммерческой деятельности, посредством внедрения информационных средств и технологий в деятельность экономических субъектов.

Коммерческая деятельность организаций в сфере информационных услуг характеризуется существенными различиями от экономических субъектов иных сфер деятельности. В качестве таких отличий, следует выделить фактор неопределенности, который связан с отсутствием необходимого объема информации о потенциальных рисках и угрозах, которые могут сказаться на результатах коммерческой деятельности организаций указанной сферы. Также деятельность организаций в сфере информационных услуг характеризуется наличием большего перечня рисков, связанных с возможностью возникновения непредвиденных последствий, способных отрицательным образом повлиять на результаты коммерческой деятельности организаций.

Таким образом, коммерческая деятельность организаций в сфере информационных услуг характеризуется наличием рисков, не присущих организациям других сфер деятельности, что определяет необходимость их своевременного выявления, а также оценки с использованием количественных и качественных методов, что позволит определить потенциальный уровень их влияния на деятельность организации.

Современный рынок информационных услуг создает благоприятные условия для развития электронной коммерции, которая представляет собой совокупность процессов в отношении продажи товаров, работ или услуг, посредством использования каналов электронной связи. Указанная форма продажи является сравнительно новой на территории России, при этом стремительно набирающей обороты, чему способствуют ее преимущества, как для потребителей, так и для продавцов. В качестве преимущества электронной коммерции

для потребителей, следует выделить: возможность приобретения товаров, работ или услуг по сниженным ценам; существенная экономия времени, по сравнению с традиционными формами продажи; возможность совершать покупки не выходя из дома.

Основным преимуществом электронной коммерции для продавца, являются более низкие расходы, обусловленные необходимостью наличия широкой торговой площади, большого штата торгового персонала, а также возможность применять методы стимулирования продаж без дополнительных затрат.

Таким образом, электронная коммерция обладает рядом преимуществ, что определяет текущие темпы ее мирового развития. При этом невозможно сделать вывод о полном вытеснении электронной коммерцией традиционных форм продажи, но возможно говорить о высоком уровне конкурентоспособности указанной формы продажи.

Актуальность выбранной темы исследования заключается в широком развитии сферы информационных услуг в мире. Организации указанной сферы деятельности обладают множеством особенностей, по сравнению с организациями других сфер, основной такой особенностью является слабый уровень ее изученности, что определяет дополнительные риски коммерческой деятельности организаций рассматриваемой сферы.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в возможности применения предложенных направлений совершенствования коммерческой деятельности в практической работе организаций сферы информационных услуг.

Целью бакалаврской работы является исследование особенностей и проблем коммерческой деятельности организации сферы информационных услуг, а также разработка мероприятий, направленных на ее совершенствование.

Задачами бакалаврской работы являются:

- представить сущность коммерческой деятельности организаций;
- исследовать пути совершенствования коммерческой деятельности;
- выявить особенности ведения бизнеса в области информационных

услуг;

- дать организационно-экономическую характеристику ООО «Центр перспективных разработок»;

- определить особенности и принципы организации коммерческой деятельности в ООО «Центр перспективных разработок»;

- провести оценку экономических показателей коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок»;

- представить экономическое обоснование необходимости совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок»;

- разработать направления совершенствования коммерческой деятельности в ООО «Центр перспективных разработок»;

- определить экономическую эффективность предложенных мероприятий.

Предметом исследования бакалаврской работы является коммерческая деятельность организаций в инфраструктуре рынка.

Объектом исследования является общество с ограниченной ответственностью «Центр перспективных разработок» (сокращенное наименование: ООО «ЦПР»).

Период исследования: 2016 – 2018 гг.

Информационной базой исследования бакалаврской работы стали: актуальные материалы учебной литературы в области организации коммерческой деятельности, а также периодическая литература, раскрывающая особенности и проблематику организации коммерческой деятельности организаций в сфере информационных услуг.

Методами исследования, использованными в бакалаврской работе, стали: абстрактно-логический метод, метод горизонтального и вертикального анализа, метод финансовых коэффициентов, графический метод и другие.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНФРАСТРУКТУРЕ РЫНКА

1.1 Сущность коммерческой деятельности организаций

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

Коммерческая деятельность является частью предпринимательской деятельности на товарном рынке и отличается от нее отсутствием процесса производства продукции, оказания работ или выполнения услуг. Таким образом, коммерческая деятельность является более узким понятием, чем предпринимательская деятельность. Любая организация, действующая на товарном рынке и предлагающая к приобретению определенные товары, является субъектом продажи. При этом если такая организация предполагает получение прибыли от продажи товаров на товарном рынке, данная деятельность расценивается как коммерческая, в связи с тем, что основной ее целью, является получение прибыли.¹

Предприниматель всегда стремится приобретать ресурсы и пользоваться услугами в соответствии со своими собственными коммерческими интересами. Задача, которую ставит перед ним рынок, сводится к необходимости создать качественный товар и выгодно его реализовать. Поэтому материально-техническое снабжение (закупки и т.п.), как одно из основных условий создания товара, следует полностью отнести к коммерческой деятельности и рассматривать в качестве ее важнейшего элемента.²

Объектами коммерческой деятельности являются товары, которые характеризуются материально-вещественной формой и услуги (или работы), присут-

¹ Томилова, Н.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущностные и основные направления // Сибак. 2016. № 9. С. 131.

² Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность. Минск: Высшая школа. 2015. С. 12.

ствующие в сфере обращения и относимые к нематериальным благам. Основными видами коммерческой деятельности организации, являются: организационно-коммерческая, товароведно-экспертная, маркетинговая, торгово-экономическая, аналитическая, торгово-закупочная, внешнеторговая.

Предметом коммерческой деятельности выступает купля-продажа товаров, работ или услуг, в зависимости от сферы деятельности организации. Для обеспечения выполнения указанных процессов, предмет сделки должен обладать потенциальной полезностью для потребителя. Указанной свойство определяет способность какого-либо продукта труда удовлетворять индивидуальные конкретные потребности с учетом доступности по цене определяется двумя его неотъемлемыми характеристиками: качеством и ценой. Соотношение между ними, сложившееся в той или иной рыночной ситуации, дает возможность потенциальному потребителю решать принципиальный вопрос – нужен ли и доступен ли ему конкретный предлагаемый товар.³

Также предмет коммерческой деятельности обладает реальной полезностью, которая появляется в момент его приобретения потребителем (реализации продавцом), т.е. в результате обмена.

Потенциальная полезность предмета коммерческой деятельности может стать реальной при выполнении следующих условий:

- наличие у данного товара потенциальной полезности, соответствие его потребительских свойств существующим запросам, т.е. наличие внутреннего фактора, оказывающего воздействие на предварительный выбор покупателя;
- наличие у продавца достаточного количества потенциально полезного товара в нужном месте и в нужное время или внешние условия для реализации выбора.

Создание условий для реализации потенциальной полезности товара является важнейшей задачей коммерческой деятельности. Именно для этих целей и формируются соответствующие службы сбыта, накапливаются материальные запасы, создаются торгово-посреднические фирмы.

³Гуляков, Ю.В. Коммерция. Теория коммерческой деятельности. М.: Юрайт. 2016. С. 32.

Сущность коммерческой деятельности организации отражается в ее элементах, которыми являются: процессы закупки товаров у поставщиков, организации транспортировки товаров, обеспечение сохранности товаров в складских помещениях, выкладка товаров в торговом зале, а также продажи товаров, которые являются заключающим этапом в совокупности процессов, составляющих коммерческую деятельность организации.⁴

Реализация коммерческой деятельности невозможна без процессов снабжения, в связи с чем, они представляют собой основной элемент рассматриваемых процессов. Работа по закупкам товаров направлена на обеспечение такого объема товарных запасов, который способен удовлетворить потребительский спрос на определенные группы товаров, а также обеспечить стабильную деятельность организации. Рассматриваемый элемент включает в себя следующие процессы:

- планирование материальной потребности;
- организация приобретения ресурсов и доставка их на предприятие;
- регулирование размеров материальных запасов;
- организация и контроль потребления ресурсов на предприятии необходимо выполнять специальными подразделениями.⁵

Организация закупочной деятельности, как правило, возлагается на следующие отделы и службы: отдел материально-технического снабжения (обеспечения), отдел производственной (производственно-технической и производственно-технологической комплектации), служба комплектования оборудованием строящихся объектов (в зависимости от особенностей организационной структуры организации).

Также существенно значимым элементом для коммерческой деятельности организации, является сбыт продукции. Функцию сбыта выполняет специальная служба предприятия, которая организует формирование партий отгрузки,

⁴Борбодоев, М.М. Методологические аспекты организации коммерческой деятельности потребительских рынков. Молодой ученый. 2016. № 25. С. 248.

⁵ Томилова, Н.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущностные и основные направления // Сибак. 2016. № 9. С. 133.

занимается продвижением товара на рынок, осуществляет поиск и оформление отношений с покупателями (клиентами). В современных условиях успех этой деятельности в большой степени зависит от профессионализма сбытового персонала и поэтому основной технологией работы службы сбыта становится маркетинг.⁶

Отдельной группой процессов, составляющих коммерческую деятельность, являются торгово-посреднические операции. Участие посредников в товародвижении сказывается на продажной цене товаров, за счет посреднической наценки. При этом многие процессы коммерческой деятельности невозможны без присутствия в них посредников. Так, посредническая деятельность имеет огромное значение при организации поставок товаров в розничное торговое предприятие от производственного предприятия. Посредники позволяют организовать доставку товаров к местонахождению организации к определенным срокам. Таким образом, они обеспечивают сбыт продукции производственной организации и снабжение торговой организации.

Исходя из функций посредников, указанной группой могут также выступать торговые организации, обеспечивающие реализацию товаров конечному потребителю. В данном случае, роль посредников неопределима, так как организация коммерческой деятельности без них, невозможна.

Коммерческая деятельность всегда связана с выполнением операций по доведению материальных ресурсов от поставщиков до потребителей. К таким операциям относятся:

- у изготовителей – подготовка продукции к отправке, отгрузка, отпуск и ее документальное оформление;
- на складах посреднических и транспортных предприятий в процессе движения продукции – ее приемка, хранение, формирование комплектных партий, отгрузка;
- на складах предприятий-потребителей – приемка продукции по количеству и качеству, хранение, доведение приобретенных материалов до высокой

⁶Гуляков, Ю.В. Коммерция. Теория коммерческой деятельности. М.: Юрайт. 2016. С. 34.

степени технологической готовности к производственному потреблению, отпуск и доставка материалов к рабочим местам.

Представленные операции, возможно, разделить на две условные категории: сбытовые и снабженческие. Первая группа операций направлена на производство и поставку продукции. Вторая группа операций связана с потреблением материальных ресурсов, получением материальных ресурсов и обеспечением ими предприятий производственной и непроизводственной сферы.⁷

Необходимо отметить, что коммерческая деятельность организации направлена на получение прибыли. Таким образом, принято считать, что коммерческую деятельность осуществляют исключительно коммерческие организации. Некоммерческие организации имеют своей целью удовлетворение социальных потребностей. Подобные организации могут относиться к государственному и негосударственному сектору. К первой группе организаций следует отнести государственные и муниципальные учреждения образования, здравоохранения, социального обеспечения и прочие. Ко второй группе экономических субъектов относят социально-ориентированные организации, не преследующие цель получения прибыли. При этом учитывая условия современной экономики, любые экономические субъекты должны обладать финансовыми ресурсами для реализации поставленных целей и задач. В связи с чем, обе группы организаций прибегают к осуществлению коммерческой деятельности, для того, что обеспечить себя необходимыми источниками финансирования, которые направляются на реализацию государственного или муниципального задания (касается государственных и муниципальных учреждений), или на реализацию социально-значимых мероприятий (касается некоммерческих социально-ориентированных организаций). Таким образом, коммерческая деятельность присуща любым видам экономических субъектов, вне зависимости от их формы и типа.⁸

⁷Борбодоев, М.М. Методологические аспекты организации коммерческой деятельности потребительских рынков. Молодой ученый. 2016. № 25. С. 251.

⁸ Томилова, Н.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущностные и основные направления // Сибак. 2016. № 9. С. 137.

Коммерческая деятельность организаций связана с различными затратами трудовых, материальных, финансовых, а также информационных ресурсов. Затраты принято разделять на следующие группы:

- текущие затраты, связанные с осуществлением основных видов деятельности и необходимых для стабильной работы организации;
- тактические затраты, связанные с реализацией коммерческой деятельности организации в краткосрочной периоде (не более года);
- стратегические затраты, обусловленные развитием и совершенствованием коммерческой деятельности организации в будущих периодах. Указанные затраты определяются на длительный период времени (более года).

В целях достижения эффективности коммерческой деятельности, все представленные группы затрат должны быть экономически обоснованы и направлены на достижение основной цели коммерческой деятельности - получение прибыли. Для этого коммерческие организации осуществляют расчет продажной цены товаров, исходя из совокупности затрат, связанных со снабжением и желаемого уровня прибыли. Процессы установления продажной цены, а также связанные с ними операции, в совокупности, представляют собой систему ценообразования, которая позволяет сформировать ценовую политику организации.⁹

Ценовая политика существенно сказывается на результатах продаж товаров: цена определяется исходя из текущего соотношения потребительского спроса на товары и их предложения. Оптимальной ценой считается цена на товары, находящаяся в точке равновесия спроса и предложения. При установлении цены выше равновесной, происходит снижение потребительского спроса, за счет сокращения готовности потребителей приобрести товары и увеличивается предложение, так как продавец заинтересован в продаже товаров по более высоким ценам. При возникновении противоположной ситуации, т.е. установления цены ниже равновесной, происходит увеличение потребительского спро-

⁹Борбодоев, М.М. Методологические аспекты организации коммерческой деятельности потребительских рынков. Молодой ученый. 2016. № 25. С. 250.

са на товары и снижение их предложения. Таким образом, действует закон спроса и предложения. Установление цены на уровне, при котором потребитель готов купить товар, а продавец готов продать, является оптимальной.¹⁰

Представленные сведения позволяют сделать вывод о необходимости организации процессов коммерческой деятельности таким образом, чтобы обеспечить удовлетворенность потребителей объемом и качеством реализуемых товаров и удовлетворенность продавца, способного извлечь из процессов коммерческой деятельности экономические выводы.

1.2 Пути совершенствования коммерческой деятельности

Вопросы совершенствования коммерческой деятельности раскрыты в работах многих экономистов. Так, в трудах О.Н. Семирхановой изложены следующие положения: «результаты коммерческой деятельности предприятия зависят от эффективности использования производственных ресурсов. Эффективное ведение коммерческой деятельности обусловлено влиянием многочисленных факторов – ценой реализации, себестоимостью, уровнем товарности, выгодными каналами реализации продукции многими другими факторами»¹¹.

Получение желаемых результатов коммерческой деятельности организации, в первую очередь возможно, с помощью достижения окупаемости затрат. В связи с чем, данному показателю уделяют особое внимание в ходе оценки показателей коммерческой деятельности.

Окупаемость затрат коммерческого предприятия зависит от многих факторов внешней и внутренней среды, в связи с чем, важное значение имеет количественное влияние указанных факторов на результаты коммерческой деятельности. Одним из основных методов, используемых при количественной оценке факторов, является корреляционно-регрессионный анализ, позволяющий определить наличие и тесноту связи между анализируемыми показателями. В целях экономии трудовых, временных и финансовых ресурсов, для выполнения указанной задачи, используют специальное программное обеспече-

¹⁰Гуляков, Ю.В. Коммерция. Теория коммерческой деятельности. М.: Юрайт. 2016. С. 38.

¹¹Семирханов, О.Е. Совершенствование организации коммерческой деятельности на предприятии // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. 2016. № 3. С. 150.

ние. Результаты корреляционно-регрессионного анализа могут быть использованы в качестве экономического обоснования необходимости реализации мероприятий, направленных на совершенствование коммерческой деятельности.¹²

Немаловажную роль при разработке направлений совершенствования коммерческой деятельности организации, играют результаты анализа затрат предприятия, которые в целях оценки группируются по различным критериям: по отношению к технологическому процессу (основные, накладные), по способу включения в себестоимость (прямые и косвенные), по составу (одноэлементные и комплексные), по периодичности возникновения (постоянные и периодические), по экономическим элементам (материальные затраты, оплата труда, страховые взносы, электроэнергия на технологические нужды, прочие). Выбор классификации затрат обусловлен особенностями коммерческой деятельности организации. Анализ затрат организации, совместно с определением факторов на них влияющих, а также оценкой таких факторов, позволяет определить целесообразность осуществления тех или иных расходов. В результате такого анализа, нецелесообразные расходы исключаются, а также оптимизируются иные расходы, необходимые для стабильной деятельности организации.

Также в процессе разработки мероприятий, направленных на совершенствование коммерческой деятельности, существенное значение имеет анализ товарооборота по группам товаров с применением специальных методов: матрица БКГ, ABC, XYZ и других. Указанные методики позволяют получить результаты о местоположении товаров на определенном рынке, а также об уровне потребительского спроса на них. Результаты анализа товарооборота с применением указанных методик позволяют определить наиболее и наименее перспективные для организации товары. По итогам подобной оценки, принимается решение о расширении определенной группы товаров, или исключении их из ассортимента организации.

Исходя из представленных сведений, выделяют два основных направле-

¹²Нюренбергер, Л.Б. Проблемы управления коммерческой деятельностью предприятия: стимулы и препятствия к внедрению системы маркетинга // Проблемы современной экономики. 2017. № 3. С. 186.

ния совершенствования коммерческой деятельности и достижения более высоких показателей эффективности: снижение расходов и увеличение доходов организации. Первое направление реализуется посредством исключения экономически необоснованных и нецелесообразных затрат, что позволяет сократить расходы организации, за счет происходит увеличение прибыли. Таким образом, при реализации подобных мер, достигается повышение эффективности использования ресурсов организации, т.е. происходит увеличение прибыли, приходящейся на рубль затрат. Таким образом, инвестиции в коммерческую деятельность организации позволяют достичь более высоких финансовых показателей. В качестве конкретных мер, направлены на сокращение затрат организации, могут быть рассмотрены:

- смена поставщиков, предлагающих товары по более низким ценам;
- изменение маршрута доставки товаров, в целях сокращения транспортных расходов;
- изменение вида используемого транспорта;
- оптимизация расходов на хранение товаров, с помощью оптимизации процессов складирования и хранения;
- сокращение иных коммерческих расходов.¹³

Реализация указанных мер позволяет достичь более быстрой окупаемости затрат. Представленные меры должны обеспечивать высокий уровень качества товаров и обслуживания, что является залогом стабильных продаж в организации. При этом подобные мероприятия не могут применяться бесконечно. Для каждой организации, может быть определена минимальная величина расходов, которая обеспечивает соблюдение требования оптимальности и целесообразности расходов организации, а также обеспечивает стабильный спрос на товары организации, за счет достижения необходимого уровня качества.

Более перспективной группой мер, направленных на совершенствование коммерческой деятельности организации, являются мероприятия, направленные на рост объемов продаж. Подобные меры реализуются посредством стиму-

¹³Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. М. : Дашков и Ко. 2016. С. 54.

лирования потребительского спроса: система скидок, акции, рекламная деятельность, снижение цен и др. Указанная группа мероприятий может применяться постоянно, в целях достижения высокого потребительского спроса и необходимого уровня финансовых результатов.

Несомненно, наиболее эффективными, являются мероприятия, направленные как на оптимизацию расходов, так и на рост объемов продаж. В таком случае, достигается наибольший уровень эффективности коммерческой деятельности организации.

В качестве направлений совершенствования коммерческой деятельности, последнее время существенную роль приобрела электронная коммерция, которая представляет собой «любой процесс, который деловая организация производит посредством сети, связанных между собой компьютеров»¹⁴. Иначе говоря, электронная коммерция представляет собой форму бизнес-процессов, в которой взаимодействие между субъектами происходит электронным образом.

Иное определение электронной коммерции представлено в трудах К.В. Кондратьевой. По мнению исследователя, «под электронной коммерцией понимается сфера экономики, которая включает в себя все финансовые и торговые транзакции, осуществляемые при помощи компьютерных сетей, и бизнес-процессы, связанные с проведением таких транзакций. Электронная коммерция также включает в себя электронный обмен информацией, электронное движение капитала, электронную торговлю, электронные деньги, электронный маркетинг, электронный банкинг и электронные страховые услуги»¹⁵.

Объектами электронной коммерции являются: товар, включая материальные ценности, изделия, предметы, сырье, продукцию производственно-технического назначения и иные объекты права собственности, работы или услуги.¹⁶

К субъектам «электронной коммерции» относятся:

¹⁴ Савченко, Н.К. Электронная коммерция – инновационная форма ведения бизнеса // Молодой ученый. 2017. № 5. С. 235.

¹⁵ Кондратьева, К.В. Электронная коммерция в России // Молодой ученый. 2018. № 50. С. 148.

¹⁶ Нюрнбергер, Л.Б. Проблемы управления коммерческой деятельностью предприятия: стимулы и препятствия к внедрению системы маркетинга // Проблемы современной экономики. 2017. № 3. С. 188.

- физические лица;
- юридические лица, в том числе иностранные, независимо от вида собственности и организационно-правовой формы: финансовые институты; прочие юридические лица;
- государство как субъект права: органы власти; представители государственных организаций, которые участвуют в электронной коммерции в качестве: лиц, осуществляющих электронную коммерцию; покупателей и заказчиков соответствующих товаров, работ или услуг; посредников в электронной коммерции»¹⁷.

Направления электронной коммерции принято подразделять на четыре основные категории:

- бизнес-бизнес;
- бизнес-потребитель;
- бизнес-администрация;
- потребитель-администрация (рисунок 1).

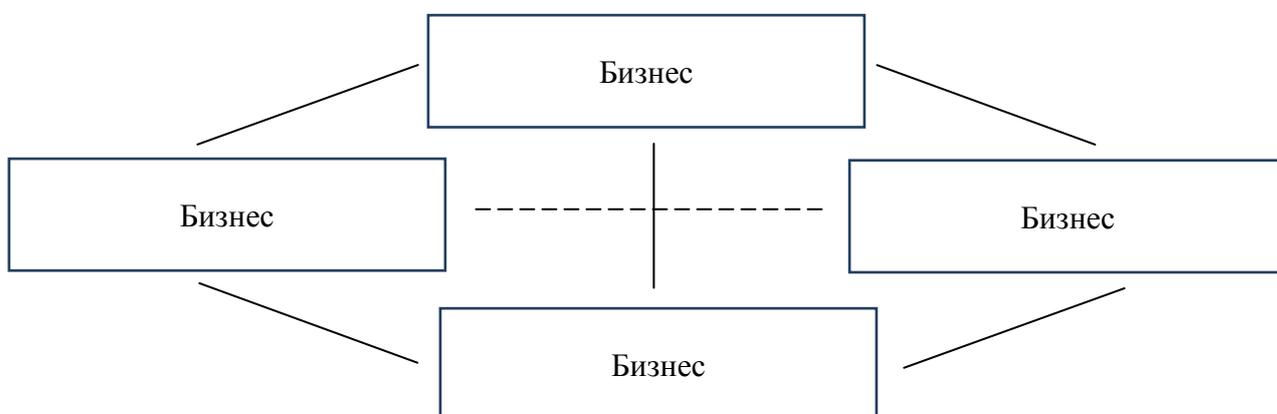


Рисунок 1 – Категории электронной коммерции

Говоря об инновационном развитии электронных коммуникациях торговых предприятий, можно выделить четыре основных направления работы:

- развитие интернет-сайта;
- информационное продвижение магазинов и товаров в интернет, разме-

¹⁷ Савченко, Н.К. Электронная коммерция – инновационная форма ведения бизнеса // Молодой ученый. 2017. № 5. С. 235.

щение информации на профессиональных ресурсах, неформальное общение;

- организация отдела Интернет-торговли;
- совершенствование информационной среды в торговом зале.¹⁸

Преимуществами электронной коммерции является экономия времени потребителей на приобретение товаров, а также экономия финансовых ресурсов организации, что достигается за счет отсутствия необходимости наличия торговых площадей. Электронная коммерция характеризуется более низкими затратами на реализацию коммерческой деятельности, по сравнению с другими формами торговли. Необходимо отметить, что «в дополнение к экономически эффективному привлечению клиентов часто на незнакомой территории инфраструктура торговых площадок предлагает продавцам широкий выбор необходимых услуг по поддержке, необходимых для эффективного функционирования бизнеса в том числе способы оплаты, обслуживание клиентов, маркетинг и продвижение»¹⁹. Учитывая наличие указанных преимуществ, электронная коммерция постепенно набирает масштабные обороты деятельности.²⁰

Несмотря на достаточно сильную ускоренность глобальных электронных торговцев в онлайн-пространстве, им все еще сложно конкурировать с национальными игроками на локальных рынках. Получение признания иностранными виртуальными потребителями ничем не отличается от признания обычных иностранных розничных торговцев на местном рынке реальными потребителями, им точно так же необходимо адаптировать свое предложение под особенности конкретной страны. Поэтому особенной популярностью пользуется привлечение сторонних электронных рынков. Особенно прослеживается эта тенденция на развивающихся рынках, где покупателей переводят непосредственно на торговые площадки, многие из которых стали признанными и надежными брендами. Их выбор и удобство очень ценны для потребителей, так же, как и их масштабы, и наличие обширной базы потенциальных клиентов.

¹⁸Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов. М. : Дашков и Ко. 2016. С. 57.

¹⁹Крапоница, Ю.Э. Рынок электронной коммерции: мировые тенденции и российские реалии // РИНХ. 2016. № 2. С. 45.

²⁰Кондратьева, К.В. Электронная коммерция в России // Молодой ученый. 2018. № 50. С. 149.

Таким образом, электронная коммерция характеризуется ускоренными темпами развития, особенно на рынках развивающихся стран. При этом невозможно сказать, что в будущих периодах, электронная коммерция полностью вытеснит традиционные формы торговли, но сможет составить им серьезную конкуренцию.

1.3 Особенности ведения бизнеса в области информационных услуг

Современный этап развития информационных технологий связан с прорывом в научно-технологической сфере, телекоммуникационной революцией и переходом большинства стран мира на схожий уровень управления национальной экономикой. Интернет становится неотъемлемой частью политической и экономической жизни страны, а информационные потоки, распространяемые через виртуальную сеть, способствуют модернизации производственной деятельности и активному развитию рынка информационных услуг.

По мнению исследователей Е.В. Ильиной и О.В. Бахаревой, «рынок информационных услуг отличается от других сфер деятельности тремя специфическими эффектами:

- прямой сетевой эффект, проявляющийся в масштабном увеличении дохода в процессе использования информационных услуг и увеличении числа пользователей вследствие их полезности;

- эффект возрастающих ожиданий, т.е. субъекты на рынке в условиях роста полезности информационных услуг увеличивают объем потребления, процесс интернетизации и использование информационных технологий способствует наращению пользы и увеличивают необходимость постоянного их применения потребителями, в том числе для минимизации рисков при получении информации;

- эффект высоких постоянных затрат, сопровождающийся низкими предельными издержками. Внедрение информационных технологий требует большого количества вложений, однако вследствие постоянной потребности и эффекта возрастающих ожиданий, использование и приобретение товаров и информационных услуг субъектов ведет к снижению этих постоянных издержек и

резкому возрастанию прибыли»²¹.

Вместе с тем, в условиях открытого доступа к информации субъекты рынка информационных услуг способны быстрее и более эффективно реагировать на изменение как внешней (институциональной и рыночной), так и внутренней среды, что благоприятствует принятию адекватных управленческих решений. Исследование процесса интернетизации определяет круг основных факторов, влияющих на развитие рынка информационных услуг. Перечень этих факторов быстро меняется, однако ведущим фактором остается неопределенность рыночной конъюнктуры, что может наносить угрозы рисков потери капитала. В этой связи базовой частью инструмента гибкого предпринимательского управления на рынке информационных услуг может стать механизм оценки рисков и обоснование критериев эффективности принятия инвестиционных решений.²²

Коммерческой деятельности любой организации, вне зависимости от сферы и отрасли, присущи различного рода риски, методика оценки которых и минимизации которых раскрывается в работах разных исследователей. При этом риски, присущие сфере информационных услуг изучены недостаточным образом, в связи с небольшой длительностью присутствия указанной сферы в экономике.

Деятельность организаций в сфере информационных услуг невозможна без присутствия рисков, в связи с тем, что расширение деятельности на рынке сопряжено с вероятностью наступления непредвиденного неблагоприятного события, которое, в конечном счете, может привести к убыткам либо потере бизнеса хозяйствующего субъекта рынка.

В целях организации эффективной коммерческой деятельности, необходимо выявление рисков, присущих организациям, а также проведение их оценки в целях определения существенности и потенциального негативного влияния

²¹ Ильина, Е.В. Особенности развития рынка информационных услуг в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 2. С. 36.

²² Романова, А.И. Формирование и трансформация капитала на рынке информационных услуг в региональной экономике // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 46.

подобных рисков. Указанные процессы позволяют принимать более верные и обоснованные управленческие решения, а также разработать и применить успешную стратегию на рынке определенных товаров или услуг.

Количественная оценка риска осуществляется последующим направлениям:

- по объему (размеру) риска как величины возможного положительного отклонения реальной стоимости от балансовой стоимости активов и пассивов субъекта рынка информационных технологий;

- по вероятности реализации риска на основе количественного анализа согласно статистических данных федеральных, региональных органов власти или внутренних данных субъекта рынка (проводится анализ факторов, которые влияют на риски, в том числе с применением математических моделей).

В современной экономической литературе приводится множество методик оценки рисков, такие методики подразделяются на качественную и количественную оценку. Первая группа методов предполагает оценку потенциальных рисков на основе метода экспертных оценок, балльного или иного аналогичного метода. Указанные группы методик являются достаточно субъективными, что определяет необходимость использования с ними в совокупности количественных методик оценки рисков.

Вторая группа методов направлена на расчет количественного влияния риска на коммерческую деятельность организации, с помощью применения методов математического моделирования, а также программно-целевых методов.

По мнению исследователя Е.В. Ильиной, «в условиях высоких темпов роста рынка информационных услуг региональной экономики актуально становится проблема идентификации рисков информационных услуг, то есть выявления особо опасных, существенных рисков активного процесса интернетизации и развития информационных систем»²³.

Особенностью рынка информационных услуг является присутствие не-

²³ Ильина, Е.В. Особенности развития рынка информационных услуг в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 2. С. 37.

определенности, что обусловлено отсутствием необходимого объема информации для принятия экономически обоснованных управленческих решений. Указанная особенность определяет возможность отклонения фактических результатов коммерческой деятельности организаций в сфере информационных услуг от запланированных. Подобное отклонение расценивается как риск коммерческой деятельности.

Исследование проблематики в сфере информационных услуг позволило определить следующие «позитивные изменения»:

- увеличение номенклатуры услуг;
- получение необходимой информации об услуге в режиме реального времени;
- оперативность совершения сделки и доступность самой услуги;
- экономия времени, денежных средств при совершении сделок и транзакций;
- мобильность, удобство оплаты, повышение качества обслуживания;
- сокращение транзакционных издержек;
- увеличение прибыли;
- увеличение налоговых отчислений в федеральный и региональный бюджеты²⁴.

Выявление существенных рисков, характерных для рынка информационных услуг способствует эффективному процессу развития рынка информационных услуг, который находится в прямой зависимости от действия сетевого эффекта.²⁵ Таким образом, особенность развития рынка информационных услуг заключается в повышении определенности в условиях внедрения интернетизации во все большие сферы деятельности человека, что способствует снижению рисков ведения бизнеса и эффективному принятию управленческих решений, а так же характеризует развитие самого рынка информационных услуг.

²⁴ Ильина, Е.В. Особенности развития рынка информационных услуг в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 2. С. 38.

²⁵ Романова, А.И. Формирование и трансформация капитала на рынке информационных услуг в региональной экономике // Вестник экономики, права и социологии. 2015. № 1. С. 49.

2 АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЦЕНТР ПЕРСПЕКТИВНЫХ РАЗРАБОТОК»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Центр перспективных разработок»

Общество с ограниченной ответственностью «Центр перспективных разработок» (ООО «ЦПР») создано 24.04.2015 г. Организация расположена по следующему адресу: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Ломоносова, д. 145, офис 2.

Основным видом деятельности ООО «ЦПР» является деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность (ОКВЭД 46.71). Помимо основного вида деятельности, организация осуществляет следующие виды деятельности:

- розничная торговля розничная компьютерами, периферийными устройствами к ним и программным обеспечением в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.41);

- деятельность в области связи на базе проводных технологий (ОКВЭД 61.10);

- разработку компьютерного программного обеспечения (ОКВЭД 62.01);

- деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий (ОКВЭД 62.02);

- деятельность по управлению компьютерным оборудованием (ОКВЭД 62.03);

- деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая (ОКВЭД 62.09);

- деятельность web-порталов (ОКВЭД 63.12) и др.

Таким образом, ООО «ЦПР» осуществляет розничную торговлю следующими группами товаров:

- компьютерные системы;

- периферийные устройства;

- ноутбуки;

- планшеты;
- проекторы;
- комплектующие для компьютеров;
- прочие товары.

Основными группами услуг, реализуемых в ООО «ЦПР», являются:

- разработка компьютерного программного обеспечения;
- деятельность по управлению компьютерным оборудованием;
- деятельность web-порталов;
- ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования;
- ремонт коммуникационного оборудования.

Следует отметить, что ассортимент товаров и услуг ООО «ЦПР» постоянно совершенствуется и обновляется.

Организационная структура управления ООО «ЦПР» представлена линейно-функциональным типом (рисунок 2).



Рисунок 2 – Организационная структура управления ООО «ЦПР»

Общее руководство в ООО «ЦПР» осуществляет генеральный директор, который представляет собой единоличный исполнительный орган. В обязанности генерального директора организации входят:

- руководство финансовой и хозяйственной деятельностью Общества;
- организация работы с целью осуществления эффективного взаимодействия подразделений организации;
- обеспечение выполнения всех обязательств организации перед кредито-

рами;

- организация ведения бухгалтерского учета, обеспечение составления всех форм отчетности;

- утверждение штатного расписания организации, должностных инструкций для сотрудников организации и прочее.

В прямом подчинении у генерального директора ООО «ЦПР» находятся коммерческий и технический директора, а также бухгалтерия. В перечень должностных обязанностей коммерческого директора ООО «ЦПР» входят:

- организация руководства материально-техническим снабжением организации;

- координация разработок и составления перспективных и текущих планов материально-технического обеспечения;

- координация разработок нормативов и стандартов материально-технического обеспечения (запасов материально-технических ресурсов), стандартов качества услуг;

- рекомендации и консультации менеджерам и специалистам по финансовому планированию и продаже; контролирует их работу;

- обеспечение своевременного составления сметно-финансовых и других документов, расчетов, отчетов о выполнении планов материально-технического снабжения, по сбыту готовой продукции (продаже товаров), финансовой деятельности и др.

В подчинении у коммерческого директора находится отдел продаж, сотрудники которого осуществляют переговоры с покупателями по поводу реализации услуг компании, а также занимаются поиском новых потребителей.

Технический директор ООО «ЦПР» осуществляет контроль над деятельностью отдела разработок, а также контролирует процесс реализации услуг. В подчинении у технического директора находится отдел разработок, в обязанности сотрудников которого входит непосредственное оказание услуг, связанное и информационными разработками.

Особенностью организационной структуры управления ООО «ЦПР», яв-

ляется прямая подчиненность бухгалтерии организации генеральному директору. Бухгалтерия организации занимается ведением бухгалтерского и налогового учета, а также осуществляет расчет и уплату налогов и сборов.

В целях исследования масштабов деятельности ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг., в таблице 1 представлены необходимые сведения.

Таблица 1 – Основные экономические показатели деятельности ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

| Показатели | Значение показателей, тыс. руб. | | | Абсолютный прирост, тыс. руб. | | Относительный прирост, % | |
|--|------------------------------------|---------|---------|-------------------------------|----------------------|--------------------------|----------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Среднегодовая стоимость основных средств | 128 | 88 | 195 | -40 | 107 | -31,25 | 121,43 |
| Среднегодовая стоимость имущества | 2645 | 6756 | 5177 | 4111 | -1579 | 155,42 | -23,37 |
| Собственный капитал | 2713 | 5559 | 9964 | 2846 | 4405 | 104,88 | 79,24 |
| в том числе: | | | | | | | |
| - уставный капитал | 12 | 12 | 12 | - | - | - | - |
| - нераспределенная прибыль | 2701 | 5547 | 9952 | 2846 | 4405 | 105,35 | 79,41 |
| Заемный капитал | 2385 | 1257 | 2662 | -1128 | 1405 | -47,29 | 111,73 |
| в том числе: | | | | | | | |
| - долгосрочные обязательства | - | - | - | - | - | - | - |
| - краткосрочные обязательства | 2385 | 1257 | 2662 | -1128 | 1405 | -47,29 | 111,73 |
| Выручка | 8991 | 9130 | 13702 | 140 | 4572 | 1,55 | 50,07 |
| Себестоимость | 6349 | 5556 | 4586 | -793 | -971 | -12,48 | -17,47 |
| Прибыль от продаж, | 1264 | 2109 | 2846 | 846 | 737 | 66,95 | 34,94 |
| Чистая прибыль | 1205 | 1998 | 2552 | 793 | 554 | 65,77 | 27,74 |

Согласно сведениям, представленным в таблице 1, в анализируемом периоде наблюдается рост масштабов деятельности ООО «ЦПР». Указанный вывод можно сделать на основе роста среднегодовой стоимости имущества организации. Следует отметить, что достаточно существенный рост показателя был достигнут в 2017 г., по сравнению с 2016 г., показатель увеличился на 4 111 тыс. руб. (155,42 %), при этом за 2017 – 2018 гг. отмечено снижение показателя на 1 579 тыс. руб. (23,37 %). Рост среднегодовой стоимости имущества ООО «ЦПР» в целом за 2016 – 2018 гг. свидетельствует о росте имущественного по-

тенциала исследуемого хозяйствующего субъекта.

Следует отметить, что наибольшая величина имущества организации сформирована за счет собственных источников, при этом в анализируемом периоде наблюдается рост собственного капитала ООО «ЦПР» с 2 713 тыс. руб. в 2016 г. до 9 964 тыс. руб. При этом заемный капитал организации сократился с 2 385 тыс. руб. в 2016 г. до 2 662 тыс. руб. в 2018 г. Существенное превышение собственного капитала ООО «ЦПР» над заемным, свидетельствует о финансовой независимости исследуемой организации от внешних источников финансирования.

О росте масштабов деятельности ООО «ЦПР» свидетельствует рост выручки от продаж на 140 тыс. руб. (1,55 %) за 2016 – 2017 гг. и на 4 572 тыс. руб. (50,07 %) за 2017 – 2018 гг., что обусловлено ростом потребительского спроса на услуги организации. Положительной тенденцией является сокращение себестоимости с 6 349 тыс. руб. в 2016 г. до 4 586 тыс. руб., что свидетельствует об оптимизации расходной части бюджета ООО «ЦПР». Динамика представленных показателей привела к росту чистой прибыли организации на 793 тыс. руб. (65,77 %) за 2016 – 2017 гг. и на 2 552 тыс. руб. (27,74 %) за 2017 – 2018 гг.

На основе проведенного исследования, возможно отметить, что ООО «ЦПР» является динамично развивающейся организацией, завоевавшей признание у потребителей услуг в сфере информационных технологий.

В целях исследования динамики численности персонала ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг., в таблице 2 представлены необходимые сведения.

Таблица 2 – Динамика численности персонала ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

| Показатели | Значение показателей, чел. | | | Абсолютный прирост, чел. | | Относительный прирост, % | |
|--|----------------------------|---------|---------|--------------------------|-------------------|--------------------------|-------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Среднегодовая численность персонала, всего | 8 | 14 | 22 | 6 | 8 | 75,00 | 57,14 |
| в том числе: | | | | | | | |
| - руководители | 5 | 6 | 6 | 1 | - | 20,00 | - |
| из них: | | | | | | | |

Продолжение таблицы 2

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|--------------------------------|---|---|----|---|---|--------|--------|
| а) руководители высшего звена | 3 | 3 | 3 | - | - | - | - |
| б) руководители среднего звена | 2 | 3 | 3 | 1 | - | 50,00 | - |
| - специалисты | 3 | 8 | 16 | 5 | 8 | 166,67 | 100,00 |
| - рабочие | - | - | - | - | - | - | - |

Сведения, представленные в таблице 2 ООО «ЦПР» позволяют сделать вывод о росте численности персонала ООО «ЦПР» в анализируемом периоде на 14 чел. В основном рост исследуемого показателя обусловлен увеличением среднегодовой численности специалистов организации на 5 чел. за 2016 – 2017 гг. и на 13 чел. за 2017 – 2018 гг.

В целях оценки структуры численности персонала ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг., на рисунке 3 представлены необходимые сведения.

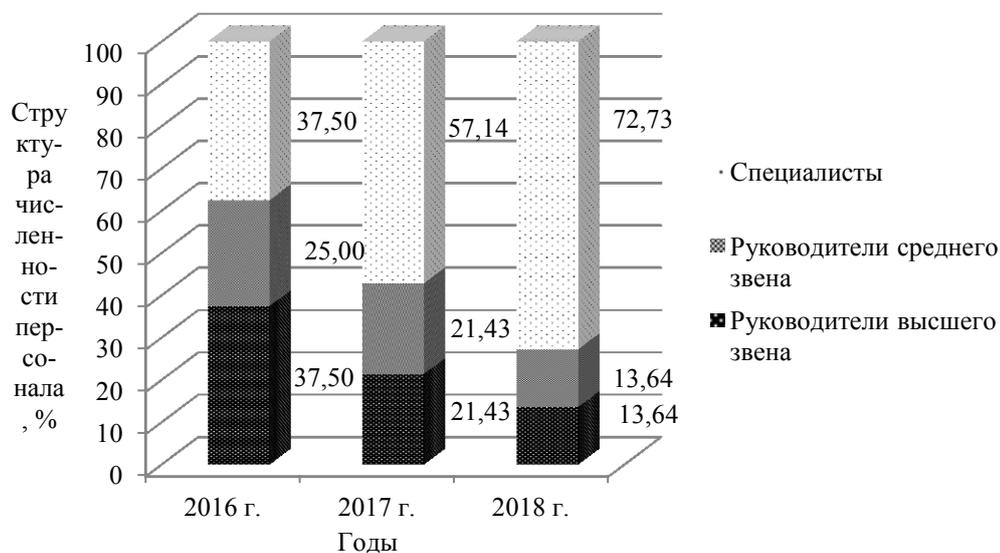


Рисунок 3 – Структура численности персонала ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Согласно сведениям, представленным на рисунке 2, наибольшая доля персонала ООО «ЦПР» представлена специалистами (72,73 % в 2018 г.). Меньшая доля представлена руководителями организации. Следует отметить, что в штатном расписании ООО «ЦПР» отсутствуют должности, попадающие в группу «рабочие», что следует рассматривать как особенность организацион-

ной структуры управления ООО «ЦПР».

Общество с ограниченной ответственностью «Центр перспективных разработок» (ООО «ЦПР») осуществляет деятельность по двум основным направлениям: разработка компьютерного программного обеспечения (ОКВЭД 62.01) и оптово-розничная торговля компьютерами, периферийными устройствами к ним и программным обеспечением в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.41). Конкурентами ООО «ЦПР» являются:

- общество с ограниченной ответственностью «Амурские информационные системы» (ООО «АИС»). Организация расположена по следующему адресу: 675000, г. Благовещенск, пер. Уралова, дом 3, офис 1. Дата регистрации юридического лица: 05.04.2013 г.

В качестве основного вида деятельности в учредительных документах ООО «АИС», указано: деятельность консультативная и работы в области компьютерных технологий (ОКВЭД 62.02). В качестве дополнительных видов деятельности организации, выделены:

- торговля оптовая неспециализированная (ОКВЭД 46.90);
- торговля розничная вне магазинов, палаток, рынков (ОКВЭД 47.9);
- разработка компьютерного программного обеспечения (ОКВЭД 62.01);
- деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая (ОКВЭД 62.09) и др.

Характеристика деятельности ООО «АИС» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Характеристика деятельности ООО «АИС»

| Показатели | Характеристика |
|-------------------------------------|--|
| 1 | 2 |
| Организационно-правовая форма | Общество с ограниченной ответственностью |
| Дата создания организации | 05.04.2013 г. |
| Наличие филиалов | Отсутствуют |
| Общая площадь организации | 54 кв. м. |
| Торговая площадь | 4 кв. м. |
| Наличие обособленной торговой точки | Отсутствует |
| Основные потребители | Юридические лица |
| Объем продаж в 2018 г. | 34 842 тыс. руб., из них продажа компьютеров и комплектующих на сумму 28 529 тыс. руб. |

| 1 | 2 |
|---------------------------------|--|
| Объем продаж в 2018 г. | 34 842 тыс. руб., из них продажа компьютеров и комплектующих на сумму 28 529 тыс. руб. |
| Численность персонала в 2018 г. | 14 чел. |
| Прибыль от продаж | 3 425 тыс. руб. |
| Выручка на одного сотрудника | 2 488,71 тыс. руб. |
| Рентабельность продаж | 9,83 % |

Представленные сведения позволяют положительным образом охарактеризовать деятельность ООО «АИС», учитывая объемы продаж и показатели эффективности деятельности организации.

Следует отметить, что большая часть доходов организации получена от оптовой продажи компьютеров и комплектующих (81,88 %). При этом организация осуществляет поставки указанных групп товаров юридическим лицам, в частности, участвует в реализации контрактной системы в сфере закупок товаров, работ и услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд, согласно нормам федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 01.05.2019 г. № 71-ФЗ).

Особенностью рассматриваемой организации, осуществляющей деятельность в сфере оптовой торговли компьютерами и периферийными устройствами, является отсутствие отдельной торговой точки, что определяется работой преимущественно с юридическими лицами;

- общество с ограниченной ответственностью «Системная интеграция» (ООО «Системная интеграция»). Организация зарегистрирована в качестве юридического лица 27.11.2002 г. по следующему адресу: 675000, Амурская область, г. Благовещенск, ул. Зейская, дом 173, офис 100.

Основным видом деятельности организации является производство электромонтажных работ (ОКВЭД 43.21). Следует отметить, что ООО «Системная интеграция», также как и ООО «АИС», в основном сотрудничает с юридическими лицами и занимается монтажом сетей для компьютерного оборудования. Помимо этого, организация занимается оптовой продажей компьютеров и компьютерного оборудования, а также осуществляет разработку программного

обеспечения.

Основные характеристики деятельности ООО «Системная интеграция» представлены в таблице 4.

Таблица 4 - Характеристика деятельности ООО «Системная интеграция»

| Показатели | Характеристика |
|-------------------------------------|---|
| Организационно-правовая форма | Общество с ограниченной ответственностью |
| Дата создания организации | 27.11.2002 г. |
| Наличие филиалов | Отсутствуют |
| Общая площадь организации | 68 кв. м. |
| Торговая площадь | 8 кв. м. |
| Наличие обособленной торговой точки | Отсутствует |
| Основные потребители | Юридические лица |
| Объем продаж в 2018 г. | 12 132 тыс. руб., из них продажа компьютеров и комплектующих на сумму 8 454 тыс. руб. |
| Численность персонала в 2018 г. | 6 чел. |
| Прибыль от продаж | 826 тыс. руб. |
| Выручка на одного сотрудника | 2 022 тыс. руб. |
| Рентабельность продаж | 6,08 % |

Следует также отметить, что ООО «Системная интеграция» участвует в реализации федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 01.05.2019 г. № 71-ФЗ) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

- индивидуальный предприниматель Прашкович Денис Юрьевич (ИП Прашкович Д.Ю.) зарегистрирован в качестве экономического субъекта (индивидуального предпринимателя 08.07.2013 г.). Основным видом деятельности ИП Прашкович Д.Ю. является розничная торговля розничная компьютерами, периферийными устройствами к ним и программным обеспечением в специализированных магазинах (ОКВЭД 47.41). Также индивидуальный предприниматель занимается разработкой программного обеспечения. Численность персонала на 31.12.2018 г. составляет 8 чел.

Основные характеристики деятельности ИП Прашкович Д.Ю. представлены в таблице 5. Как и другие, ранее рассмотренные экономические субъекты, ИП Прашкович Д.Ю. в основном занимается продажей компьютеров и компьютерного оборудования, при этом основными потребителями являются физиче-

ские лица.

Таблица 5 - Характеристика деятельности ИП Прашкович Д.Ю.

| Показатели | Характеристика |
|-------------------------------------|--|
| Организационно-правовая форма | Индивидуальный предприниматель |
| Дата создания организации | 08.07.2013 г. |
| Наличие филиалов | Отсутствуют |
| Общая площадь организации | 48 кв. м. |
| Торговая площадь | 32 кв. м. |
| Наличие обособленной торговой точки | Имеется |
| Основные потребители | Физические лица |
| Объем продаж в 2018 г. | 6 428 тыс. руб., из них продажа компьютеров и комплектующих на сумму 4 952 тыс. руб. |
| Численность персонала в 2018 г. | 8 чел. |
| Прибыль от продаж | 450 тыс. руб. |
| Выручка на одного сотрудника | 803 тыс. руб. |
| Рентабельность продаж | 6,30 % |

Представленные сведения позволяют сделать вывод о том, что исследуемые организации осуществляют аналогичные виды деятельности, при этом находятся на одном территориальном рынке, что позволяет рассматривать их как конкурентов.

Для построения конкурентной карты рынка электронных товаров и услуг в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска, в таблице 6 представлены исходные данные

Таблица 6 – Исходные данные для построения конкурентной карты рынка электронных товаров и услуг в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска

| Показатели | Объем продаж, тыс. руб. | Доля рынка, % | Темп роста рынка, % |
|---|-------------------------|---------------|---------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| ООО «ЦПР» | | | |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 4022 | 9,85 | 143,36 |
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 9 680 | 2,75 | 169,13 |
| Итого | 13702 | 3,48 | 150,08 |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 6 313 | 15,46 | 146,27 |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|---|--------|------|--------|
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 28 529 | 8,09 | 112,22 |
| Итого | 34 842 | 8,86 | 117,16 |
| ООО «АИС» | | | |
| ООО «Системная интеграция» | | | |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 3 678 | 9,01 | 87,53 |
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 8 454 | 2,40 | 112,22 |
| Итого | 12 132 | 3,08 | 103,38 |
| ИП Прашкович Д.Ю. | | | |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 1 476 | 3,61 | 134,26 |
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 4 952 | 1,40 | 102,58 |
| Итого | 6 428 | 1,63 | 108,46 |

На основе исходных данных, построена конкурентная карты рынка и услуг в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска (рисунок 4).

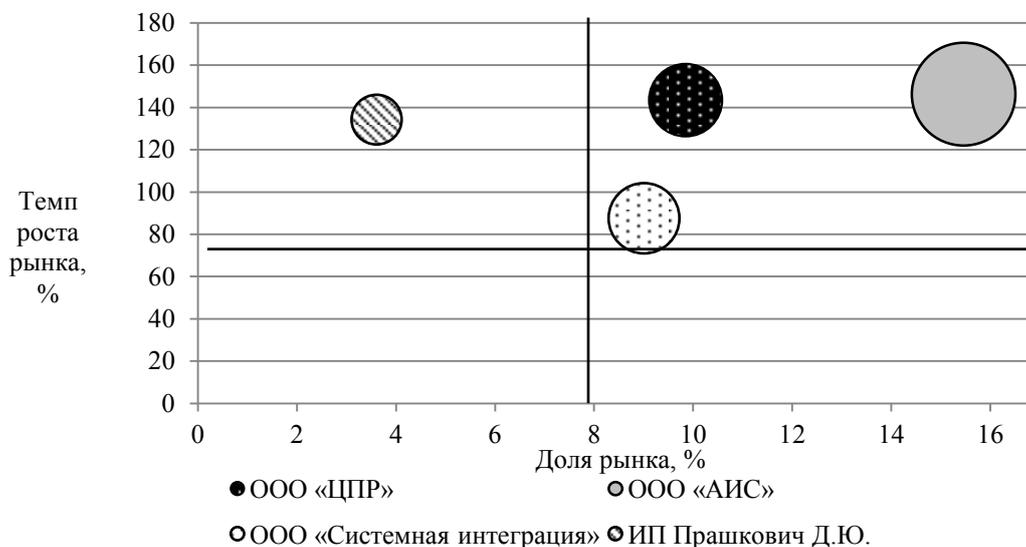


Рисунок 4 - Конкурентная карта рынка услуг в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска

Среди представленных организаций, наибольшей долей рынка и наибольшими темпами роста рынка обладает ООО «АИС». Указанная организация занимает лидирующие позиции на рынке услуг в сфере информационных

технологий, среди рассмотренных экономических субъектов. Наименьшей долей рынка обладает ИП Прашкович Д.Ю., что обусловлено сравнительно небольшими объемами продаж услуг в сфере информационных технологий в 2018 г. ООО «ЦПР» имеет сравнительно большую долю рынка и темпы роста рынка. При этом в целях завоевания большей доли рынка услуг в сфере информационных технологий, в ООО «ЦПР» следует разработать меры, направленные на увеличение объемов продаж.

На рисунке 5 представлена конкурентная карта рынка продаж компьютеров и компьютерного оборудования на территории г. Благовещенска.

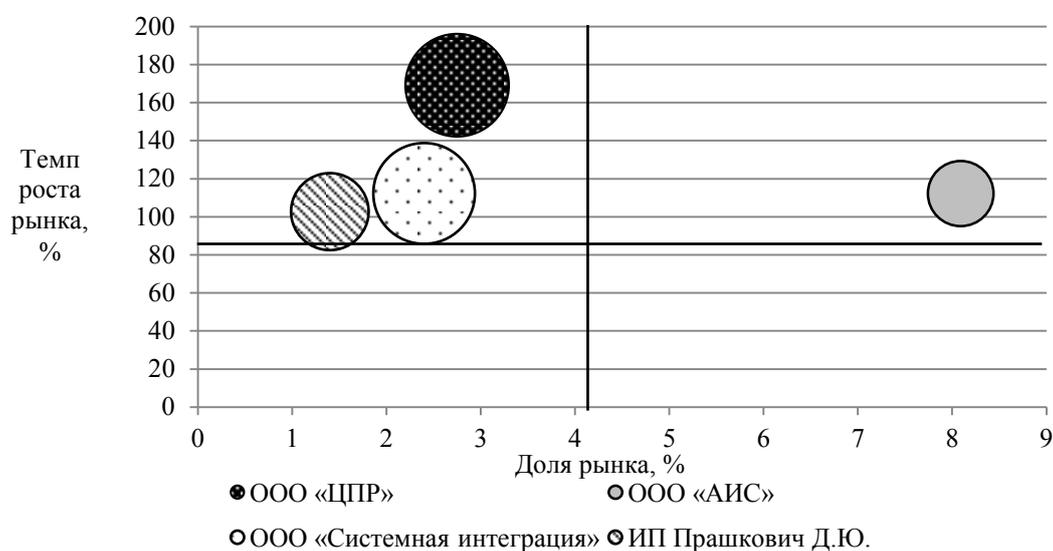


Рисунок 5 - Конкурентная карта рынка продажи компьютеров и компьютерного оборудования на территории г. Благовещенска

Среди представленных организаций, лидирующие позиции занимает ООО «АИС», что определяется более высокой долей рынка организации на рынке продажи компьютеров и компьютерного оборудования г. Благовещенска. При этом указанная организация имеет далеко не самые высокие темпы роста рынка, среди представленных экономических субъектов.

Наибольшими темпами роста рынка в сфере продаж компьютеров и компьютерного оборудования, обладает ООО «ЦПР», что определяет дальнейшие возможности увеличения доли рынка указанной организации, при соблюдении имеющихся темпов роста рынка.

Наименьшая доля рынка в сфере продажи компьютеров и компьютерного оборудования на территории г. Благовещенска, представлена в ООО «Системная интеграция» и ИП Прашкович Д.Ю.

В целях оценки конкурентоспособности указанных организаций на рынке продажи компьютеров и компьютерного оборудования, а также услуги в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска Амурской области, построена звезда (многоугольник) конкурентоспособности на основе результатов оценки конкурентоспособности ранее рассмотренных организаций, с учетом следующих критериев: качество, цены, финансы, сбыт, послепродажное обслуживание, внешняя политика, предпродажная подготовка, концепция. Оценка проведена по десятибалльной шкале. Результаты оценки представленные в таблице 7 отражают субъективное мнение автора настоящей работы.

Таблица 7 – Оценка конкурентоспособности организаций, осуществляющих деятельность в сфере продажи компьютеров и компьютерного оборудования, а также оказывающих услуги в сфере информационных технологий

| Критерии оценки | Оценка (балл) | | | |
|-----------------------------|---------------|-----------|----------------------------|-------------------|
| | ООО «ЦПР» | ООО «АИС» | ООО «Системная интеграция» | ИП Прашкович Д.Ю. |
| Качество | 10 | 10 | 8 | 9 |
| Цены | 9 | 7 | 8 | 9 |
| Финансы | 7 | 9 | 6 | 4 |
| Сбыт | 8 | 9 | 7 | 5 |
| Послепродажное обслуживание | 8 | 8 | 9 | 10 |
| Внешняя политика | 8 | 8 | 6 | 4 |
| Предпродажная подготовка | 9 | 8 | 9 | 9 |
| Концепция | 8 | 10 | 8 | 9 |
| Итого | 67 | 69 | 61 | 59 |

Наибольшим уровнем конкурентоспособности обладает ООО «АИС», в качестве конкурентных преимуществ организации, определены: качество товаров и услуг, а также концепция. При этом низким показателем конкурентоспособности организации, являются высокие цены на оказываемые услуги и реализуемые товары.

ООО «ЦПР» также обладает высоким уровнем конкурентоспособности,

но более низким, чем у ООО «АИС». Конкурентными преимуществами деятельности ООО «ЦПР», являются сравнительно невысокие цены на реализуемые товары и услуги. При этом низким показателем конкурентоспособности организации, являются финансы, что обусловлено недостаточно высокими показателями имущественного и финансового положения, по сравнению с ООО «АИС».

Наиболее низким уровнем конкурентоспособности, обладают ООО «Системная интеграция» и ИП Прашкович Д.Ю. Среди конкурентных преимуществ ООО «Системная интеграция», определены: предпродажная подготовка и послепродажное оборудование. Конкурентными преимуществами ИП Прашкович Д.Ю. помимо указанных аспектов, является концепция (рисунок 5).

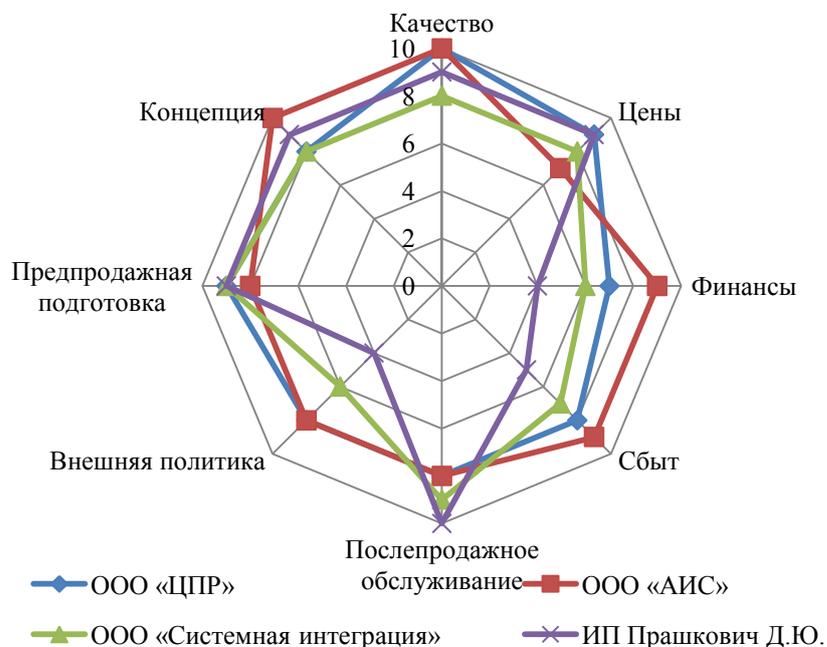


Рисунок 6 – Звезда (многоугольник) конкурентоспособности организаций, осуществляющих деятельность в сфере продажи компьютеров и компьютерного оборудования, а также услуг в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска Амурской области

На основе результатов проведенной оценки конкурентоспособности организаций, осуществляющих деятельность в сфере продажи компьютеров и компьютерного оборудования, а также услуг в сфере информационных технологий

на территории г. Благовещенска Амурской области, построена звезда (многоугольник) конкурентоспособности

Представленная звезда (многоугольник) конкурентоспособности наглядно изображает, что наибольшим уровнем конкурентоспособности обладает ООО «АИС», чуть меньшим, но также высоким уровнем конкурентоспособности, обладает ООО «ЦПР».

В целях повышения уровня конкурентоспособности ООО «ЦПР», следует разработать и реализовать мероприятия, направленные на улучшение имущественного и финансового положения организации. Также следует оптимизировать процессы предпродажной подготовки и послепродажного обслуживания, при этом в совершенствовании нуждается концепция деятельности организации.

В целях оценки внешней среды деятельности ООО «ЦПР», использована методика PEST-анализ (таблица 8).

Таблица 8 - PEST-анализ ООО «ЦПР»

| 1 | 2 |
|---|--|
| <p>Политико-правовые факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормы действующего законодательства в сфере информации, в частности, положения федерального закона от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ (в ред. от 02.12.2019 г. № 427-ФЗ) «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; - нормативно-правовое регулирование деятельности торговых организаций; - положения налогового законодательства, в частности, условия применения специальных налоговых режимов; - обязанностью соблюдения положений федерального закона от 29.07.2004 г. № 98-ФЗ (в ред. от 18.04.2018 г. № 86-ФЗ) «О коммерческой тайне»; - направления федеральных и региональных программ, связанных с развитием субъектов малого и среднего бизнеса; | <p>Экономические факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровень экономического развития Амурской области; - уровень инфляции; - динамика ключевой ставки; - наличие налоговых льгот для субъектов малого и среднего бизнеса; - изменение закупочных цен на компьютеры и компьютерное оборудование; - изменение цен на ресурсы, используемые в коммерческой деятельности (аренда помещений, энергетические ресурсы, материально-производственные запасы и др.); - величина минимального размера оплаты труда; - процентные ставки по страховым взносам во внебюджетные фонды; |
| <p>Социально-демографические факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> - сокращение численности населения Амурской области; - потребительские предпочтения в отношении ассортимента и технических характеристик компьютеров и компьютерного оборудования; | <p>Технико-технологические факторы</p> <ul style="list-style-type: none"> - уровень научно-технического развития в информационной сфере; - необходимость обеспечения высокой степени автоматизации коммерческих процессов; - развитие ассортимента компьютеров и ком- |

| | |
|--|--|
| - уровень социального развития Амурской области; | пьютерного оборудования, в зависимости от запросов потребителей; |
|--|--|

Продолжение таблицы 8

| 1 | 2 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - уровень доходов населения Амурской области; - уровень жизни населения Амурской области; - доля экономически активного населения в общей структуре населения Амурской области; - возрастной состав населения; - интерес потребителей к современным компьютерам и компьютерному оборудованию; | <ul style="list-style-type: none"> - появление новых торговых марок на рынке компьютеров и компьютерного оборудования; - совершенствование технических характеристик современных компьютеров и компьютерного оборудования; - возможности модернизации компьютеров и компьютерного оборудования, в целях повышения их производительности; |

Представленные факторы оказывают существенное влияние на деятельность ООО «ЦПР». В частности, политико-правовые факторы определяют основы правового регулирования деятельности исследуемой организации, при этом предполагается обязательное применение норм представленных нормативно-правовых актов.

Немаловажное значение на деятельность ООО «ЦПР» оказывают экономические факторы, оказывающие движущее (повышение экономического уровня развития Амурской области применение налоговых льгот для субъектов малого и среднего предпринимательства и др.) и сдерживающее воздействие (рост уровня инфляции, рост ключевой ставки, установленная величина процентных ставок по взносам во внебюджетные фонды и др.).

Следует отметить, что ассортимент и ценовая политика в ООО «ЦПР», в основном устанавливается под влиянием социально-демографических факторов. Особое значение для деятельности ООО «ЦПР», имеют потребительские предпочтения и уровень доходов населения Амурской области.

Также технико-технологические факторы диктуют ООО «ЦПР» необходимость соблюдения основных положений ассортиментной политики, исходя из современного уровня научно-технического развития сферы информационных технологий.

Таким образом, избежать влияние факторов внешней среды, воздействующих на ООО «ЦПР» невозможно. При этом возможным является разработка мер, направленных на снижение уровня негативного влияния факторов внеш-

ней среды. При этом рассмотренные факторы, при благоприятных условиях, способны создавать возможности для развития деятельности исследуемой организации. При возникновении неблагоприятных условий, рассмотренные факторы создают угрозы, способные негативным образом отразиться на деятельности ООО «ЦПР».

В целях определения сильных и слабых сторон деятельности ООО «ЦПР», проведен SNW-анализ (таблица 9).

Таблица 9 - SNW-анализ ООО «ЦПР»

| Факторы внутренней среды | Качественная оценка | | |
|--|---------------------|---------------------|----------------|
| | Сильная сторона | Нейтральная сторона | Слабая сторона |
| Ассортимент товаров и услуг | | | x |
| Потребители | x | | |
| Поставщики | x | | |
| Персонал | | | x |
| Качество | x | | |
| Ценовая политика | x | | |
| Финансовое положение | | | x |
| Сбытовая политика | | x | |
| Послепродажное обслуживание | | x | |
| Внешняя политика | | x | |
| Предпродажная подготовка | x | | |
| Концепция деятельности | | x | |
| Участие в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, для обеспечения государственных и муниципальных нужд | | | x |

На основе представленных результатов исследования, проведен SWOT-анализ ООО «ЦПР» (таблица 10).

Таблица 10 - SWOT-анализ ООО «ЦПР»

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|---|---|
| 1 | 2 |
| - наличие постоянных потребителей товаров и услуг организации; - сотрудничество с проверенными поставщи- | - узкий ассортимент товаров и услуг; - недостаточная квалификация персонала организации; |

| | |
|---|---|
| ками, предлагающими товары высокого качества по приемлемым ценам; | - недостаточно удовлетворительное финансовое положение; |
|---|---|

Продолжение таблицы 10

| 1 | 2 |
|--|--|
| - эффективная организация процессов пред-продажной подготовки товаров; | - слабое участие в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, для обеспечения государственных и муниципальных нужд; |
| Возможности | Угрозы |
| <ul style="list-style-type: none"> - расширение перечня налоговых льгот для организаций малого и среднего бизнеса; - рост доходов населения Амурской области; - повышение уровня жизни населения Амурской области; - рост доли экономически активного населения в общей структуре населения Амурской области; - рост потребительского спроса в отношении компьютеров и компьютерного оборудования у населения Амурской области; - снижение уровня конкуренции в отрасли; | <ul style="list-style-type: none"> - усиление контроля над организациями, осуществляющими деятельность в сфере информационных технологий; - рост уровня инфляции; - увеличение процентных ставок по кредитам для юридических лиц; - рост закупочных цен на компьютеры и компьютерное оборудование; - рост цен на ресурсы, используемые в коммерческой деятельности (аренда помещений, энергетические ресурсы, материально-производственные запасы и др.); |

Необходимо отметить, что при усилении сильных сторон деятельности ООО «ЦПР», организация сможет реализовать выявленные возможности. Также при невнимании к слабым сторонам ООО «ЦПР», возникновение указанных угроз может крайне негативным образом сказаться на результатах и эффективности работы ООО «ЦПР».

Проведенное исследование конкурентной среды ООО «ЦПР» позволило определить, что организация обладает достаточно высоким уровнем конкурентоспособности, при этом в ходе анализа были выявлены проблемы, способные сказаться на снижении конкурентоспособности ООО «ЦПР». Таким образом, в исследуемом экономическом субъекте следует разработать мероприятия, направленные на усиление имеющихся и создание новых конкурентных преимуществ деятельности организации, что позволит улучшить финансовое положение, повысить показатели эффективности деятельности организации, а также улучшить иные качественные и количественные показатели, отражающие результаты деятельности ООО «ЦПР».

В целях совершенствования деятельности ООО «ЦПР» и оценки соответствия действующего ассортимента запросам потребителей, проведена оценка потребительских предпочтений. Оценка проведена в форме анкетирования

населения г. Благовещенска Амурской области. Выборка респондентов проведена на основе следующих критериев:

- возраст от 18 до 65 лет;
- уровень доходов: средний и высокий;
- стабильность получения дохода: стабильный доход.

Изначально общая численность респондентов составляла 73 человека. Проведенная выборка позволила сократить численность опрошенных до 68 человек, исходя из их соответствия ранее указанным критериям выборки.

Форма анкеты, использованной при опросе потребителей, представлена в приложении А.

Результаты опроса потребителей в части выбора торговой марки компьютеров и комплектующих представлены в таблице 11.

Таблица 11 - Результаты опроса потребителей в части выбора торговой марки компьютеров и комплектующих

| Группы товаров | Lenovo («Леново») | | Acer («Асер») | | Logitech («Лоджитеч») | | Intel («Интел») | | Asus («Асус») | |
|-------------------------------|-------------------|-------|---------------|-------|-----------------------|-------|-----------------|-------|---------------|-------|
| | чел. | % | чел. | % | чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| Компьютеры | 29 | 42,65 | 21 | 30,88 | 12 | 17,65 | 2 | 2,94 | 4 | 5,88 |
| Периферийные устройства | 32 | 47,06 | 18 | 26,47 | 15 | 22,06 | 2 | 2,94 | 1 | 1,47 |
| Ноутбуки | 37 | 54,41 | 12 | 17,65 | 5 | 7,35 | 6 | 8,82 | 8 | 11,76 |
| Комплектующие для компьютеров | 5 | 7,35 | 6 | 8,82 | 34 | 50,00 | 12 | 17,65 | 11 | 16,18 |

Проведенный опрос потребительских предпочтений позволил определить, что наибольшее число респондентов, при выборе компьютеров отдает предпочтение торговым маркам «Lenovo» (42,65 %) и «Acer» (30,88 %). Аналогичные результаты были получены при определении потребительских предпочтений в отношении торговых марок периферийных устройств и ноутбуков. При этом большинство респондентов при выборе комплектующих устройств выбирают торговую марку «Logitech».

Полученные результаты опроса позволяют определить необходимость

изменения ассортимента товаров ООО «ЦПР», что позволит повысить удовлетворенность потребителей в отношении ассортимента представленных товаров в исследуемой организации.

Результаты опроса потребителей в отношении критериев выбора компьютеров и комплектующих представлены в таблице 12.

Таблица 12 - Результаты опроса потребителей в отношении критериев выбора компьютеров и комплектующих

| Группы товаров | Цена | | Торговая марка | | Технические характеристики | | Мнение продавца-консультанта | |
|-------------------------------|------|-------|----------------|-------|----------------------------|-------|------------------------------|------|
| | чел. | % | чел. | % | чел. | % | чел. | % |
| Компьютеры | 44 | 64,71 | 12 | 17,65 | 8 | 11,76 | 4 | 5,88 |
| Периферийные устройства | 36 | 52,94 | 18 | 26,47 | 12 | 17,65 | 2 | 2,94 |
| Ноутбуки | 37 | 54,41 | 21 | 30,88 | 6 | 8,82 | 4 | 5,88 |
| Комплектующие для компьютеров | 39 | 57,35 | 17 | 25,00 | 5 | 7,35 | 2 | 2,94 |

Представленные результаты опроса потребителей в отношении критериев выбора компьютеров и комплектующих позволили определить, что основным критерием выбора указанных групп товаров, является цена. При этом иные критерии также учитываются при осуществлении выбора товаров, но в меньшей степени.

Таким образом, ассортимент товаров ООО «ЦПР» следует скорректировать исходя из представленных результатов опроса потребителей. Необходимо отметить, что потребители являются основными контрагентами, оказывающими наибольшее влияние на финансовые показатели деятельности организации, что определяет острую необходимость применения результатов полученного опроса.

Проведенный анализ рыночной среды ООО «ЦПР» позволил определить исследуемая организация имеет недостаточно высокий уровень конкурентоспособности. При этом ООО «ЦПР» обладает наибольшими темпами роста рынка в сфере продаж компьютеров и компьютерного оборудования, что определяет дальнейшие возможности увеличения доли рынка указанной организации, при

соблюдении имеющихся темпов роста рынка. Также необходимо отметить, что в целях развития деятельности, ООО «ЦПР» следует использовать представленные сильные стороны, что позволит организации достичь более высокого положения на рынке розничной торговли компьютерами и компьютерного оборудования г. Благовещенска Амурской области.

2.2 Особенности и принципы организации коммерческой деятельности в ООО «ЦПР»

Основной целью коммерческой деятельности ООО «ЦПР» является увеличение прибыли организации, посредством выполнения видов экономической деятельности, определенных внутренними регламентирующими документами.

Покупателями товаров и услуг, реализуемых в ООО «ЦПР», являются как физические, так и юридические лица. Следует отметить, что большая часть услуг, оказываемых компанией юридическим лицам, относится на учреждения государственного сектора.

ООО «ЦПР» принимает участие в государственных закупках на территории г. Благовещенска и Амурской области. Для принятия участия в тендере, ООО «ЦПР» представляет заявку государственному учреждению, объявившему тендер. В заявке указывается перечень товаров и услуг, которые компания готова предоставить потенциальному заказчику, стоимость товаров и услуг, а также временной период выполнения договорных обязательств.

Период рассмотрения заявок ограничен определенными временными рамками. После рассмотрения заявок, государственное учреждение, объявившее тендер, выбирает победителя, то есть исполнителя, на основе цен товаров и услуг, указанных в заявке, а также длительности периода выполнения договорных условий. Особое внимание уделяется соответствию технических характеристик товаров и услуг, изложенных потенциальными исполнителями в заявках по сравнению с техническими характеристиками товаров и услуг, представленных в тендере.

С победителем тендера заключается договор на поставку товаров или реализацию услуг. ООО «ЦПР» тщательно следит за новыми тендерами и прини-

мает активное участие в конкурсах. Обязанность по отслеживанию конкурсов в сфере государственных закупок в компании возложена на коммерческого директора, который совместно с генеральным директором организации составляет заявки на участие в конкурсе.

Следует отметить, что ООО «ЦПР» приобретает компьютерное оборудование и материалы для оказания услуг по монтажу СКС в ООО «Арбайт», расположенном в г. Москве. В свою очередь, ООО «Арбайт» привлекает для закупки компьютерного оборудования иностранные организации, в связи с чем, стоимость оборудования рассчитывается в долларах США. В связи с чем, ООО «Арбайт» устанавливает продажную цену в рублях, в зависимости от курса доллара США. Поэтому, в связи с колебаниями курсов валют, продажные цены на идентичное оборудование в разных периодах времени могут существенно отличаться.

Продажные цены в ООО «ЦПР» в рамках выполнения государственных и муниципальных заказов варьируются исходя из покупной цены оборудования. Таким образом, при составлении заявок на участие в конкурсах, компании необходимо учесть прогнозируемые колебания курса валюты и желаемый уровень прибыли. При этом, необходимо обеспечить выигрыш в конкурсе, в связи с чем, цены на предлагаемые товары или услуги должны быть ниже других потенциальных исполнителей.

Установление цен на предмет договора при участии в конкурсе на осуществление государственных закупок осуществляется совместно с планированием рисков. Указанные функции возложены на специалистов отдела продаж. Следует отметить, что при планировании рисков, ООО «ЦПР» использует современные средства программного обеспечения, что позволяет максимально точно спрогнозировать возможную величину рисков.

На основе результатов планирования рисков определяется цена предмета договора в сфере государственных и муниципальных закупок. При чрезмерно высоком уровне планируемого риска, компания может принять решение об отказе в участии в тендере, с целью избежания получения убытков от определен-

ного государственного или муниципального заказа.

В связи с тем, что покупателями товаров и заказчиками услуг ООО «ЦПР» являются не только учреждения государственного сектора, но и коммерческие организации, а также физические лица, компания осуществляет прогнозирование потребительского спроса на товары, с целью планирования закупочной деятельности, а также планирование объемов реализации услуг, для возможного привлечения сторонних исполнителей.

Прогнозирование потребительского спроса осуществляется с использованием программного обеспечения на основе данных фактической реализации за предыдущие периоды. Также при планировании учитывается влияние негативных и позитивных факторов внешней и внутренней среды.

Расчет потребности закупок компьютерного оборудования осуществляются на основе данных бухгалтерского учета, а также имеющихся заказов, поступивших от физических и юридических лиц.

Общий контроль над реализацией исполнения договоров и хода поставки товаров в ООО «ЦПР» возложен на коммерческого директора компании. Функции контроля в отношении качества, количества и своевременности поставки товаров покупателям возложены на начальника отдела продаж.

Планирование сбытовой деятельности ООО «ЦПР» осуществляется отделом продаж. В качестве информационной базы планирования сбытовой деятельности предприятия используются следующие показатели:

- объемы текущей производственной деятельности организации;
- максимально возможные объемы продаж;
- потребности в закупках товаров;
- характеристика потенциальных рынков сбыта;
- характеристика потенциальных каналов сбыта товаров;
- основные направления стратегии сбытовой деятельности.

Необходимо отметить, что действующая стратегия сбытовой деятельности ООО «ЦПР» представлена стратегией расширения рынка. Предприятие стремится развивать рынки сбыта товаров и услуг. Следует отметить, что тор-

говая деятельность ООО «ЦПР» осуществляется непосредственно через торговую точку, расположенную на территории г. Благовещенска.

Таким образом, основной целью действующей стратегии сбытовой деятельности в ООО «ЦПР» является расширение рынков сбыта, в целях увеличения доходов и прибыли организации. В качестве задач стратегии сбытовой деятельности ООО «ЦПР» выделены:

- определение оптимальных рынков сбыта товаров и услуг, обеспечивающих стабильное увеличение доходов и прибыли организации;
- оптимизация затрат организации, посредством сокращения логистических расходов;
- расширение влияния организации на территории Амурской области и за ее пределами.

В целях реализации указанных задач стратегии сбытовой деятельности в ООО «ЦПР», в организации реализуются следующие мероприятия:

- поиск новых рынков сбыта на территории Амурской области и за ее пределами;
- определение потребности в товарах и услугах ООО «ЦПР» в различных районах Амурской области и за ее пределами, в целях выбора наиболее приемлемых рынков сбыта;
- исследование потенциальных рынков сбыта, расчет прогнозных экономических показателей сбыта товаров и услуг в указанных районах;
- выбор наиболее приемлемых рынков сбыта товаров и услуг.

Таким образом, в целях реализации стратегии расширения рынка в ООО «ЦПР», в организации реализуется комплекс мероприятий. Далее рассмотрим основные элементы сбытовой деятельности товаров и услуг в ООО «ЦПР»:

- каналы сбыта товаров и услуг. В настоящее время, ООО «ЦПР» использует каналы сбыта, сформированные на протяжении всей работы организации, а также прилагает усилия, направленные на совершенствование каналов их сбыта. При этом в настоящее время, ООО «ЦПР» стремится развивать каналы сбыта товаров и услуг;

- поставка товаров ООО «ЦПР» организуются силами организаций-потребителей;

- рынки сбыта товаров и услуг. В настоящее время, единственным рынком сбыта товаров и услуг ООО «ЦПР», является г. Благовещенск Амурской области.

Следует отметить, что сбытовая деятельность ООО «ЦПР» характеризуется наличием элементов, которые нуждаются в совершенствовании: необходимо совершенствование каналов сбыта товаров и услуг, недостаточно эффективно организован поиск новых рынков сбыта товаров и услуг, а также рекламная деятельность нуждается в совершенствовании.

Рассмотренные процессы существенно сказываются на результатах товародвижения в ООО «ЦПР». Следует отметить, что процесс товародвижения в компании состоит из нескольких этапов:

- заказ товаров. Заказ товаров у поставщика осуществляется на основе текущих заказов на поставку компьютерного оборудования, имеющихся в организации и планируемых объемов продаж. Отметим, что прогноз объемов продаж осуществляется на основе данных о реализации товаров за предыдущие периоды и ожидаемых объемах продаж, с учетом внешних и внутренних факторов.

После определения заказа в части ассортимента товаров и их количества, формируется заявка поставщику на поставку товаров. Оплата товаров поставщику осуществляется на основе авансовой системы. Аванс вносится в размере 100 % от стоимости заказа. Затраты по доставке товаров относятся на расходы ООО «ЦПР»;

- доставка товаров. В зависимости от вида транспорта, которым доставляется товар, зависят дальнейшие действия сотрудников компании. При доставке товаров силами воздушного транспорта, сотрудники отдела продаж принимают товар на складе аэропорта. Основанием для приемки товаров по количеству является товарно-транспортная накладная, которая передается сотрудником аэропорта специалистам ООО «ЦПР»

При доставке товаров силами грузовых контейнеров, товар доставляется в складское помещение компании и принимается на основе товарно-транспортной накладной;

- поступление товаров на территорию компании. В зависимости от количества поставленных товаров, товары могут быть доставлены на территорию компании в день их доставки силами транспортной компании, либо при отсутствии необходимых наименований товаров на территории компании;

- проверка товаров по количеству и ассортименту. Указанная операция возложена на сотрудников отдела продаж. Специалисты компании сверяют сведения, указанные в сопроводительных документах на товар с фактически поступившим на территорию компании товаром. После проверки товаров, сопроводительные документы передаются в бухгалтерию компании;

- размещение товаров в торговом зале. При отсутствии определенных наименований товаров в торговом зале компании, товары из складских помещений доставляются в торговый зал. Для каждого вида товаров в торговом зале компании выделена часть стеллажей. Товары размещаются по следующим группам: компьютеры и ноутбуки; проекторы; комплектующее оборудование;

- продажа. После размещения товаров в торговом зале, товары готовы к продаже. Расчеты с покупателями в ООО «ЦПР» осуществляются в наличной и безналичной формах. При покупке товаров, покупателю, вместе с приобретенным товаром предоставляется товарный чек с указанием наименования приобретенного товара и его стоимости; спецификация товара с указанием технических характеристик; гарантийный талон с указанием периода гарантийного обслуживания товара при его поломке.

При необходимости, в процессе товародвижения в ООО «ЦПР» могут привлекаться сотрудники отделов компании, ранее не участвовавшими в процессах товародвижения, в целях повышения эффективности деятельности компании.

В целях организации эффективной торговой деятельности, в ООО «ЦПР» применяется система управления запасами с использованием программы 1С

конфигурации «Предприятие» и «Управление торговлей». Указанные системы обеспечивают автоматизацию процесса управления различными операциями в организации, в том числе и управление запасами. Программа 1С: Предприятие обеспечивает полный учет запасов в разрезе аналитических статей учета, что позволяет добиться отражения в автоматизированной системе учета организации полной информации о запасах по различным критериям. Сведения, отражаемые в 1С: Предприятие, используется, в большей степени, сотрудниками бухгалтерии. На основе таких сведений, формируются общие данные о запасах организации в разрезе конкретного периода времени. Таким образом, использование 1С: Предприятие в качестве одной из систем управления запасами, обеспечивает ООО «ЦПР» возможностью формировать полный объем данных о запасах в организации.

Система управления запасами в ООО «ЦПР» представлена следующими элементами:

- планирование. В ООО «ЦПР» применяется текущее планирование, бюджетирование и бизнес-планирование. Планы показателей финансово - хозяйственной деятельности позволяют определить будущие финансовые результаты, а также провести ряд мероприятий, направленных на корректировку деятельности предприятия с целью достижения более высоких результатов;

- учет. Учет запасов ООО «ЦПР», в первую очередь, бухгалтерским учетом, осуществляется в программе 1С: предприятие, версия 8.3. Ответственность за ведение бухгалтерского учета возложена на бухгалтера организации;

- анализ. Анализ показателей, характеризующих запасы организации, позволяет провести анализ по группам запасов, а также отдельно по каждому виду запасов;

- выработка решений. Выработка решений основывается на результатах ранее рассмотренных результатах управления.

Применяемая в ООО «ЦПР» автоматизированная система управления запасами является достаточно эффективной, что подтверждается рассмотренными процедурами средств контроля. Эффективность применяемой системы до-

стигается полной автоматизацией данных о запасах организации и других аспектах ее деятельности. Проведенная оценка системы управления запасами в ООО «ЦПР» показала, что этапами управления, наиболее нуждающимися в оптимизации, являются: контроль и выработка решений.

Немаловажное значение для коммерческой деятельности ООО «ЦПР» играет информационное обеспечение. Характеристика основных элементов информационного обеспечения коммерческой деятельности предприятия представлена в таблице 13.

Таблица 13 - Характеристика элементов системы информационного обеспечения ООО «ЦПР»

| Элемент | Характеристика элементов |
|--|---|
| Организация информационного обеспечения | Формируется согласно направлениям деятельности предприятия. От того, как построено правовое регулирование взаимоотношений в информационной и управленческой сфере на этом уровне, от степени централизации ответственности и прав распорядительства информационными ресурсами, наконец, от того, как нормативно распределены функции по управлению, зависят содержание, структура и объем задач организационных звеньев управленческо-информационной системы предприятия. |
| Особенности правового регулирования информационного обмена | Правовое регулирование информационного обеспечения деятельности предприятия определяется следующими нормативно-правовыми актами: - федеральный закон от 27.07.2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; - федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных»; |
| Правоотношения с государственными и муниципальными органами власти, а также другими субъектами | ООО «ЦПР» вправе запрашивать и получать информацию, необходимую для реализации своих функций и задач. Также, предприятие вправе передавать необходимую информацию для реализации текущей и стратегической деятельности. |

В организационной структуре управления ООО «ЦПР» отсутствует служба маркетинга, ее функции распределены между отделами и службами предприятия.

ООО «ЦПР» стремится к достижению цели максимального удовлетворения запросов потребителей, посредством предложения потребителям товаров и услуг высокого качества по приемлемым ценам. Для реализации указанной цели, в ООО «ЦПР» организован строгий контроль качества над реализуемыми товарами и услугами.

В целях повышения конкурентоспособности ООО «ЦПР», в организации реализуется стратегия управления качеством продукции. Стратегия управления качеством организации направлена на достижение высокого качества продукции, в целях достижения максимальной удовлетворенности потребителей характеристиками производимой в ООО «ЦПР» продукции. Также система управления качеством организации направлена на достижение высокого уровня следующих показателей качественных показателей (технических характеристик) реализуемых товаров и услуг.

Следует отметить, что рассматриваемая система качества не является документально оформленной, но ее основные аспекты доведены до сведений сотрудников организации. Процесс управления качеством в ООО «ЦПР» состоит из следующих операций:

- разработка программы управления, планирования и повышения качества товаров и услуг;
- сбор и анализ информации о любом объекте, влияющем на качество;
- выработка управленческих решений по управлению качеством и подготовка воздействий на объект;
- выдача управленческих решений;
- анализ информации об изменениях качества объекта, которые вызваны управленческими воздействиями.

Сущность системы управления качеством, используемой в ООО «ЦПР» заключается в выработке управляющих решений и последующей реализации предусмотренных управляющих воздействий на определенный объект управления. Следует отметить, что функции управления качеством продукции ООО «ЦПР» также возложены на коммерческого директора, который осуществляет следующие функции:

- исследование рынков сбыта;
- изучение новых технологий в сфере информационных систем;
- анализ рынков сбыта на предмет удовлетворенности потребителями качеством товаров и услуг.

Таким образом, ООО «ЦПР» обладает всеми необходимыми возможностями для достижения требований высокого качества реализуемых в организации товаров и услуг.

2.3 Оценка экономических показателей коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок»

Основными результатами коммерческой организации являются показатели финансовых результатов, в частности выручки от продаж. В связи с чем, целях анализа результатов коммерческой деятельности ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг., в таблице 14 представлена динамика объемов продаж организации.

Таблица 14 – Динамика объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. (по видам деятельности)

| Показатели | Значение показателей, тыс. руб. | | | Абсолютный прирост, тыс. руб. | | Темп роста, % | |
|---|---------------------------------|---------|---------|-------------------------------|-------------------|--------------------|--------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| Объем продаж, всего | 8991 | 9130 | 13702 | 140 | 4572 | 1,55 | 50,07 |
| в том числе: | | | | | | | |
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 8190 | 7231 | 5955 | -959 | -1276 | -11,71 | -17,64 |
| из них: | | | | | | | |
| - компьютерные системы | 3402 | 2662 | 2210 | -740 | -452 | -21,74 | -16,98 |
| - периферийные устройства | 1217 | 1069 | 894 | -148 | -174 | -12,18 | -16,31 |
| - ноутбуки | 881 | 946 | 823 | 65 | -123 | 7,39 | -13,02 |
| - планшеты | 883 | 1017 | 737 | 134 | -280 | 15,16 | -27,56 |
| - проекторы | 873 | 715 | 617 | -158 | -98 | -18,09 | -13,75 |
| - комплектующие для компьютеров | 740 | 615 | 531 | -126 | -84 | -16,96 | -13,63 |
| - прочие товары | 193 | 207 | 143 | 13 | -64 | 6,93 | -30,95 |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 801 | 1899 | 7747 | 1098 | 5848 | 137,12 | в 4,08 раза больше |
| из них: | | | | | | | |
| - разработка компьютерного программного обеспечения | 346 | 977 | 3359 | 630 | 2383 | 181,89 | в 3,44 раза больше |
| - деятельность по управлению компьютерным оборудованием | 53 | 165 | 639 | 112 | 475 | в 3,12 раза больше | в 3,89 раза больше |
| - деятельность web-порталов | 28 | 103 | 462 | 75 | 359 | в 3,62 раза больше | в 4,49 раза больше |

Продолжение таблицы 14

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|---|-----|-----|------|-----|------|--------|--------------------------|
| - ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования | 230 | 476 | 1880 | 246 | 1404 | 107,08 | в 3,95 раза больше |
| - ремонт коммуникационного оборудования | 144 | 179 | 1406 | 35 | 1227 | 24,58 | в 7,86 раза больше |

Наиболее существенная величина выручки ООО «ЦПР» в 2016 г. и 2017 г. была получен от продажи компьютеров и компьютерного оборудования, при этом наибольшая величина в составе рассматриваемого показателя наблюдается в отношении продажи компьютерных систем (2 210 тыс. руб.). Также следует отметить стабильное снижение потребительского спроса на продажу товаров в ООО «ЦПР», что определяется сокращение выручки от продаж в компьютеров и компьютерного оборудования, в связи с развитием услуг в сфере информационных систем в анализируемом периоде. В отношении реализации услуг в ООО «ЦПР» наблюдается рост показателя.

Структура продаж ООО «ЦПР» представлена в таблице 15.

Таблица 15 – Структура объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. (по видам деятельности)

| Показатели | Структура объемов продаж, % | | | Изменения, процентный пункт | |
|---|--------------------------------|---------|---------|-----------------------------|----------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Объем продаж, всего | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - | - |
| в том числе: | | | | | |
| Продажа компьютеров и компьютерного оборудования | 91,09 | 79,20 | 43,46 | -11,89 | -35,74 |
| из них: | | | | | |
| - компьютерные системы | 37,84 | 29,16 | 16,13 | -8,68 | -13,03 |
| - периферийные устройства | 13,54 | 11,71 | 6,52 | -1,83 | -5,18 |
| - ноутбуки | 9,80 | 10,36 | 6,01 | 0,56 | -4,36 |
| - планшеты | 9,82 | 11,14 | 5,38 | 1,32 | -5,76 |
| - проекторы | 9,71 | 7,83 | 4,50 | -1,88 | -3,33 |
| - комплектующие для компьютеров | 8,23 | 6,74 | 3,88 | -1,49 | -2,86 |
| - запасные части | 2,15 | 2,27 | 1,04 | 0,12 | -1,22 |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 8,91 | 20,8 | 56,54 | 11,89 | 35,74 |
| из них: | | | | | |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|------|-------|-------|------|-------|
| - разработка компьютерного программного обеспечения | 3,85 | 10,70 | 24,51 | 6,85 | 13,81 |
| - деятельность по управлению компьютерным оборудованием | 0,59 | 1,81 | 4,66 | 1,22 | 2,86 |
| - деятельность web-порталов | 0,31 | 1,13 | 3,37 | 0,82 | 2,24 |
| - ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования | 2,56 | 5,21 | 13,72 | 2,66 | 8,51 |
| - ремонт коммуникационного оборудования | 1,60 | 1,96 | 10,26 | 0,36 | 8,30 |

Следует отметить существенное изменение структуры объемов продаж ООО «ЦПР» в анализируемом периоде: в 2016 г. и 2017 г. наибольший удельный вес в структуре товарооборота занимает продажа компьютеров и компьютерного оборудования (91,09 % и 79,20 % соответственно). При этом в 2018 г. наибольшая доля товарооборота организации приходится на продажи услуг (56,54 % в 2018 г.). Указанное изменение обусловлено существенным развитием указанного направления деятельности организации в анализируемом периоде. Наглядное изображение структуры объемов продаж товаров и услуг (по видам деятельности) ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. представлено на рисунке 7.

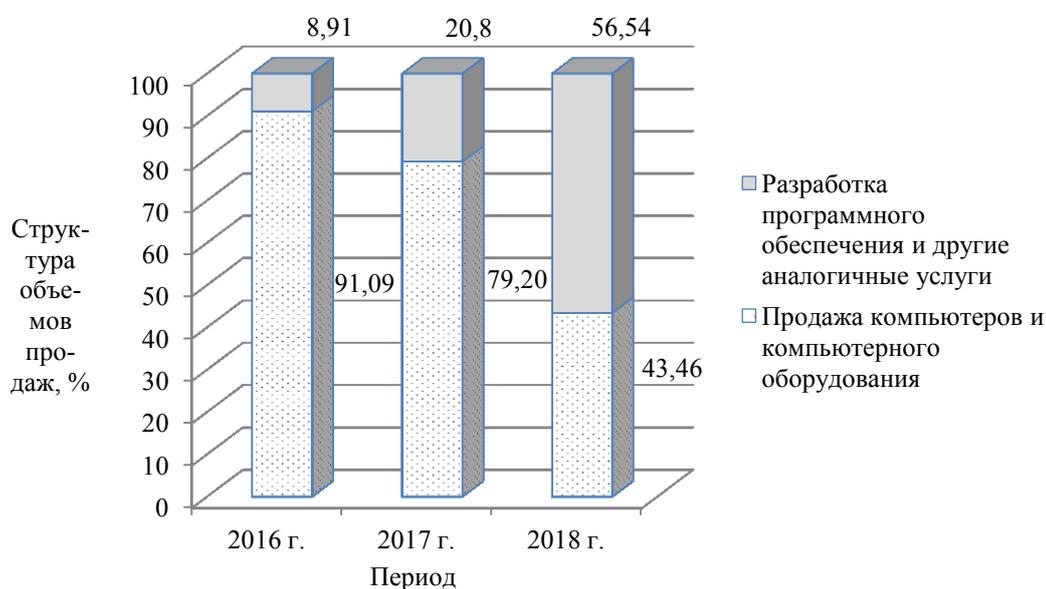


Рисунок 7 – Структура объемов продаж товаров и услуг (по видам деятельности) ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Представленные на рисунке 5 сведения наглядно изображают существенное изменение структуры объемов продаж ООО «ЦПР» в 2016 – 2018 гг.

Наибольший объем продаж в составе продаж компьютеров и компьютерного оборудования приходится на продажи компьютерных систем (16,13 % в 2018 г.), что обусловлено широким ассортиментом указанной группы товаров. При этом в организации осуществляется продажа комплектующих изделий для компьютеров, доля их продаж в общей структуре продаж товаров ООО «ЦПР» составляет 3,88 % в 2018 г. В отношении указанной группы товаров наблюдается стабильный потребительский спрос, что обусловлено наличием в организации сервисного центра, в котором реализуются услуги по ремонту компьютеров и компьютерной техники.

Удельный вес реализации услуг в общей структуре продаж ООО «ЦПР» сократился в анализируемом периоде и составил 56,54 % в 2018 г. Наиболее существенная величина в составе продаж услуг организации, представлена услугами по разработке компьютерного программного обеспечения (24,51 % в 2018 г.).

При этом особенностью коммерческой деятельности ООО «ЦПР» является отсутствие широкого ассортимента товаров, который представлен в торговом зале (на территории торгового зала организации представлены основные группы имеющихся товаров), в связи с тем, что большая часть продаж организации осуществляется по предварительному заказу, т.е. используется форма продажи товаров по образцам. В связи с чем, большая часть потребителей товаров и услуг организации представлена юридическими лицами (коммерческими и некоммерческими организациями).

В целях исследования объемов продаж товаров и услуг ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. по группам потребителей, в таблице 16 представлены необходимые сведения.

Представленные в таблице 16 сведения позволяют определить, что реализация товаров осуществляется в основном коммерческим организациям, объем продаж по рассматриваемому направлению снижается на протяжении всего анализируемого периода (с 5 098 тыс. руб. в 2016 г. до 3 580 тыс. руб. в 2018 г.).

Таблица 16 –Динамика объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. (по группам потребителей)

| Показатели | Значение показателей, тыс. руб. | | | Абсолютный при- рост, тыс. руб. | | Темп роста, % | |
|---|------------------------------------|---------|---------|------------------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Объем продаж, всего | 8991 | 9130 | 13702 | 139 | 4572 | 101,55 | 50,08 |
| в том числе по группам потребителей: | | | | | | | |
| Коммерческие организа- ции | 5899 | 6460 | 11327 | 561 | 4867 | 109,51 | 75,34 |
| из них: | | | | | | | |
| - товары | 5098 | 4561 | 3580 | -537 | -981 | 89,47 | -21,51 |
| - услуги | 801 | 1899 | 7747 | 1098 | 5848 | в 2,37 раза больше | в 4,08 раза больше |
| Государственные и муни- ципальные учреждения (в рамках реализации феде- рального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ) | 2158 | 1918 | 1763 | -240 | -155 | 88,88 | 91,92 |
| из них: | | | | | | | |
| - товары | 2158 | 1918 | 1763 | -240 | -155 | 88,88 | 91,92 |
| - услуги | - | - | - | - | - | х | х |
| Физические лица | 934 | 752 | 612 | -182 | -140 | 80,51 | 81,38 |
| из них: | | | | | | | |
| - товары | 934 | 752 | 612 | -182 | -140 | 80,51 | 81,38 |
| - услуги | - | - | - | - | - | х | х |

Следует отметить, что услуги в ООО «ЦПР» реализуются исключительно коммерческим организациям, в связи с отсутствием потребительского спроса на услуги в сфере информационных разработок со стороны физических лиц, по причине подобной необходимости. При этом ООО «ЦПР» не реализует услуги в рамках федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 27.12.2019 г.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в связи с отсутствием лицензии ФСБ на криптографию и шифрование - документ установленного образца, предоставляющий юридическому лицу документальную возможность на деятельность по разработке, производству, распространению шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем. Основным документом регламентирующей процесс лицензирования в данной сфере является постановление Правительства Российской Феде-

рации от 16.04.2012 г. № 313 г. (в ред. от 18.05.2017 г.) «Об утверждении Положения о лицензировании деятельности по разработке, производству, распространению шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем, защищенных с использованием шифровальных (криптографических) средств, выполнению работ, оказанию услуг в области шифрования информации, техническому обслуживанию шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем, защищенных с использованием шифровальных (криптографических) средств (за исключением случая, если техническое обслуживание шифровальных (криптографических) средств, информационных систем и телекоммуникационных систем, защищенных с использованием шифровальных (криптографических) средств, осуществляется для обеспечения собственных нужд юридического лица или индивидуального предпринимателя)».

В целом, объемы продаж товаров и услуг коммерчески организациям в ООО «ЦПР» увеличились в анализируемом периоде с 5 899 тыс. руб. в 2016 г. до 11 327 тыс. руб. в 2018 г.

Объем продаж услуг государственным и муниципальным учреждениям в рамках реализации федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 27.12.2019 г.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» характеризуется стабильным снижением на протяжении всего анализируемого периода: с 2 158 тыс. руб. в 2016 г. до 1 763 тыс. руб. в 2018 г.

Объем продаж товаров ООО «ЦПР» физическим лицам также имеет стабильную динамику к снижению в 2016 – 2018 гг., что обусловлено развитием услуг в сфере информационных систем в ООО «ЦПР».

В таблице 17 представлена структура объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. (по группам потребителей). Таким образом, наибольший удельный вес в структуре объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» принадлежит коммерческим организациям (82,67 % в 2018 г.), при этом в анализируемом периоде наблюдается стабильный рост указанного показателя,

за счет снижения удельного веса объемов продаж товаров и услуг государственным и муниципальным учреждениям, а также физическим лицам.

Таблица 17 – Структура объемов продаж товаров и услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. (по группам потребителей)

| Показатели | Структура объемов продаж, % | | | Изменения, процентный пункт | |
|---|-----------------------------|---------|---------|-----------------------------|-------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Объем продаж, всего | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - | - |
| в том числе по группам потребителей: | | | | | |
| Коммерческие организации | 65,61 | 70,76 | 82,67 | 5,15 | 11,91 |
| из них: | | | | | |
| - товары | 56,70 | 49,96 | 26,13 | -6,74 | -23,83 |
| - услуги | 8,91 | 20,80 | 56,54 | 11,89 | 35,74 |
| Государственные и муниципальные учреждения (в рамках реализации федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ) | 24,00 | 21,01 | 12,87 | -2,99 | -8,14 |
| из них: | | | | | |
| - товары | 24,00 | 21,01 | 12,87 | -2,99 | -8,14 |
| - услуги | - | - | - | - | - |
| Физические лица | 10,39 | 8,24 | 4,47 | -2,15 | -3,77 |
| из них: | | | | | |
| - товары | 10,39 | 8,24 | 4,47 | -2,15 | -3,77 |
| - услуги | - | - | - | - | - |

Наглядное изображение структуры объемов продаж ООО «ЦПР» по группам потребителей за 2016 – 2018 гг. представлено на рисунке 8.

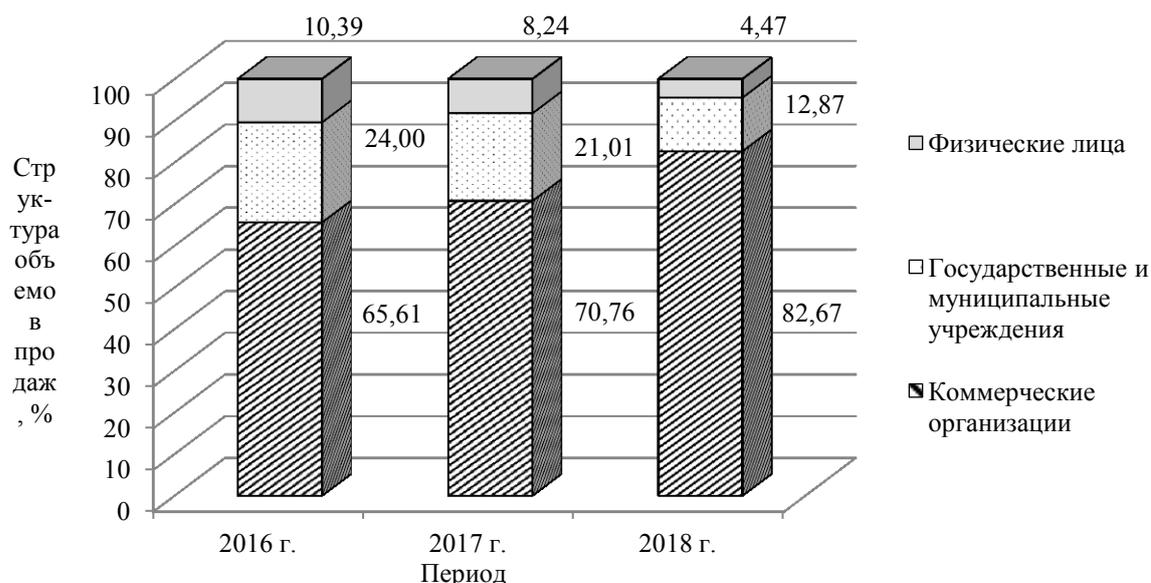


Рисунок 8 - Структура объемов продаж ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. по группам потребителей

Удельный вес в структуре объемов продаж товаров и услуг государственным и муниципальным учреждениям сократился с 24,00 % в 2016 г. до 12,87 % в 2018 г. Аналогичная динамика наблюдается в отношении удельного веса продаж товаров и услуг физическим лицам: снижение показателя произошло с 10,39 % в 2016 г. до 4,47 % в 2018 г.

Эффективность коммерческой деятельности ООО «ЦПР» существенно зависит от динамики расходов, связанных с реализацией товаров и услуг, в связи с чем, в таблице 18 представлена динамика расходов ООО «ЦПР», непосредственно связанных с приобретением товаров и оказанием услуг.

Таблица 18 – Динамика расходов, связанные с приобретением товаров и оказанием услуг ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

| Показатели | Значение показателей, тыс. руб. | | | Абсолютный прирост, тыс. руб. | | Темп роста, % | |
|--|---------------------------------|---------|---------|-------------------------------|-------------------|-------------------|--------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Общая величина расходов, связанных с приобретением товаров и оказанием услуг | 6978 | 6810 | 10961 | -168 | 4151 | 97,59 | 160,95 |
| в том числе: | | | | | | | |
| Расходы, связанные с приобретением товаров | 6349 | 5556 | 4586 | -793 | -970 | 87,51 | 82,54 |
| из них: | | | | | | | |
| - расходы на закупку товаров | 5587 | 4945 | 4061 | -642 | -883 | 88,50 | 82,13 |
| - транспортные расходы | 762 | 611 | 525 | -151 | -87 | 80,22 | 85,84 |
| Расходы, связанные с оказанием услуг | 629 | 1182 | 6375 | 553 | 5193 | 187,92 | в 5,39 раза больше |
| из них: | | | | | | | |
| - оплата труда персонала | 483 | 963 | 4896 | 480 | 3933 | 199,38 | в 5,08 раза больше |
| - страховые взносы с оплаты труда | 146 | 219 | 1479 | 73 | 1260 | 150,00 | в 6,75 раз больше |

В целом, в анализируемом периоде наблюдается рост расходов, связанных с реализацией товаров и услуг ООО «ЦПР», при этом в 2016 – 2017 гг. отмечено снижение показателя на 887тыс. руб., а в 2017 – 2018 гг., напротив, отмечен рост показателя на 3 905тыс. руб., что обусловлено ростом потребитель-

ского спроса на товары и услуги организации.

Следует отметить снижение расходов на закупку товаров, что обусловлено сокращением объема продаж товаров в ООО «ЦПР» в анализируемом периоде, по причине развития услуг в сфере информационных технологий. В состав расходов на приобретение товаров входят затраты на закупку товаров, которые снижаются на протяжении всего анализируемого периода, а также транспортными расходами, которые имеют аналогичную динамику.

В отношении расходов, связанных с оказанием услуг, наблюдается рост показателя, при этом наибольший темп роста отмечен в 2017 – 2018 гг. (в 5,39раза больше), что обусловлено ростом объема продаж услуг ООО «ЦПР».

В таблице 19 представлена структура расходов на приобретение товаров и оказание услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Таблица 19 - Структура расходов на приобретение товаров и оказание услуг в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

| Показатели | Структура расходов, % | | | Изменения, процентный пункт | |
|--|-----------------------|---------|---------|-----------------------------|-------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Общая величина расходов, связанных с приобретением товаров и оказанием услуг | 100,00 | 100,00 | 100,00 | - | - |
| в том числе: | | | | | |
| Расходы, связанные с приобретением товаров | 90,99 | 81,59 | 41,84 | -9,40 | -39,75 |
| из них: | | | | | |
| - расходы на закупку товаров | 80,07 | 72,61 | 37,05 | -7,45 | -35,56 |
| - транспортные расходы | 10,92 | 8,97 | 4,79 | -1,95 | -4,18 |
| Расходы, связанные с оказанием услуг | 9,01 | 17,36 | 58,16 | 8,34 | 40,80 |
| из них: | | | | | |
| - оплата труда персонала | 6,92 | 14,14 | 44,67 | 7,22 | 30,53 |
| - страховые взносы с оплаты труда | 2,09 | 3,22 | 13,49 | 1,12 | 10,28 |

Представленные в таблице 19 сведения позволяют судить о нестабильной динамике рассматриваемого показателя. Так, в 2016 г. и 2017 г. наибольший удельный вес в структуре рассматриваемых расходов организации, представлен расходами на приобретение товаров (90,99 % и 81,59 % соответственно). При этом большая доля в составе указанного показателя приходится на расходы,

связанные с закупкой товаров. В 2018 г. наибольшая доля в структуре рассматриваемого показателя приходится на расходы, связанные с оказанием услуг (58,16 % в 2016 г.), что обусловлено развитием услуг в сфере информационных технологий в ООО «ЦПР» и ростом потребительского спроса на них.

Структура расходов, связанных с приобретением товаров и оказанием услуг ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг. представлена на рисунке 9.

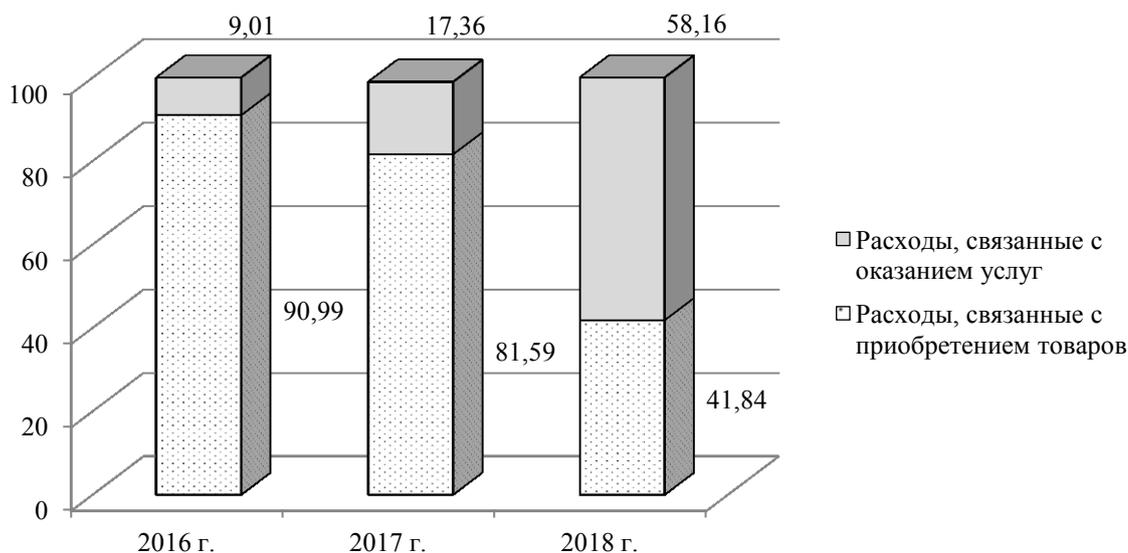


Рисунок 9 - Структура расходов, связанных с приобретением товаров и оказанием услуг ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Таким образом, структура расходов ООО «ЦПР», связанных с приобретением товаров и оказанием услуг, аналогичная структуре объемов продаж организации.

Представленные показатели влияют на динамику рентабельности продаж товаров и услуг ООО «ЦПР». В целях анализа показателей рентабельности продаж, в таблице 20 представлены необходимые сведения.

В анализируемом периоде, в целом, наблюдается снижение рентабельности продаж товаров и услуг ООО «ЦПР» с 22,39 % в 2016 г. до 20,00 % в 2018 г., что обусловлено реализацией в организации стратегии, направленной на увеличение клиентской базы в отношении услуг, в связи с чем, в 2016 – 2018 гг. руководством ООО «ЦПР» принято решение о снижении цен на услуги организации. Таким образом, представленная динамика обусловлена изменением це-

новой политики ООО «ЦПР».

Таблица 20 – Динамика показателей рентабельности продаж товаров и услуг ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

| Показатели | Рентабельность продаж, % | | | Изменения, процентный пункт | |
|---|--------------------------|---------|---------|-----------------------------|-------------------|
| | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г. к 2016 г. | 2018 г. к 2017 г. |
| Рентабельность продаж товаров и услуг, всего | 22,39 | 25,41 | 20,00 | 3,02 | -5,41 |
| в том числе: | | | | | |
| Рентабельность продаж компьютеров и компьютерного оборудования | 22,48 | 23,16 | 22,99 | 0,69 | -0,18 |
| из них: | | | | | |
| - компьютерные системы | 22,75 | 22,84 | 22,53 | 0,09 | -0,31 |
| - периферийные устройства | 23,66 | 22,17 | 22,48 | -1,49 | 0,31 |
| - ноутбуки | 21,23 | 24,74 | 23,82 | 3,51 | -0,92 |
| - планшеты | 23,90 | 21,93 | 23,74 | -1,97 | 1,82 |
| - проекторы | 21,19 | 24,76 | 25,12 | 3,56 | 0,37 |
| - комплектующие для компьютеров | 21,22 | 23,09 | 22,41 | 1,87 | -0,68 |
| - прочие товары | 19,69 | 26,09 | 17,48 | 6,40 | -8,60 |
| Разработка программного обеспечения и другие аналогичные услуги | 21,47 | 37,76 | 17,71 | 16,28 | -20,05 |
| из них: | | | | | |
| - разработка компьютерного программного обеспечения | 23,70 | 37,36 | 17,89 | 13,66 | -19,47 |
| - деятельность по управлению компьютерным оборудованием | 15,09 | 40,61 | 16,74 | 25,51 | -23,86 |
| - деятельность web-порталов | 7,14 | 34,95 | 19,05 | 27,81 | -15,90 |
| - ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования | 24,78 | 38,66 | 17,45 | 13,87 | -21,21 |
| - ремонт коммуникационного оборудования | 15,97 | 36,87 | 17,57 | 20,90 | -19,30 |

Наиболее высокие показатели рентабельности продаж отмечены в отношении товаров, при этом в анализируемом периоде отмечен рост рассматриваемого показателя с 22,48 % в 2016 г. до 22,99 % в 2018 г. Наиболее высокие показатели рентабельности продаж отмечены в 2018 г. в отношении проекторов (25,12 %), ноутбуков (23,82 %) и планшетов (23,74 %). В отношении услуг ООО «ЦПР» наблюдаются более низкие показатели рентабельности продаж в 2016 г. и 2018 г. (21,47 % и 17,71 % соответственно), при этом наиболее высокий показатель отмечен в 2017 г. (37,76 %), что связано с выполнением услуг в сроки, существенно ниже стандартных периодов оказания услуг в организации, в связи с чем, руководством ООО «ЦПР» было принято решение об установлении

более высоких цен на подобные услуги.

Также следует отметить нестабильность рентабельности продаж в ООО «ЦПР» в отношении реализации услуг по деятельности web-порталов, низкий показатель рентабельности указанной услуги наблюдается в 2016 г. (7,14 %), что обусловлено предоставлением скидки одному из потребителей услуг организации в указанный период, в целях создания возможностей для дальнейшей стабильной работы с ним.

Проведенное исследование результатов и эффективности коммерческой деятельности ООО «ЦПР» позволило определить изменение основного направления деятельности организации в анализируемом периоде – развитие деятельности организации в отношении оказания услуг, в целях увеличения клиентской базы. При этом в ходе анализа выявлено снижение объемов продаж товаров в ООО «ЦПР», что обусловлено указанной причиной. При этом особенностью коммерческой деятельности организации является отсутствие торговой площади, необходимой для представления потребителям всех имеющихся товаров. Руководство организации не видит в этом особого смысла, так как большая часть товаров ООО «ЦПР» реализуется коммерческими организациями с особенностями: заказы товаров у поставщиков ООО «ЦПР» осуществляются после получения заказов от потребителей организации, что не предполагает необходимость выкладки всего имеющегося ассортимента товаров. При этом организация в основном работает с коммерческими организациями, обуславливает наличие указанных особенностей.

Таким образом, проведенное исследование результатов и эффективности коммерческой деятельности ООО «ЦПР» позволило определить рост объемов продаж товаров и услуг, но при этом выявлено снижение показателей рентабельности, в связи с реализацией в организации мер по увеличению клиентской базы, в связи с чем, цены на товары и услуги организации были несколько снижены. При этом ООО «ЦПР» имеет ряд возможностей для развития собственной деятельности, в целях завоевания большей доли рынка и увеличения клиентской базы.

3 ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ЦЕНТР ПЕРСПЕКТИВНЫХ РАЗРАБОТОК»

3.1 Экономическое обоснование необходимости совершенствования коммерческой деятельности ООО «Центр перспективных разработок»

Ранее проведенное исследование рыночной среды ООО «ЦПР» позволило определить, что основными конкурентами организации, являются: ООО «АИС», ООО «Системная интеграция» и ИП Прашкович Д.Ю. Указанные экономические субъекты осуществляют деятельность в сфере продаж компьютеров и компьютерного оборудования, а также реализуют услуги в сфере информационных систем. Представленная конкурентная карта рынка информационных услуг на территории г. Благовещенска Амурской области позволила определить, что основным конкурентом ООО «ЦПР» является ООО «АИС», указанная организация обладает широкой клиентской базой, а также высокими финансовыми результатами, что позволяет судить о более высоком уровне конкурентоспособности ООО «АИС» в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска Амурской области. При этом представленная ранее конкурентная карта рынка позволила определить, что ООО «ЦПР» также обладает высоким уровнем конкурентоспособности, что определяется сравнительно высокой долей рынка и высокими темпами роста рынка в рассматриваемой сфере.

Указанный вывод обусловлен стабильной работой по оказанию услуг в сфере информационных технологий коммерческим организациям в ООО «ЦПР». При этом организация не реализует указанные услуги государственным и муниципальным учреждениям, по причине отсутствия в организации лицензии ФСБ на криптографию и шифрование, что является обязательным условием для участия в госзакупках в указанной сфере, согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 г. № 313. Также ООО «ЦПР» не реализует услуги в сфере информационных систем физическим лицам, по причине наличия особой специфики указанных услуг, которые характеризуются отсутствием спроса на них у населения г. Благовещенска Амурской области.

В отношении продаж компьютеров и компьютерного оборудования, ООО «ЦПР» обладает небольшой долей рынка, что обусловлено наличием небольшой клиентской базы, основной группой потребителей которой являются коммерческие организации. Следует отметить, что потребителями товаров ООО «ЦПР» также являются государственные и муниципальные учреждения и физические лица. При этом ООО «ЦПР» не принимает активное участие в реализации федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 27.12.2019 г.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в связи с наличием следующих особенностей. В большинстве случаев, реализация госзакупок на территории Амурской области осуществляется на основе тендеров в форме конкурсов и аукционов, в которых может одержать победу организация, предложившая наименьшую стоимость контракта. Таким образом, участие в системе государственных и муниципальных закупок для ООО «ЦПР» не позволяет получить желаемый уровень прибыли, в связи с чем, не является приоритетным.

Небольшая клиентская база потребителей товаров ООО «ЦПР» в лице физических лиц обусловлена отсутствием торговой площади, необходимой для выкладки всего имеющегося ассортимента, что обеспечивает небольшой потребительский спрос со стороны указанной группы потребителей. Следует отметить, что руководство ООО «ЦПР» считает сотрудничество с коммерческими организациями в части продажи компьютеров и компьютерного оборудования более целесообразным и эффективным направлением, в связи с высоким уровнем конкуренции в отрасли, по причине присутствия на территории г. Благовещенска Амурской области большого числа организаций, реализующих указанные группы товаров. При этом руководство ООО «ЦПР» в текущих условиях удовлетворено принципами работы с физическими лицами, при этом в анализируемом периоде выявлено снижение объемов продаж товаров указанной группе потребителей, что следует рассматривать как негативную тенденцию, которая приводит к снижению финансовых результатов и сокращению объемов продаж товаров в организации (рисунок 10).

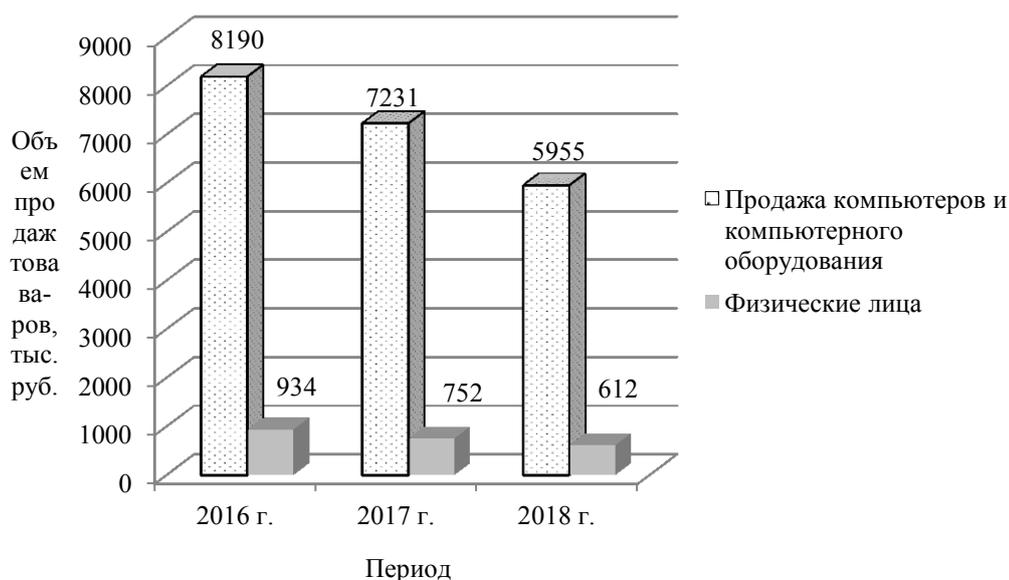


Рисунок 10 – Динамика объема продажи товаров в ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Также необходимо отметить, что в анализируемом периоде, руководством ООО «ЦПР» было принято решение о развитии услуг в сфере информационных систем, в связи с чем, все силы организации были направлены на развитие услуг, что привело к росту объемов продаж услуг организации, но также отмечено снижение объемов продаж. Таким образом, принятая стратегия ООО «ЦПР» позволила достичь таких положительных результатов, как рост объемов продаж услуг и увеличение финансовых результатов. При этом организация потеряла часть потребителей физических лиц (рисунок 11).

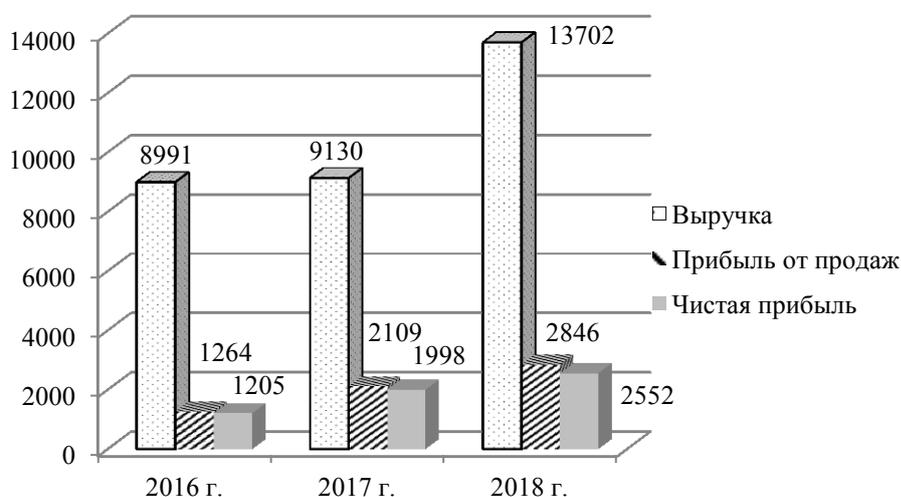


Рисунок 11 – Динамика финансовых результатов ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг.

Также в ходе проведенного SWOT-анализа ООО «ЦПР» были выявлены следующие возможности для развития деятельности организации:

- расширение перечня налоговых льгот для организаций малого и среднего бизнеса;
- рост доходов населения Амурской области;
- повышение уровня жизни населения Амурской области;
- рост доли экономически активного населения в общей структуре населения Амурской области;
- рост потребительского спроса в отношении компьютеров и компьютерного оборудования у населения Амурской области;
- снижение уровня конкуренции в отрасли.

Реализации указанных возможностей благоприятствуют сильные стороны организации:

- узкий ассортимент товаров и услуг;
- недостаточная квалификация персонала организации;
- недостаточно удовлетворительное финансовое положение;
- слабое участие в контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, для обеспечения государственных и муниципальных нужд.

Согласно результатам ранее проведенного исследования, основными проблемами коммерческой деятельности ООО «ЦПР», являются:

- снижение объемов продаж товаров;
- низкая активность участия в государственных и муниципальных закупках;
- потеря части потребителей - физических лиц.

Указанные проблемы определяют необходимость совершенствования коммерческой деятельности ООО «ЦПР», в целях достижения более высоких показателей деятельности организации.

Таким образом, в текущих условиях, ООО «ЦПР» позиционирует себя как организация, осуществляющая деятельность в сфере информационных систем и технологий. При этом организация имеет возможности для расширения

деятельности в сфере продаж компьютеров и компьютерного оборудования, что позволит повысить уровень конкурентоспособности за счет роста клиентской базы и финансовых результатов.

3.2 Разработка направлений совершенствования коммерческой деятельности в ООО «ЦПР»

В качестве направлений совершенствования коммерческой деятельности ООО «ЦПР», может быть предложено:

- увеличение площади выставочного зала организации, с целью обеспечения более полной выкладки товаров, для привлечения потребителей физических лиц;
- повышение активности участия организации в системе государственных и муниципальных закупок;
- внедрение электронной торговли, посредством создания Интернет-магазина.

Характеристика указанных мероприятий представлена в таблице 21.

Таблица 21 – Характеристика направлений совершенствования коммерческой деятельности ООО «ЦПР»

| Мероприятие | Содержание мероприятия | Факторы, благоприятствующие внедрению мероприятия | Факторы, сдерживающие внедрение мероприятия | Возможность практической реализации мероприятия |
|--|--|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Увеличение площади выставочного зала | Мероприятие предполагает расширение демонстрационной площади организации, в целях выкладки большего объема товаров. Реализация мероприятия позволит привлечь большее число потребителей физических лиц | - снижение численности потреби физических лиц; - возможность увеличения объемов продаж; - возможность повышения уровня конкурентоспособности организации; | Отсутствие необходимой общей площади помещений организации для достаточного расширения демонстрационной площади | Мероприятие невозможно реализовать в текущих условиях |
| Повышение активности участия организа- | Мероприятие предполагает увеличение числа за- | - снижение объема продаж товаров в анализируемом пе- | - отсутствие у организации лицен-зии ФСБ на крип- | Возможная реализация мероприятия в ча- |

| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|--|--|---|---|
| ции в системе государственных и муниципальных закупок | явок организации на участие в государственных и муниципальных закупках, в целях увеличения объема продаж | риоде; - низкая активность участия организации в системе государственных и муниципальных закупок; | тографию и шифрование, что является обязательным требованием при реализации услуг в сфере информационных систем и технологий государственным и муниципальным учреждениям, согласно постановлению Правительства Российской Федерации от 16.04.2012 г. № 313; - низкая эффективность реализации товаров государственным и муниципальным учреждениям; | сти продаж товаров |
| Внедрение электронной торговли, посредством создания Интернет-магазина | Мероприятие предполагает создание Интернет-сайта, на котором будет размещена информация об ассортименте товаров организации, их технических характеристиках и ценах. Интернет-сайт предполагает создание возможности удаленного оформления заказов от физических лиц на поставку товаров | - снижение численности потреби физических лиц; - наличие в организации трудовых ресурсов, необходимых для реализации мероприятия; - отсутствие возможности решения проблемы снижения объема продаж физическим лицам иными способами; | Дополнительные финансовые расходы на реализацию мероприятия | Мероприятие возможно реализовать в текущих условиях |

Таким образом, оптимальным мероприятием, направленным на совершенствование коммерческой деятельности ООО «ЦПР», является создание Интернет-магазина.

В целях реализации мероприятия, следует выполнить задачи, представленные в таблице 22.

Таблица 22 – Перечень работ, связанных с реализацией предложенного мероприятия

| Условное обозначение работ | Наименование работы | Ответственное лицо | Продолжительность работ, раб.дни |
|----------------------------|--|---|----------------------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| A1 | Выявление проблемы коммерческой деятельности организации | Отдел продаж, бухгалтерия, отдел разработок | 3 |
| A2 | Проведение причинно-следственного анализа выявленных проблем | Коммерческий директор | 2 |
| A3 | Предложение проектов по существующим проблемам | Отдел продаж, коммерческий директор | 2 |
| A4 | Оценка влияния внутренней и внешней среды организации | Отдел продаж, коммерческий директор | 2 |
| A5 | Ранжирование мероприятий по критериям оценки | Отдел продаж, коммерческий директор | 1 |
| A6 | Выбор наиболее приемлемого варианта проектного решения проблемы | Коммерческий директор, генеральный директор | 1 |
| A7 | Разработка плана реализации для приоритетного варианта проекта | Отдел продаж | 1 |
| A8 | Определение целей и задач мероприятия | Отдел продаж | 2 |
| A9 | Согласование целей и задач с руководством организации | Отдел продаж, коммерческий директор, генеральный директор | 1 |
| B1 | Определение ожидаемых результатов | Отдел продаж | 3 |
| B2 | Планирование рабочей группы | Коммерческий директор | 3 |
| B3 | Планирование бюджета и времени | Бухгалтерия, отдел разработок | 2 |
| B4 | Планирование требуемых ресурсов | Бухгалтерия | 3 |
| B5 | Планирование возможных рисков | Коммерческий директор | 3 |
| B6 | Анализ рынка Интернет-торговли в Амурской области | Отдел продаж, коммерческий директор | 5 |
| B7 | Разработка плана реализации мероприятия | Коммерческий директор | 2 |
| B8 | Утверждение плана реализации мероприятия | Генеральный директор | 1 |
| B1 | Издание приказа о реализации мероприятия | Генеральный директор | 1 |
| B2 | Разработка плана-графика | Генеральный директор | 1 |
| B3 | Утверждение плана-графика | Генеральный директор | 2 |
| B4 | Установление системы контроля над ходом работ | Отдел разработок | 1 |
| B5 | Разработка будущего дизайна Интернет-магазина | Отдел разработок | 5 |
| B6 | Формирование ассортимента товаров, который будет представлен в Интернет-магазине | Отдел продаж | 2 |
| B7 | Формирование ценовой политики для Интернет-магазина | Отдел продаж, коммерческий директор | 7 |
| B8 | Определение условий поставок товаров | Отдел продаж, коммерческий директор | 1 |
| B9 | Расчет показателей бюджета затрат проекта | Бухгалтерия | 5 |
| B10 | Реализация процессов по созданию Интернет-магазина | Отдел разработок | 118 |

| 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----|---|-----------------------|-----|
| В11 | Оперативный контроль и регулирование основных показателей проекта | Коммерческий директор | 1 |
| В12 | Решение возникающих проблем и задач | Коммерческий директор | 2 |
| Г1 | Подготовка итоговых документов | Коммерческий директор | 1 |
| Г2 | Заккрытие финансирования | Генеральный директор | 1 |
| х | Итого | х | 162 |

Таким образом, общая продолжительность реализации мероприятия по созданию Интернет-сайта, составляет 162 рабочих дня.

Графическое изображение длительности реализации мероприятия по наименованиям работ, представлено на диаграмме Ганта (рисунок 12).

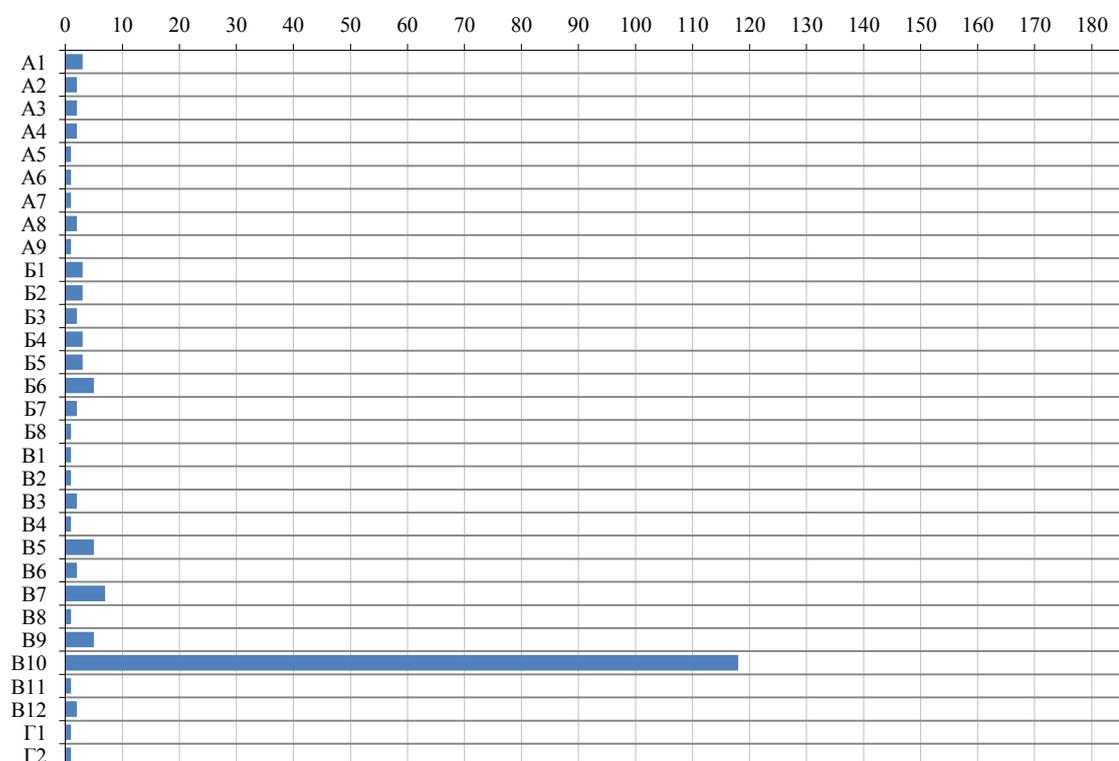


Рисунок 12 – Диаграмма Ганта реализации мероприятия по созданию Интернет-магазина

Согласно представленным сведениям, наибольшей длительностью обладают работы по непосредственной разработке Интернет-магазина (118 дней). Следует отметить, что указанные функции будут возложены на сотрудников отдела разработок ООО «ЦПР».

Сетевая модель создания Интернет-магазина представлена на рисунке 13.

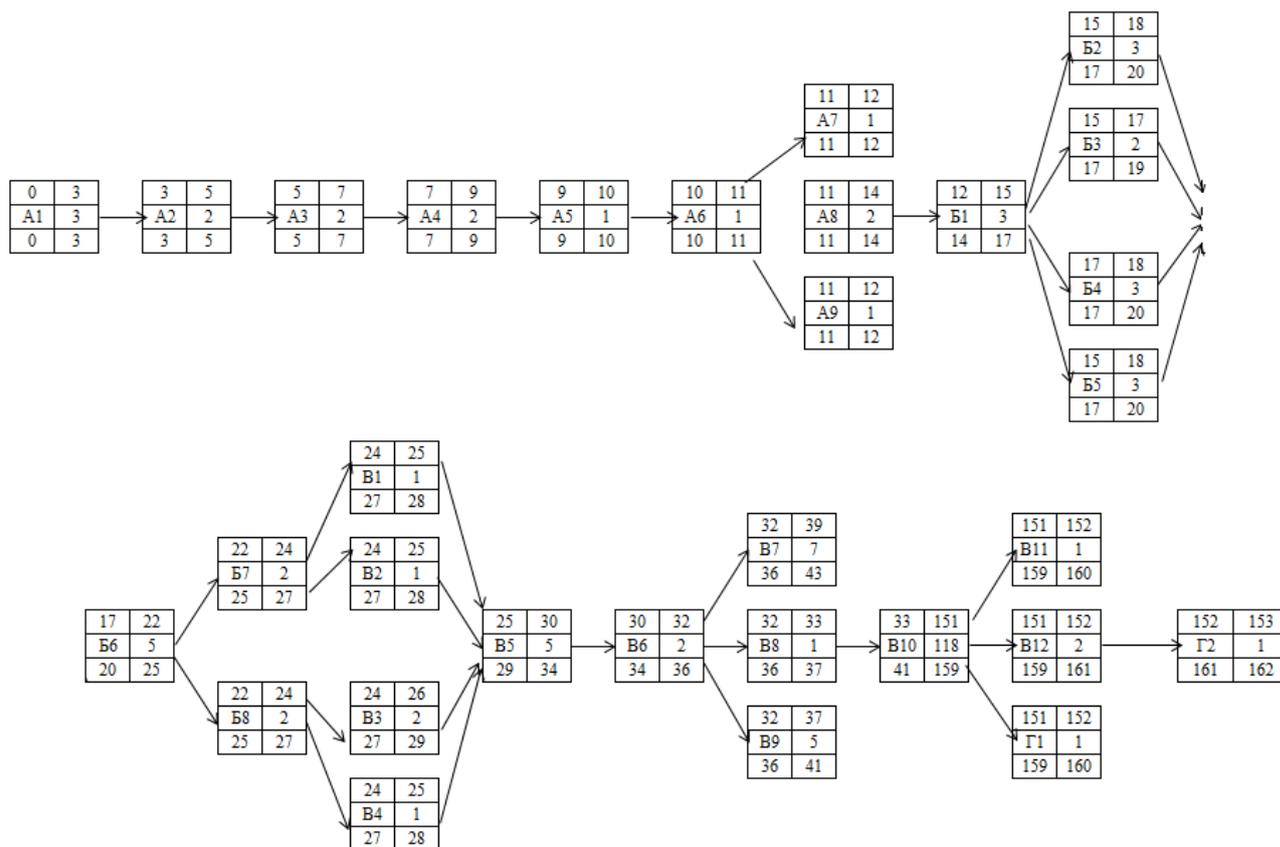


Рисунок 13 – Сетевая модель реализации мероприятия по созданию Интернет-магазина

За счет параллельного выполнения работ в рамках мероприятия, его общая длительность может быть сокращена до 153 рабочих дней.

Ожидаемыми результатами реализации мероприятия, являются:

- увеличение объема продаж товаров физическим лицам;
- рост финансовых результатов;
- увеличение клиентской базы;
- повышение уровня конкурентоспособности;
- увеличение доли рынка.

Таким образом, предложенное мероприятие способно комплексным образом усовершенствовать коммерческую деятельность ООО «ЦПР», что позволит достичь как качественных, так и количественных результатов. Преимуществом реализации предложенного мероприятия, является оптимизация расходов ООО

«ЦПР», связанных с созданием Интернет-магазина, в связи с наличием трудовых ресурсов, необходимых для внедрения мероприятия.

3.3 Экономическая эффективность предложенных мероприятий

В перечень расходов ООО «ЦПР» на реализацию мероприятия по созданию Интернет-магазина, входят:

- расходы на оплату труда персонала, который будет задействован в создании Интернет-магазина;
- страховые взносы с оплаты труда персонала, который будет задействован в создании Интернет-магазина;
- приобретение системы управления Интернет-сайтом «СMS»;
- приобретение системы обмена доступом с программой 1С;
- приобретение домена (имя сайта);
- приобретение хостинга (место размещения Интернет-сайта).

Бюджет расходов на реализацию мероприятия представлен в таблице 23.

Таблица 23 – Бюджет расходов на создание Интернет-магазина

| Вид расходов | Величина расходов, тыс. руб. | Описание |
|--|------------------------------|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Оплата труда персонала, который будет задействован в создании Интернет-магазина | 548,7 | В процессе реализации мероприятия будут задействованы 3 сотрудника отдела разработок ООО «ЦПР». Должностной оклад указанной группе персонала в рамках реализации мероприятия, установлен исходя из текущей величины среднего оклада сотрудников отдела разработок организации (32 тыс. руб.), средняя величина должностного оклада за рабочий день составляет 1,55 тыс. руб. |
| Страховые взносы с оплаты труда персонала, который будет задействован в создании Интернет-магазина | 165,71 | Величина расходов определена исходя из следующих данных: - ставка страховых взносов на обязательное пенсионное страхование – 22 %; - ставка страховых взносов на обязательное медицинское страхование – 5,1 %; - ставка страховых взносов на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и в связи с материнством – 2,9 %; - ставка страховых взносов на обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности и профессиональных заболеваний – 0,2 %. Общая ставка страховых взносов – 30,2 % |

| 1 | 2 | 3 |
|---|--------|---|
| Приобретение системы управления Интернет-сайтом «СМS» | 30 | Расходы оплачиваются единовременно на весь период работы Интернет-сайта |
| Приобретение системы обмена доступом с программой 1С | 20 | Расходы оплачиваются единовременно на весь период работы Интернет-сайта |
| Приобретение домена | 0,6 | Расходы оплачиваются раз в год |
| Приобретение хостинга | 8 | Расходы оплачиваются раз в год |
| Итого | 773,01 | Расходы представлены на первый год реализации мероприятия |

Финансирование мероприятия будет осуществлено из средств нераспределенной прибыли ООО «ЦПР».

Согласно результатам анализа российского рынка Интернет-торговли, удельный вес продаж, совершаемых в Интернет-магазинах, составляет 4,4 % в общей структуре продаж.²⁶ Согласно сведениям, представленным в Амурском статистическом ежегодник, численность населения г. Благовещенска Амурской области составила 225 810 чел. в 2019 г., из них численного занятого населения составляет 144 687 чел.²⁷ Таким образом, численность возможных потребителей компьютеров и компьютерного оборудования ООО «ЦПР» в г. Благовещенске составляет 6 366 чел. (144 687 чел. x 4,4 %) Согласно официальным данным, около 70 % рынка Интернет-торговли г. Благовещенска Амурской области представлено продажами, имеющими стабильный характер, т.е. 4 456 чел. являются постоянными потребителями Интернет-магазинов, таким образом, оставшиеся 1 909 чел. являются потенциальными потребителями товаров ООО «ЦПР». Средний чек на покупку компьютеров и компьютерного оборудования физическими лицами в ООО «ЦПР» составляет 18 тыс. руб. Таким образом, ожидаемая выручка от продаж товаров физическим лицам в Интернет-магазине составляет 34 378 тыс. руб. (1 909 чел. x 18 тыс. руб.).

Ожидаемые результаты реализации мероприятия по созданию Интернет-магазина в ООО «ЦПР» представлены в таблице 24.

²⁶ Давий, А.О. Барьеры и драйверы при совершении Интернет-покупок в России: результаты эмпирического исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. 2018. № 17. С. 71.

²⁷ Амурская область в цифрах 2019: краткий статистический сборник. Благовещенск: Амурстат. 2019. С. 41.

Таблица 24 - Ожидаемые результаты реализации мероприятия по созданию Интернет-магазина в ООО «ЦПР»

| Показатели | Значение показателей, тыс. руб. | Описание |
|----------------------------|---------------------------------|--|
| Выручка от продаж | 34 378 | Показатель определен исходя из среднего объема продаж Интернет-торговли в России (4,4 %), численности занятого населения г. Благовещенска Амурской области (144 687 чел.), удельного веса потребителей, являющихся постоянными клиентами других Интернет магазинов (70 %) и среднего чека на продажи товаров физическим лицам в ООО «ЦПР» (18 тыс. руб.) |
| Расходы на продажу товаров | 28 041 | Показатель определен исходя из средней наценки на товары ООО «ЦПР» за 2016 – 2018 гг., которая составляет 22,6 % ((22,39 % + 25,41 % + 20,00 %) : 3). Расчет показателя осуществлен исходя из ожидаемой величины выручки от продаж: (34 378 тыс. руб. : 122,6) x 100 |
| Валовая прибыль | 6 337 | Показатель определен как разница между ожидаемой выручкой от продаж и затратами на закупку товаров |

Таким образом, ожидаемая величина валовой прибыли ООО «ЦПР» от создания Интернет-магазина, составляет 6 337 тыс. руб.

Показатели экономической эффективности создания Интернет-магазина в ООО «ЦПР» представлены в таблице 25.

Таблица 25 - Показатели экономической эффективности создания Интернет-магазина в ООО «ЦПР»

| Показатели | Значения показателей | | Изменения показателей | |
|----------------------------|----------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------|
| | 2018 г. | после реализации мероприятия | абсолютный прирост, тыс. руб. | относительный прирост, % |
| Выручка | 13702 | 48080 | 34378 | в 3,51 раза больше |
| Себестоимость | 4586 | 32627 | 28041 | в 7,11 раза больше |
| Валовая прибыль | 9116 | 15453 | 6337 | в 1,69 раза больше |
| Управленческие расходы | 6270 | 6270 | - | 100,00 |
| Коммерческие расходы | - | 773 | 773 | x |
| Прибыль от продаж | 2846 | 8410 | 5564 | в 2,99 раза больше |
| Прочие доходы | 156 | 156 | - | x |
| Прибыль до налогообложения | 3002 | 8566 | 5564 | в 2,85 раза больше |
| Налог на прибыль | 450 | 1285 | 835 | в 2,85 раза больше |
| Чистая прибыль | 2552 | 7281 | 4729 | в 2,85 раза больше |

Создание Интернет-магазина позволит увеличить выручку ООО «ЦПР»

на 34 378 тыс. руб. (в 3,51 раза) при этом увеличение себестоимости продаж в организации составит 28 041 тыс. руб. Динамика представленных показателей приведет к росту валовой прибыли ООО «ЦПР» на 6 337 тыс. руб. (в 1,69 раза), а также прибыли от продаж на 5 564 тыс. руб. (в 2,99 раза).

Таким образом, создание Интернет-магазина в ООО «ЦПР» позволит существенным образом увеличить финансовые результаты деятельности ООО «ЦПР», что отразится на доли рынка и темпах роста рынка организации, а также уровне конкурентоспособности.

Необходимость создания Интернет-магазина в ООО «ЦПР» определяется следующим. Активное развитие интернет-технологий и цифровой инфраструктуры в России создает благоприятные условия для роста традиционных отраслей экономики, среди которых выделяется отрасль розничной торговли. Цифровизация розничной торговли привела к возникновению и росту Интернет-торговли, под которой понимается продажа или покупка товаров или услуг через компьютерные сети с помощью методов, специально предназначенных для получения или размещения заказов.

Таким образом, реализация предложенного мероприятия позволит существенным образом усовершенствовать коммерческую деятельность ООО «ЦПР», что позволит достичь качественных и количественных результатов деятельности организации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая деятельность является составной частью предпринимательской деятельности и представляет собой совокупность процессов, связанных с материальным снабжением и сбытом товаров или продукции. Основной целью коммерческой деятельности является обеспечение удовлетворенности потребителей объемом и качеством реализуемых товаров и удовлетворенности продавца, способного извлечь из процессов коммерческой деятельности экономические выводы.

В современных условиях реализации коммерческой деятельности, существует множество направлений ее оптимизации и совершенствования. Одним из наиболее современных и перспективных направлений, является электронная коммерция. Преимуществами электронной коммерции является экономия времени потребителей на приобретение товаров, а также экономия финансовых ресурсов организации, что достигается за счет отсутствия необходимости наличия торговых площадей. Таким образом, электронная коммерция характеризуется более низкими затратами на реализацию коммерческой деятельности, по сравнению с другими формами торговли. Электронная коммерция характеризуется ускоренными темпами развития, особенно на рынках развивающихся стран. При этом невозможно сказать, что в будущих периодах, электронная коммерция полностью вытеснит традиционные формы торговли, но сможет составить им серьезную конкуренцию.

Объектом исследования бакалаврской работы является ООО «Центр перспективных разработок». В анализируемом периоде наблюдается рост масштабов деятельности организации, что определяется ростом среднегодовой стоимости имущества организации. Следует отметить, что достаточно существенный рост показателя был достигнут в 2017 г., по сравнению с 2016 г., показатель увеличился на 4 111 тыс. руб., при этом за 2017 – 2018 гг. отмечено снижение показателя на 1 579 тыс. руб. Положительной тенденцией является сокращение себестоимости с 6 349 тыс. руб. в 2016 г. до 4 586 тыс. руб., что сви-

детельствует об оптимизации расходной части бюджета ООО «ЦПР». Динамика представленных показателей привела к росту чистой прибыли организации на 793 тыс. руб. за 2016 – 2017 гг. и на 2 552 тыс. руб. за 2017 – 2018 гг.

Конкурентами ООО «ЦПР» являются: общество с ограниченной ответственностью «Амурские информационные системы» (ООО «АИС»), общество с ограниченной ответственностью «Системная интеграция» (ООО «Системная интеграция»), а также индивидуальный предприниматель Прашкович Денис Юрьевич (ИП Прашкович Д.Ю.). В целях оценки конкурентоспособности указанных организаций на рынке продажи компьютеров и компьютерного оборудования, а также услуги в сфере информационных технологий на территории г. Благовещенска Амурской области, построена звезда (многоугольник) конкурентоспособности на основе результатов оценки конкурентоспособности ранее рассмотренных организаций, с учетом следующих критериев: качество, цены, финансы, сбыт, послепродажное обслуживание, внешняя политика, предпродажная подготовка, концепция. Оценка проведена по десятибалльной шкале. Наибольшим уровнем конкурентоспособности обладает ООО «АИС», в качестве конкурентных преимуществ организации, определены: качество товаров и услуг, а также концепция. При этом низким показателем конкурентоспособности организации, являются высокие цены на оказываемые услуги и реализуемые товары.

Немаловажное значение на деятельность ООО «ЦПР» оказывают экономические факторы, оказывающие движущее (повышение экономического уровня развития Амурской области применение налоговых льгот для субъектов малого и среднего предпринимательства и др.) и сдерживающее воздействие (рост уровня инфляции, рост ключевой ставки, установленная величина процентных ставок по взносам во внебюджетные фонды и др.).

Проведенный SWOT-анализ ООО «ЦПР» позволил определить, что при усилении выявленных в ходе анализа сильных сторон деятельности ООО «ЦПР», организация сможет реализовать выявленные возможности. Также при невнимании к слабым сторонам ООО «ЦПР», возникновение указанных угроз

может крайне негативным образом сказаться на результатах и эффективности работы ООО «ЦПР».

Основной целью коммерческой деятельности ООО «ЦПР» является увеличение прибыли организации, посредством выполнения видов экономической деятельности, определенных внутренними регламентирующими документами. Покупателями товаров и услуг, реализуемых в ООО «ЦПР», являются как физические, так и юридические лица. Следует отметить, что большая часть услуг, оказываемых компанией юридическим лицам, относится на учреждения государственного сектора.

Особенностью коммерческой деятельности организации является отсутствие торговой площади, необходимой для представления потребителям всех имеющихся товаров. Руководство организации не видит в этом особого смысла, так как большая часть товаров ООО «ЦПР» реализуется коммерческим организациям с особенностями: заказы товаров у поставщиков ООО «ЦПР» осуществляются после получения заказов от потребителей организации, что не предполагает необходимость выкладки всего имеющегося ассортимента товаров. При этом организация в основном работает с коммерческими организациями, обуславливает наличие указанных особенностей.

ООО «ЦПР» принимает участие в государственных закупках на территории г. Благовещенска и Амурской области. Для принятия участия в тендере, ООО «ЦПР» представляет заявку государственному учреждению, объявившему тендер. В заявке указывается перечень товаров и услуг, которые компания готова предоставить потенциальному заказчику, стоимость товаров и услуг, а также временной период выполнения договорных обязательств.

Реализация товаров осуществляется в основном коммерческим организациям, объем продаж по рассматриваемому направлению снижается на протяжении всего анализируемого периода. Услуги в ООО «ЦПР» реализуются исключительно коммерческим организациям, в связи с отсутствием потребительского спроса на услуги в сфере информационных разработок со стороны физических лиц, по причине подобной необходимости. При этом ООО «ЦПР» не ре-

ализует услуги в рамках федерального закона от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ (в ред. от 27.12.2019 г.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», в связи с отсутствием лицензии ФСБ на криптографию и шифрование.

В анализируемом периоде ООО «ЦПР» изменило основное направление деятельности организации в целях развития услуг в сфере информационных технологий для увеличения объема продаж, считая указанное направление более перспективным.

В качестве направлений совершенствования коммерческой деятельности ООО «ЦПР», предложено: увеличение площади выставочного зала организации, с целью обеспечения более полной выкладки товаров, для привлечения потребителей физических лиц; повышение активности участия организации в системе государственных и муниципальных закупок; внедрение электронной торговли, посредством создания Интернет-магазина. Исследование указанных направлений позволило определить, что в текущих условиях, оптимальным мероприятием, является создание Интернет-магазина. Финансирование мероприятия будет осуществлено из средств нераспределенной прибыли ООО «ЦПР».

Создание Интернет-магазина позволит увеличить выручку ООО «ЦПР» на 34 378 тыс. руб. (в 3,51 раза) при этом увеличение себестоимости продаж в организации составит 28 041 тыс. руб. Динамика представленных показателей приведет к росту валовой прибыли ООО «ЦПР» в 1,69 раза, а также прибыли от продаж в 2,99 раза. Учитывая представленные в бакалаврской работе экономические результаты реализации предложенного мероприятия, оно является экономически рентабельным и целесообразным.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: учебно-методическое пособие / М.М. Алексеева. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 211 с.
- 2 Амурская область в цифрах 2019: краткий статистический сборник. Благовещенск: Амурстат, 2019. – 212 с.
- 3 Андреев, С.Н. Принятие решений в маркетинговых ситуациях. Маркетинг в России и за рубежом / С.Н. Андреев. М.: Экономика - 2016. – 327 с.
- 4 Арчакова, В.Г. Роль инфраструктуры рынка в повышении конкурентоспособности предприятий / В.Г. Арчакова // Российское предпринимательство. – 2017. - № 4. – С. 114 – 118.
- 5 Белоусова, Н.А. Специфика коммерческой деятельности на предприятиях / Н.А. Белоусова, Я.Ю. Радюкова // Социально-экономические явления и процессы. - 2017. - № 4. - С. 33 - 35.
- 6 Большаков, А.С. Моделирование в менеджменте: Учебное пособие / А.С. Большаков – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 2016. – 464 с.
- 7 Борбодоев, М.М. Методологические аспекты организации коммерческой деятельности потребительских рынков / М.М. Борбодоев// Молодой ученый. – 2016. - № 25. – С. 248 – 251.
- 8 Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова, О.В. Пигунова. - Минск: Высшая школа, 2015. – 326 с.
- 9 Викулова, С.К. Совершенствование процессов управления на предприятиях / С.К. Викулова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 318 с.
- 10 Виноградова, С.Н. Организация и технология торговли: учебник. - Мн.: Высшая школа, 2016. – 223 с.
- 11 Гаджиева, А.Г. Сущность инфраструктуры как необходимого элемента рынка / А.Г. Гаджиева // Молодой ученый. – 2015. - № 9. – С. 118 – 120.
- 12 Гаджиева, А.Г. Сущность инфраструктуры как необходимого элемен-

та рынка / А.Г. Гаджиева // Молодой ученый. – 2015. - № 9. – С. 118 – 120.

13 Горный, М.Б. Управления предприятий / М.Б. Горный. – СПб.: Норма, 2015. - 272 с.

14 Гражданский кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

15 Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

16 Гуняков, Ю.В. Коммерция. Теория коммерческой деятельности / Ю.В. Гуняков. – М.: Юрайт, 2016. – 354 с.

17 Давий, А.О. Барьеры и драйверы при совершении Интернет-покупок в России: результаты эмпирического исследования / А.О. Давий// Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. - 2018. - № 17. - С. 69 - 98.

18 Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 348 с.

19 Дорожкина, Н.И. Разработка организационно-экономического механизма формирования резервов проектирования процессов повышения эффективности деятельности промышленного предприятия / Н.И. Дорожкина, О.М. Шепелев // Социально-экономические явления и процессы. - 2017. - № 5. - С. 39 - 46.

20 Жигалов В.Г. Основы менеджмента и управленческой деятельности: учебное пособие / В.Г. Жигалов. – М.: Юрайт, 2015.-397 с.

21 Ильина, Е.В. Особенности развития рынка информационных услуг в условиях неопределенности рыночной конъюнктуры / Е.В, Ильина, О.В. Бахарева // Вестник экономики, права и социологии. - 2015. - № 2. - С. 36 - 39.

22 Кондратьева, К.В. Электронная коммерция в России // К.В. Кондратьева // Молодой ученый. - 2018. - № 50. - С. 148 - 150.

23 Крапониная, Ю.Э. Рынок электронной коммерции: мировые тенденции и российские реалии / Ю.Э Крапониная// РИНХ. - 2016. - № 2. - С. 43 - 48.

24 Лебедева, С. Н. Экономика торгового предприятия: учебное пособие / С.Н. Лебедева, Н.А. Казиначикова, А.В. Гавриков. - Мн.: Новое знание, 2016. – 240 с.

25 Мунши, А.Ю. Состояние и динамика развития розничной торговли в России / А.Ю. Мушнин, Л.Ю. Александрова, Ш.М. Мунши // Современные проблемы науки и образования. - 2017. - № 1. – С. 154 – 158.

26 Нюренбергер, Л.Б. Проблемы управления коммерческой деятельностью предприятия: стимулы и препятствия к внедрению системы маркетинга / Л.Б. Нюренбергер, Е.А. Карулева // Проблемы современной экономики. – 2017. - № 3. – С. 184 – 192.

27 Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон № 381-ФЗ от 28.12.2009 г. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

28 Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: приказ Минфина России № 34н от 29.07.1998 г. «Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

29 О бухгалтерском учете [Электронный ресурс] : федеральный закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

30 О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей [Электронный ресурс] : федеральный закон № 129-ФЗ от 08.08.2001 г. Доступ из справ.– правовой системы «Консультант Плюс».

31 О защите прав потребителей [Электронный ресурс] : федеральный закон № 2300-1-ФЗ от 07.02.1992 г. Доступ из справ.– правовой системы «Консультант Плюс».

32 О защите конкуренции [Электронный ресурс] : федеральный закон № 2300-1-ФЗ от № 135-ФЗ от 26.07.2006 г. Доступ из справ.– правовой системы «Консультант Плюс».

33 О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для

обеспечения государственных и муниципальных нужд [Электронный ресурс] : федеральный закон № 44-ФЗ от 05.04.2013 г. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

34 О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт [Электронный ресурс] : федеральный закон № 54-ФЗ от 22.05.2003 г. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

35 О рекламе [Электронный ресурс] : федеральный закон от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

36 О стандартизация в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон от 29.06.2015 г. № 162-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

37 О техническом регулировании [Электронный ресурс] : федеральный закон от 27.12.2015 г. № 162-ФЗ. Доступ из справ. – правовой системы «Консультант Плюс».

38 О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. Доступ из справ.– правовой системы «Консультант Плюс».

39 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Ф.Г. Панкратов, Т.К. Серегина. - М. : Дашков и Ко, 2016. – 254 с.

40 Румянцева, З.П. Менеджмент организации / З.П. Румянцева, Н.А. Саломатина. - М.: Инфра-М, 2015. – 315 с.

41 Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник / Л.В. Прыкина. – М.: ЮНИТИ, 2016. – 407 с.

42 Романова, А.И. Формирование и трансформация капитала на рынке информационных услуг в региональной экономике / А.И. Романова, Е.В. Ильина, А.И. Рахматуллин // Вестник экономики, права и социологии. – 2015. – № 1. – С. 45 – 50.

43 Савченко, Н.К. Электронная коммерция – инновационная форма ведения бизнеса / Н.К. Савченко, Ю.К. Шакирова // Молодой ученый. - 2017. - № 5.

- С. 235 - 238.

44 Саршор, Т.Л. Совершенствование стратегии менеджмента Т.Л. Саршор // Логистика и система. - 2015. - № 5. С. 216 – 222.

45 Семирханов, О.Е. Совершенствование организации коммерческой деятельности на предприятии / О.С. Семирханов// Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2016. - № 3. – С. 148 - 150.

46 Снегирева, В.В. Розничный магазин: управление ассортиментом по товарным категориям / В.В. Снегирева. - СПб.: Питер, 2015. – 468 с.

47 Стражева, В.И. Анализ хозяйственной деятельности в промышленности / В.И. Стражева. - Мн.: Высшая школа, 2015. – 382 с.

48 Сысоева, С.В. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент / С.В. Сысоева. – СПб.: Питер, 2016. - 285 с.

49 Томилова, Н.А. Коммерческая деятельность торгового предприятия: сущностные и основные направления / Н.А. Томилова, А.И. Карпович // Сибак. – 2016. - № 9. – С. 131 – 139.

50 Трудовой кодекс РФ [Электронный ресурс] : федеральный закон от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ. Доступ из справ.- правовой системы «Консультант Плюс».

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Форма анкеты, использованной при опросе потребителей

- какую торговую марку компьютеров Вы предпочитаете выбирать?

- а) lenovo («леново»);
- б) acer («асер»);
- в) logitech («лоджитеч»);
- г) intel («интел»);
- д) asus («асус»);

- какую торговую марку периферийных устройств Вы предпочитаете выбирать?

- а) lenovo («Леново»);
- б) acer («асер»);
- в) logitech («лоджитеч»);
- г) intel («интел»);
- д) asus («асус»);

- какую торговую марку ноутбуков Вы предпочитаете выбирать?

- а) lenovo («Леново»);
- б) acer («асер»);
- в) logitech («лоджитеч»);
- г) intel («интел»);
- д) asus («асус»);

- какую торговую марку комплектующих для компьютеров Вы предпочитаете выбирать?

- а) lenovo («Леново»);
- б) acer («асер»);
- в) logitech («лоджитеч»);
- г) intel («интел»);
- д) asus («асус»);

- чем Вы руководствуетесь при выборе компьютеров?

- а) ценой;
- б) торговой маркой;
- в) техническими характеристиками;
- г) мнением продавцов-консультантов;

- чем Вы руководствуетесь при выборе периферийных устройств?

- а) ценой;
- б) торговой маркой;
- в) техническими характеристиками;
- г) мнением продавцов-консультантов;

- чем Вы руководствуетесь при выборе ноутбуков?

- а) ценой;
- б) торговой маркой;
- в) техническими характеристиками;
- г) мнением продавцов-консультантов;

- чем Вы руководствуетесь при выборе комплектующих устройств для компьютеров?

- а) ценой;
- б) торговой маркой;
- в) техническими характеристиками;
- г) мнением продавцов-консультантов;