

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт  
«Экономика и Менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой ЭиМ

\_\_\_\_\_ Т.Б. Коняхина  
подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

## БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 Менеджмент

код – наименование направления

«Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру»

тема

Руководитель

\_\_\_\_\_

подпись, дата

\_\_\_\_\_

должность, ученая степень

Т.Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Выпускник

\_\_\_\_\_

подпись, дата

И.Д. Подорожная

инициалы, фамилия

Абакан 2020

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме «Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру».

Консультанты по  
разделам:

Теоритическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_  
подпись, дата

Н.Л. Сигачева  
инициалы, фамилия

**РЕФЕРАТ**  
**ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**  
**в форме бакалаврской работы**

Тема выпускной квалификационной работы «Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру».

ВКР выполнена на 100 страницах, с использованием 14 иллюстраций, 36 таблиц, 2 формул, 3 приложений, 42 использованных источников, 11 листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова:

Рынок, сбыт, услуги, онлайн–касса, автоматизация, сервис, ремонт, торговая точка, прибыль.

Автор работы (номер группы) з–75М

\_\_\_\_\_

И.Д. Подорожная

подпись

инициалы, фамилия

Руководитель работы

\_\_\_\_\_

Т.Б. Коняхина

подпись

инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2020

– Цель: исследование и расширение рынка сбыта оказываемых услуг на примере ООО «Хакасия.ру».

– Задачи:

1. Раскрыть теоритические аспекты, отражающие сущность рынка сбыта;
2. Проанализировать работу компании ООО «Хакасия.ру», а также провести анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Хакасия.ру»;
3. Рассмотреть практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру», а также выявить проблемы, сокращающие рынок сбыта и определить направления для расширения рынка ООО «Хакасия.ру»;
4. Провести расчет основных экономических показателей для реализации выбранного направления.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы состоит в том, что создание мероприятий для расширения рынка сбыта, считается одним из главных составляющих организации сбыта услуг, при этом формируется конкурентоспособное преимущество одного предприятия перед другими, усиливаются позиции на рынке.

Подсчет практических аспектов расширения рынка позволил сделать вывод о том, что открытие филиала эффективно и будет приносить прибыль компании.

– Выводы, рекомендации.

Для любого предприятия требуется свой рынок сбыта, где будет популярен именно его продукт, а также присутствовать возможность потенциального роста. Изучив динамику предлагаемых услуг, а также проведя взвешенную оценку конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру», выявлена необходимость в расширении рынка сбыта услуг. Для реализации данного плана было предложено мероприятие по открытию филиала на территории Республики Тыва в г. Кызыл.

**SUMMARY**  
**GRADUATION THESIS**  
**Bachelor's thesis**

The theme of the graduation thesis is «Marketing Development of OOO «Khakassia.ru», a limited liability company under the laws of Russian Federation».

The graduation thesis comprises 100 pages, 14 figures, 36 charts, 2 formulae, 3 appendices, 42 reference items, 11 visual aids (slides).

Keywords: market, sales, services, online cash register, automation, customer care, repair, trade outlet, profit.

Author of research z-75M	_____	<u>I.D. Podorozhnaya</u>
	signature	full name
Academic supervisor	_____	<u>T.B. Konyakhina</u>
	signature	full name
English language supervisor	_____	<u>N.V. Chezybaeva</u>
	signature	full name

Graduation paper presentation date – 2020

– Purpose: the research and marketing development of services provided by OOO «Khakassia.ru».

– Objectives:

1. To reveal the theoretical aspects which reflect the essence of the market;
2. To analyze the work of the company OOO «Khakassia.ru», as well as to analyze the financial and economic activities of OOO «Khakassia.ru»;
3. To consider the practical aspects of marketing development of OOO «Khakassia.ru», as well as to identify the problems that reduce the sales market and to identify the directions for marketing development of OOO «Khakassia.ru»
4. To calculate the main economic indicators for the implementation of the selected direction.

The relevance of the theme of the graduation thesis is that the creation of measures to expand the sales market is considered to be one of the main components of the organization of sales of services, while the competitive advantage of one enterprise over another is formed, and the market positions are strengthened.

The calculation of the practical aspects of market expansion has led to the conclusion that opening a branch office is effective and will bring profit to the company.

– Conclusion, recommendations.

Any enterprise requires its own sales market, where its product will be popular, as well as the possibility of potential growth. Having studied the dynamics of the services offered, as well as having carried out a balanced assessment of the competitiveness of OOO Khakassia.ru, the need for expanding the market for services has been identified. To implement this plan, a campaign has been proposed to open a branch office in the Republic of Tuva, in the city of Kyzyl.

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт

«Экономика и Менеджмент»

кафедра

УТВЕРЖДАЮ

зав. кафедрой ЭиМ

\_\_\_\_\_ Т.Б. Коняхина

подпись      инициалы, фамилия

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 г.

**ЗАДАНИЕ**  
**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ**  
**в форме бакалаврской работы**

Студенту Подорожная Ирина Дмитриевна  
фамилия, имя, отчество

Группа з–75М Направление 38.03.02 Менеджмент  
номер код наименование

Тема выпускной квалификационной работы «Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру».

Утверждена приказом по институту № 248 от 27.04.2020г.

Руководитель ВКР Татьяна Борисовна Коняхина,  
инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы  
заведующая кафедрой «Экономика и менеджмент», доцент кафедры, «Экономика и менеджмент», кандидат экономических наук, доцент, Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет».

Исходные данные для ВКР организационная структура и бухгалтерская отчетность компании, материалы преддипломной практики.

Перечень разделов ВКР теоретическая часть. Теоретические аспекты рынка сбыта; аналитическая часть. Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия; проектная часть. Практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру».

Перечень иллюстративного материала (слайдов) титульный лист, актуальность темы исследования, объект и предмет исследования, цель и задачи, теоретические аспекты рынка сбыта, рынок сбыта услуг и его классификация, особенности и методы расширения рынка сбыта, анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия, практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру», анализ конкурентов ООО «Хакасия.ру», расчет основных экономических показателей реализации проекта, выводы.

Руководитель ВКР \_\_\_\_\_  
подпись

Т.Б. Коняхина  
инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_  
подпись, инициалы и фамилия студента

«23» апреля 2020 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Теоретические аспекты рынка сбыта.....	9
1.1 Сущность, виды и классификация рынков сбыта.....	9
1.2 Особенности анализа рынка сбыта в современных условиях.....	18
1.3 Методы расширения рынка сбыта .....	20
2 Аналитическая часть. Анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Хакасия.ру».....	24
2.1 Характеристика предприятия .....	24
2.2 Анализ активов.....	26
2.3 Анализ пассивов.....	33
2.4 Анализ финансовой устойчивости и ликвидности.....	36
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия.....	41
2.6 Заключительная оценка финансового состояния предприятия .....	45
2.7 Вопросы экологии.....	47
3 Проектная часть. Практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру».....	48
3.1 Анализ и динамика предлагаемых услуг ООО «Хакасия.ру».....	48
3.2 Анализ конкурентов.....	58
3.3 Расчет основных экономических показателей реализации проекта.....	67
Заключение .....	80
Список сокращений .....	82
Список использованных источников .....	83
Приложения А – В.....	88

## ВВЕДЕНИЕ

Залогом успешного функционирования производственного процесса и реализации основной цели любого предприятия – получение прибыли, является качественный анализ рынков сбыта продукции или услуги. Анализ рынка сбыта позволяет дать правильную характеристику его структуры и конъюнктуры.

Каждое предприятие стремится не только увеличить долю на рынке, но и расширить рынок сбыта. Расширение рынка представляет собой критерий для определения деловой активности предприятия, уровня предоставляемых услуг и продукции. Расширение рынка сбыта позволяет достигнуть ряда преимуществ среди конкурентов.

Понятие расширение рынка сбыта характеризуется, как одно из важнейших направлений деятельности организации в сфере сбыта услуг или продукции. Расширение рынка сбыта предполагает как новые рынки для выпускаемой продукции, так и обхват новых сегментов на уже существующем рынке.

Для первого варианта расширение рынка сбыта будет осуществляться методом выхода на новый уровень рынков: региональный, национальный, международный.

Для второго варианта расширение рынка сбыта будет осуществляться при помощи выпуска модернизированной продукции, которая ориентирована на определенную группу потребителей.

Чтобы сделать определенный вывод о состоянии и перспективности рынка сбыта, нужна его качественная оценка, которая проводится по основным параметрам. К ним относятся: уровень спроса, присутствие конкурентной борьбы, методы ведения деятельности среди конкурентов, тенденции на рынках.

Для каждого параметра необходимо дополнительное и тщательное исследование. Быстрый разбор всех составляющих не сможет дать точного



результата. Именно поэтому анализ рынка сбыта проводится поэтапно, тщательно разбирая все параметры по отдельности.

Мероприятий для расширения рынков сбыта достаточное количество, но есть те, которые организуют их основу:

- поиск и привлечение новых клиентов;
- разработка стратегий для увеличения спроса;
- применение новых форм продвижения;
- борьба с конкуренцией.

Все вопросы, связанные с расширением или выходом на новый рынок находятся в компетенции руководства предприятия. На основе отчетных данных маркетинговой службы принимаются итоговые решения.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что любое современное предприятие сталкивается с вопросами сбыта своих услуг или продукции, а также процесса их оптимизации. Создание мероприятий для расширения рынка сбыта, считается одним из главных составляющих организации сбыта услуг, при этом формируется конкурентоспособное преимущество одного предприятия перед другими, усиливаются позиции на рынке.

Объектом выпускной квалификационной работы является Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру».

Предметом исследования является рынок сбыта компании Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру».

Целью выпускной квалификационной работы является исследование, и расширение рынка сбыта оказываемых услуг на примере ООО «Хакасия.ру».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- изложить теоритические аспекты, отражающие сущность рынка сбыта;
- определить особенности рынка сбыта в современных условиях;
- проанализировать методы расширения рынка сбыта;
- охарактеризовать деятельность компании ООО «Хакасия.ру»;

- провести анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Хакасия.ру»;
- рассмотреть практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру»;
- выявить проблемы, сокращающие рынок сбыта ООО «Хакасия.ру»;
- определить направление для расширения рынка ООО «Хакасия.ру»;
- провести расчет основных экономических показателей для реализации выбранного направления.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, теоретической, аналитической и проектной части, а также заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении обоснована актуальность темы выпускной квалификационной работы, определены объект, предмет, цель и задачи выпускной квалификационной работы.

В первой части рассмотрены теоретические аспекты рынка сбыта.

Во второй части проведен анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Хакасия.ру».

В третьей части представлена краткая характеристика предприятия, изучены рекомендации по расширению рынка сбыта оказываемых услуг компании, а также проведен расчет экономических показателей для практической реализации расширения рынка сбыта.

В заключении изложены основные результаты и выводы выпускной квалификационной работы.

В приложении представлена бухгалтерская отчетность ООО «Хакасия.ру» за 2017–2018 год.

# ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РЫНКА СБЫТА

## 1.1 Сущность, виды и классификация рынков сбыта

Для любого предприятия, не важно, изготавливает ли он товарную продукцию, предлагает определенный спектр услуг или же представляет собой посредника между продавцами и потребителями, ему требуется свой рынок сбыта.

Именно тот, где будет популярен его продукт, а также присутствовать возможность к потенциальному росту. Сформировать прибыльный бизнес без него просто невозможно.

Под рынком сбыта понимают пространство в экономике, отражающее предложение на продукцию или услугу, которые являются итоговой целью хозяйственной деятельности предприятия [1].

Исходя из спроса на товар, его вида и характера потребностей, различают следующие виды рынка сбыта:

- потребительский рынок сбыта;
- рынок сбыта предприятия;
- рынок сбыта государственного учреждения;
- рынок сбыта промежуточных продавцов.

Потребительский рынок сбыта представляет собой систему экономических отношений между его участниками по вопросу покупки и продажи товаров народного потребления.

Рынок сбыта предприятия представляет собой те организации, которые приобретают товар в процессе производства продукции.

Рынок сбыта государственного учреждения представляет собой государственную организацию, которая приобретает определенный товар или услугу для последующего их применения в рамках государственных

учреждений, или же для передачи этого товара и услуги нуждающемуся населению.

Рынок сбыта промежуточных продавцов представляет собой организации, которые приобретают товар или услугу для дальнейшей перепродажи, с целью получить личную финансовую выгоду.

Исходя из территориальных признаков рынок сбыта подразделяется на:

- внутренний рынок сбыта;
- внешний рынок сбыта;
- зональный рынок сбыта;
- региональный рынок сбыта;
- национальный рынок сбыта;
- мировой рынок сбыта.

Условия входа предприятия на рынок для заключения сделок и ведения торговых отношений, определяют доступность рынка. Именно поэтому доступность рынка для предприятия имеет прямую связь с уровнем конкуренции.

По уровню конкуренции рынок сбыта делится на:

- рынок сбыта свободной (совершенной) конкуренции;
- олигополистический рынок сбыта;
- монополистический рынок сбыта;
- чистая монополия рынка сбыта.

Рынок сбыта свободной конкуренции характеризуется наличием большого количества компаний, который выпускают стандартизированную продукцию, отсутствуют препятствия для введения в отрасль, неценовая конкуренция также отсутствует. Пример: сельскохозяйственный рынок.

Олигополистический рынок сбыта характеризуется наличием нескольких компаний, которые выпускают стандартизированную или дифференцированную продукцию. Здесь присутствует ценовой контроль, ограниченный взаимной зависимостью. Пример: производство автомобилей, рынок сотовой связи.

Монополистический рынок сбыта характеризуется наличием нескольких компаний, которые выпускают дифференцированную продукцию, особое внимание уделяют рекламе, торговым знакам и маркам. Пример: производство одежды, ювелирных изделий.

Чистая монополия рынка сбыта характеризуется тем, что существует одна компания, которая выпускает уникальную продукцию, самостоятельно контролирует ценовую политику и не имеет близкого заменителя товара. Пример: Московский метрополитен.

Одна из важных классификаций рынков сбыта, рассмотрена со стороны организационной структуры. Она определяет различные условия торговли и характер взаимоотношений между продавцом и покупателем.

Первый тип рынка это – закрытый рынок, где продавец и покупатель связан определенными критериями, такими как: некоммерческая связь, юридическая и административная зависимость, договорные отношения. На данном рынке существуют определенные правила и формы регулирования, а также определена устойчивая стоимость продукции.

Второй тип рынка – открытый рынок, относится к сфере обычной коммерческой деятельности. Здесь приняты независимые отношения среди продавцов и покупателей.

Рынок сбыта любого товара или услуги условно разделяется на четыре раздела.

В первом разделе сосредоточен потребитель, который на регулярной основе приобретает товары или услуги. Во втором разделе – потребитель, который приобретает те же товары и услуги, или же похожие, но у конкурирующего предприятия.

В третьем разделе отмечен тот потребитель, который знает о данных товарах и услугах, но по каким-то причинам не приобретает их. В четвертом разделе – потребитель, который не обладает информацией о данных товарах и услугах.

В соответствии с Ф. Котлером: «Товар – это средство, с помощью которого можно удовлетворить определенную потребность» [4]. Услуга – это продукт труда, который предназначен для обмена и удовлетворения потребностей. Рассмотрим более детально отличительные признаки этих двух понятий.

Таблица 1.1 – Отличительные признаки

Отличительная характеристика	Товар	Услуга
Форма	Материальная (осязаемая, овеществленная)	Нематериальная (неосязаемая, не овеществленная)
Стандартизация и качество	Производство по стандартам, predetermined качество	Индивидуальность каждого вида услуга
Хранение, формирование запаса	Возможно	Невозможно
Транспортировка	Возможна	Невозможна
Демонстрация и тестирование	Возможно, использование образцов	Невозможно
Вовлеченность потребителя	Отсутствует	Непрерывное взаимодействие

Рынок сбыта услуг является системой отношений по покупке и продажи среди экономически свободных, как продавцов, так и покупателей [3].

У рынка сбыта услуг есть две отличительные особенности от остальных видов рынка. Первая особенность заключается в том, что услуги фактически не существует до того, как она будет оказана. В связи с этим ее невозможно сравнить и оценить, ведь сравнение возможно провести только для ожидаемой и полученной прибыли.

Вторая особенность заключается в том, что для любого вида услуги характерен значительный уровень неопределенности, который дает клиенту нерентабельное для него положение, а для продавцов данный фактор усложняет продвижение услуги на рынки.

Сама по себе услуга представляет собой все виды деятельности, которые не создают материальную ценность. Главный критерий при предоставлении любого вида услуги считается неосвязаемость характера продукта.

Именно этот критерий определяет полезность услуги не как товара, а как деятельности.

С теоритической точки зрения услуга не что иное, как потребительская стоимость процесса труда, выраженная в определенном полезном эффекте, который удовлетворяет потребности человека и общества [2].

Что касается вопроса практического характера, то в нем сфера услуг представляет собой комплекс различных видов деятельности, в результате которых количество предлагаемых услуг постоянно растет. Помимо этого любой вид услуг может быть сопровожден товаром: отчеты, программное обеспечение т.д.

Среди всех характеристик, особое внимание уделяется экономической ценности услуги, так как именно она определяет услугу как объект коммерческой деятельности. В связи с этим возникают определенные отличительные качества:

- не каждый вид услуги пригоден для широкого распространения;
- услуга не подлежит хранению, поэтому ее производство и сбыт осуществляются практически в одно время;
- продажа услуг имеет прямое взаимоотношение с продажей товаров народного потребления, именно поэтому она оказывает существенное влияние.

Услуги подразделяются на материальные и нематериальные. К материальным услугам относятся те, на которые затрачивается труд и в конечном итоге создаются материальные блага.

У нематериальных услуг отличительная особенность неосвязаемость, то есть их невозможно продемонстрировать, транспортировать, попробовать, хранить до момента получения [6].

Рассмотрим классификацию услуг [9]:

- 1) место услуги в общественном производстве:

– услуги, направленные на производственное потребление (транспортная перевозка грузов, инжиниринг и т.п.);

– услуги, направленные на личное потребление (туризм, гостиничный сервис и т.п.);

2) роль в обществе и в инфраструктуре экономики:

– услуги, которые удовлетворяют потребительские нужды населения (бытовые услуги, услуги здравоохранения и т.д.);

– услуги, которые имеют инфраструктурный характер (финансовые, торгово–посреднические услуги, франчайзинг и т.п.);

3) повторяемость услуг:

– индивидуальные услуги (индивидуальный пошив обуви, одежды и т.п.);

– массовые услуги (услуги общественного питания, связи и т.д.);

4) материалоемкость услуг:

– материальные услуги, которые в основном имеют вещественный характер (инженерно–технические, жилищно–коммунальные и т.п.);

– нематериальные услуги, которые характеризуются выполнением интеллектуальных действий (информационно–консультационные услуги, услуги образования и т.д.);

5) характер затрат труда:

– требуют труда высококвалифицированных специалистов (экспертные услуги, услуги науки и др.);

– не нуждаются труда высококвалифицированных специалистов (услуги прачечных, химическая чистка, покраска и т.д.);

б) комплексность предоставления услуг:

– комплексные, т.е. набор группы услуг (торговые, бытовые услуги);

– основные, то есть конкретные виды услуг (стоматологические услуги, продажа билетов);

– сопутствующие, которые дополняют набор основных услуг (доставка товаров по указанному адресу покупателя в процессе розничной продажи);



– вспомогательные, которые способствуют сервисном выполнению основной и сопутствующей услуги (дегустиация продовольственных товаров в магазине);

7) связь с процессом производства:

– услуги, которые являются продолжением процесса производства (ремонт и строительство жилья, ремонт и техническое обслуживание транспортных средств и тому подобное);

– услуги, обеспечивающие нормальное функционирование процесса производства и реализации продукции (транспортно–экспедиционные, торговые, страховые услуги и т.д.);

– услуги, не связанные с процессом производства (услуги в сфере культуры, санаторно–курортные услуги и т.д.);

8) назначение услуг:

– производственные услуги (лизинг, инжиниринг, техническое обслуживание оборудования);

– распределительные услуги (торговые, транспортные, услуги связи);

– профессиональные услуги (банковские, финансовые, страховые услуги, консалтинг);

– потребительские или массовые услуги (услуги, связанные с домашним хозяйством, досугом);

– общественные услуги (телевидение, радио, образование, культура);

9) социальный статус клиентуры:

– услуги, адресованные малозащищенным слоям населения (услуги дошкольного воспитания, прокатных пунктов и т.д.);

– услуги, направленные на работающее население (бытовые, социально–культурные и т.п.);

– элитные виды услуг (услуги игорного бизнеса, экзотический и развлекательный международный туризм и т.д.);

10) уровень коммерциализации услуг:

– платные услуги;

– безвозмездные услуги;

11) периодичность предоставления:

– периодические услуги (туристические, оздоровительные и т.п.);

– постоянные услуги (вода – электроснабжение и т.д.).

Одним из самых актуальных вопросов в Законодательстве Российской Федерации стал переход на применение контрольно–кассовой техники с передачей данных о расчетах в налоговые органы (онлайн–кассы) – Закон 54–ФЗ в редакции ФЗ № 290–ФЗ от 03.07.2016 вступил в силу 15 июля 2016 г. [7].

Те организации, которые приняли решение оказывать услуги в сфере онлайн–касс обязаны получить новый статус – «Авторизованный сервисный центр».

Аккредитация центров технического обслуживания производится по заявкам организаций на получение права технического обслуживания контрольно–кассовой техники [10].

На данный момент автоматизация бизнеса, продажа контрольно–кассового оборудования и его сопровождение является одним из прибыльных среди платных услуг.

Согласно закону контрольно–кассовое оборудование, должно быть, настроено и подключено у всех организаций и индивидуальных предпринимателей, которые осуществляют расчеты на территории Российской Федерации (розничные магазины, кафе, рестораны, аптеки, автомобильная заправочная станция, юридические фирмы и т.д). В таблице 1.2 приведены характеристики программы внедрения онлайн – касс.

Данное требование относится к организациям и индивидуальным предпринимателям, которые имеют следующие системы налогообложения [11]:

– общая система налогообложения;

– упрощенная система налогообложения;

– единый налог на вменённый доход;

– индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения.

Таблица 1.2 – Характеристика программы

Что получают индивидуальные предприниматели?		Что получит покупатель?	
+	–	+	–
Два варианта приема платежа: наличный, безналичный (при подключенном эквайринге)	Необходимы средства на покупку оборудования на рабочее место кассира, а также необходимо его ежегодное обслуживание	Риск покупки контрафактной продукции сведен к минимуму	Отсутствует
Выпуск торгового оборудования онлайн ККТ осуществляет только производитель	Нестабильные затраты на покупку и установку оборудования	Возможность получить чек в виде sms–сообщения или на электронную почту	
Регистрацию, перерегистрацию и снятие с учета кассы, осуществляется в онлайн режиме	Необходимо обучение	Нет необходимости хранить бумажные чеки	
В личном кабинете есть возможность контроля за покупками, отслеживать аналитику и стратегию обращений к клиентам		Возможность оплаты покупок по безналичному расчету	
Ежегодная обязательная проверка касс в налоговой не нужна			

Как видно из таблицы 1.2, внедрение программы «Онлайн–кассы» позволяет отслеживать все проводимые торговые операции, а также имеет ряд плюсов, как для организаций, так и для клиентов.

Для того чтобы организация или индивидуальный предприниматель проводили расчеты с клиентами согласно 54–ФЗ, необходимо правильно подобрать онлайн–кассу.

Существует четыре основных критерия по подбору онлайн–кассы:

- контрольно–кассовая техника должна входить в реестр Федеральной налоговой службы;
- контрольно–кассовая техника должна быть подобрана согласно пропускной способности торговой точки;

– контрольно–кассовая техника должна быть подобрана исходя из объема базы товара (автономная касса, POS–терминал, фискальный регистратор);

– возможность поддержки программы ЕГАИС – автоматизированной системы, предназначенной для государственного контроля над объёмом производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции [8].

Нововведенных поправок в 54–ФЗ достаточно много, помимо этого процесс подбора, подключения и дальнейшего обслуживания контрольно–кассовой техники трудоемок и не всем понятен. Именно поэтому работа авторизованных сервисных центров весьма актуальна.

Исходя из перечисленного, можно сделать вывод, что рынок сбыта, представляет собой определенное экономическое пространство, где продавец предлагает свой товар или услугу, а потребитель его выбирает и приобретает.

Одной из главных характеристик, которую имеет любой рынок сбыта, это объем и количество конкурентов.

Эти критерии позволяют понять, существует ли аналогичный товар и определить перспективу его развития в данном рынке.

Рынок сбыта услуг является системой отношений по покупке и продаже среди экономически свободных, как продавцов, так и покупателей [3]. Сама по себе услуга представляет собой все виды деятельности, которые не создают материальную ценность.

## **1.2 Особенности анализа рынка сбыта в современных условиях**

Любое предприятие стремится к продаже своей продукции или услуги, и соответственно к получению прибыли. Для достижения данных целей необходимо находить новых клиентов, поддерживать интерес для постоянных клиентов, а также реализовывать стимулирование сбыта продукции. Именно для этих целей проводится маркетинговый анализ рынка сбыта.

В основном анализ рынка сбыта проводится тогда, когда предприятие готово вывести свою продукцию на новый рынок.

При этом происходит тщательное изучение данных за предыдущие пять лет по каждому виду продукции.

Также нужно обратить внимание на следующие аспекты:

- этап жизненного цикла продукции на данный момент;
- территориальный охват продукции;
- наличие потенциальных и реальных конкурентов, определить их финансовое состояние, сильные и слабые стороны, задачи, ценовую политику.

При помощи анализа рынка сбыта можно подобрать подходящую тактику работы в отношении конкурентных компаний, предвидеть их действия, а также переманить клиентов.

Так как рынок сбыта, разделен на четыре раздела, предприятию необходимо определить к какому из разделов относится его товар или услуга. После этого можно углубить анализ на более низкий уровень.

Например, если был определен второй тип рынка сбыта, где клиент отдает предпочтение конкурирующему предприятию, то необходимо выяснить причину этому.

Чем выше качество организации рынка сбыта, тем быстрее предприятие начнет приносить прибыль. Для этого необходимо правильно подобрать метод анализа рынка сбыта.

Существует несколько методов анализа рынка сбыта [5]:

- прямой метод;
- опосредованный метод;
- комбинированный метод.

Прямой метод – предприятие, которое является производителем продукции, отвечает за ее управление и реализацию всех рабочих моментов, связанных со сбытом.

Плюс в данном методе в том, что контролируется каждый этап, начиная от создания продукции до ее приобретения потребителем. Предприятие

напрямую получает обратную связь и может контролировать все изменения потребностей у покупателя. Минус в данном методе состоит в том, что необходим дополнительный штат сотрудников.

Прямой метод анализа рынка сбыта, характерен для небольших компаний, которые работают на малом рынке с ограниченной географией.

Опосредованный метод – используется только тогда, когда прямой метод нерентабелен и требует значительного финансового расхода. Чаще всего применяется теми предприятиями, у кого географический рынок сбыта довольно большой. Опосредованный метод состоит в использовании разного рода посредников.

Комбинированный метод – содержит самые прибыльные способы сбыта продукции. Данный метод считается самым эффективным, так как разрешает применять максимальное количество каналов для реализации продукции, а также расширяет границы для переговоров с участниками рынка.

На практике используется один из методов и его выбор зависит от конкретной цели проведения анализа.

Исходя из перечисленного, можно сделать вывод, что анализ рынка сбыта, является важнейшим этапом при подготовке бизнес–плана. Он играет ключевую роль при проведении финансовой оценки инвестиционных проектов предприятия.

От правильно спланированного и выполненного анализа будет зависеть эффективность планирования сбыта товарной продукции, тем самым будет обусловлена финансовая устойчивость предприятия.

### **1.3 Методы расширения рынка сбыта**

Каждое предприятие стремится увеличить прибыль и занять лидирующую позицию в своей сфере, именно поэтому важно улучшать не только внутренние, но и внешние факторы.

Для этого необходимо расширять рынок сбыта. Основные направления рынка сбыта подразделяются на три категории.

Укрепление позиции в своей сфере – достигается путем улучшения качества продукции, выпуском нового товара для определенных групп покупателей, введением дополнительных сервисов обслуживания [17].

Выход на новый рынок – предприятие расширяется на новый уровень сбыта. Выпуск дополнительной продукции – позволяет увеличить среднюю сумму чека.

Увеличить область реализации продукции невозможно проведения анализа структуры и сути рынка. Затем необходимо начать выполнение основных методов по расширению рынка сбыта:

1. Любой уже имеющийся на рынке товар может привлечь новых покупателей. Есть потребители, которые просто не знают о таком товаре, и среди них есть те, кто купил бы его. Здесь нужно подключать маркетинговую службу.

2. Поиск новых возможностей для использования существующей продукции. Если у продукции будет систематически возникать хотя бы один новый способ ее применения, то количество потребителей будет повышаться.

3. Стимулирование увеличения потребления продукции. Метод заключается в том, что необходимо уверить потребителей в необходимости повысить интенсивность применения продукции предприятия.

Система сбыта товаров это ключевое звено в маркетинге. Маркетинг решает активные задачи, которые отвечают за формирование и стимулирование спроса.

Спрос позволяет увеличить число продаж, повысить их эффективность, и соответственно принести прибыль. За все эти цели отвечает коммуникационная политика, она также включает в себя рекламную кампанию, стимулирование сбыта, системы для поддержания связи с общественностью.

Для того чтобы сбытовая политика приносила прибыль необходимо оптимально подобрать канал сбыта, а также рационально продвигать продукцию или услугу на рынке.

Продвижение товара или услуги представляет собой комплекс из разных видов деятельности, которые направлены на то, чтобы довести информацию о продукте до потенциального потребителя, с целью его дальнейшей продажи [12].

Существует три вида канала сбыта, рассмотрим каждый из них более подробно [13].

Прямой канал – продажа товара или услуги осуществляется напрямую от фирмы–производителя без участия посредников. Чаще всего прямым каналом сбыта пользуются небольшие компании, которые занимаются продвижением нового продукта.

Косвенный канал – продажа товара или услуги осуществляется напрямую от фирмы–производителя с участием посредников. Исходя, из числа посредников выделяет три уровня традиционного канала сбыта. В одноуровневом канале присутствует три участника: производитель, розничный торговец и покупатель.

В двухуровневом канале присутствует: производитель, оптовик, розничный торговец, покупатель.

В трехуровневом канале присутствует: изготовитель, крупный оптовик, мелкий оптовик, розничный торговец, покупатель [14].

Смешанный канал – одновременно используется как прямой, так и косвенный методы. В качестве примера можно привести, что те рынки, на которых присутствует большое число потенциальных клиентов рационального сформировать фирменную сеть организации. Это будет считаться прямым каналом сбыта. Те рынки, где число потенциальных клиентов меньше сбыт, будет осуществляться при помощи посредников.

На рынке потребителей есть два вида посредников, это дилер и дистрибьютор. К дилерам относятся те, кто реализуют товар от производителя



или поставщика напрямую конечному потребителю. К дистрибьюторам относятся оптовые сбытовые посредники, которые реализуют продукцию другим сбытовым посредникам [15].

Для оптимизации числа торговых посредников необходимо выбрать стратегию сбыта. На данный момент выделены следующие стратегии [16]:

Интенсивный сбыт – относится к сбыту потребительского товара повседневного назначения, которые предназначены для большинства клиентов.

Исключительный сбыт – относится к сбыту новой продукции, которая позиционируется как дорогостоящая. В этом случае ограничивается число посредников, но у них остается право на сбыт данной продукции.

Чаще всего данная стратегия сбыта реализуется в конкретном регионе, а для дилеров назначается задача отказать компаниям конкурентам в реализации такой продукции.

Стратегия исключительного сбыта дает преимущество производителям в контроле работы посредников, при этом посредники обязаны соблюдать ценовую политику, сервисный подход и план работ.

Селективный или выборочный сбыт – исходя, из предпочтений потребителя, качества работы персонала предусматривает ограниченное количество посредников.

Исходя из перечисленного, можно сделать вывод, что одним из важных элементов сбытовой политики предприятия является выбор оптимального канала сбыта и продвижение продукции (услуг) на рынок.

Методы расширения рынков являются важным условием и существенным резервом антикризисного управления для любого действующего предприятия.

Для того чтобы сбытовая политика приносила прибыль необходимо оптимально подобрать канал сбыта, а также рационально продвигать продукцию или услугу на рынке.

## **АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «ХАКАСИЯ.РУ»**

### **2.1 Характеристика предприятия**

Компания ООО «Хакасия.ру» работает в сфере информационных технологий с 2000 года, является официальным представителем фирмы «1С» и имеет статус «1С: Франчайзи», это дает уверенность для клиентов, что предложенные решения по автоматизации будут совершенствоваться и поддерживаться на регулярной и долговременной основе.

На сегодняшний день «Хакасия.ру» занимает лидирующую позицию по Хакасии и Югу Красноярского края по количеству специалистов, аттестованных фирмой «1С».

Миссия компании ООО «Хакасия.ру» – создать возможность для развития коммерческих и бюджетных организаций, применяя современные IT – технологии.

Ключевые цели компании ООО «Хакасия.ру»:

- предоставление комплексного набора инструментов для эффективного управления, развития и увеличения прибыльности бизнеса;
- поддержка в решении задач ведения учета, формирования и сдачи отчетности и регулярного обновления системы;
- своевременная помощь в подготовке к новым изменениям в Законодательстве Российской Федерации;
- соблюдение высоких стандартов корпоративного управления.

Схема организационной структуры управления ООО «ГК «Хакасия.ру» отражает взаимосвязь и соподчиненность всех структурных подразделений и должностных лиц предприятия, распределения работников по уровням и звеньям управления. Структура устанавливает взаимоотношения уровней управления и функциональных подразделений, которые позволяют наиболее эффективно достигать целей организации [18].

Организационная структура ООО «Хакасия.ру» – линейно–функциональная. Основу линейно–функциональных структур составляет принцип построения и специализации управленческого процесса по функциональным подсистемам организации, по которым на каждом уровне управления формируются функциональные службы [18].

На рисунке 2.1 представлена организационная структура ООО «Хакасия.ру» за 2019 год.

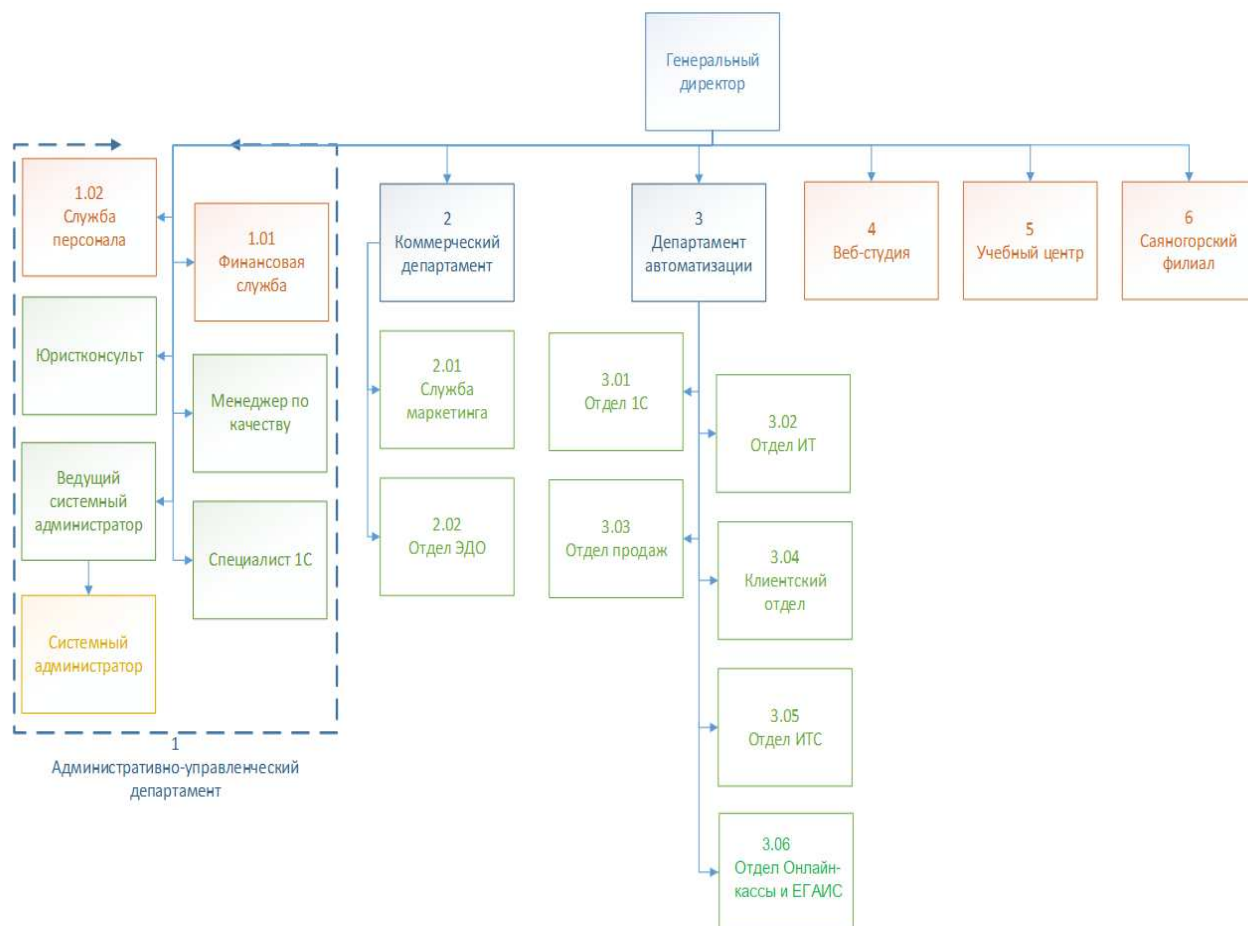


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Хакасия.ру»

В качестве кадрового ресурса в ООО «Хакасия.ру» выступает 85 человек. При этом управленческий персонал – 13 человек, производственный персонал – 72 человека, из которых:

- основной – 60 чел.
- вспомогательный – 12 чел.

Сейчас компания «Хакасия.ру» успешно развивает и предлагает свои услуги по следующим направлениям:

- сопровождение и обслуживание 1С;
- автоматизация предприятия;
- электронный документооборот и отчетность;
- ИТ–услуги;
- студия дизайна, фотостудия;
- центр сертифицированного обучения.

ООО «Хакасия.ру» зарегистрировано в едином государственном реестре юридических лиц и индивидуальных предпринимателей Межрайонной Инспекцией Федеральной Налоговой Службы №1 по Республике Хакасия.

Юридический адрес: 655017, Республика Хакасия, Абакан г, Вяткина ул, дом № 9. Почтовый адрес: 655017, Республика Хакасия, Абакан г, Вяткина ул, дом № 9.

Уставный фонд организации составляет – 15 000 рублей.

Состав учредителей общества:

- Пахомов Константин Сергеевич – генеральный директор.
- Вайс Владимир Викторович – соучредитель.

## **2.2 Анализ активов**

Перед проведением анализа активов, в первую очередь необходимо дать предварительную оценку финансового состояния предприятия, которая позволяет:

- оценить качества составления отчетности;
- ознакомиться в общих чертах с финансовым состоянием фирмы.

В таблице 2.1 представлены данные бухгалтерского баланса компании ООО «Хакасия.ру» в виде агрегированных показателей.

Таблица 2.1 – Агрегированный аналитический баланс за 2018г.

Актив	Сумма, тыс. руб	%	Пассив	Сумма, тыс. руб	%
Внеоборотные активы	0	0	Собственный капитал	10 752	73
Оборотные активы	14 776	100	Заемный капитал	4 024	27
Баланс	14 776	100	Баланс	14 776	100

На основании представленного агрегированного аналитического баланса компании ООО «Хакасия.ру», можно сделать определенные выводы.

Объем капитальных вложений в хозяйственный оборот и вовлеченные активы позволяют определить градацию деления компании по крупности:  $14\,776 \leq 2000$  МРОТ, следовательно, ООО «Хакасия.ру» относится к мелкому предприятию. Структура имущества и источников позволяет оценить компанию как финансово устойчивую.

Внеоборотные активы в компании отсутствуют, собственный капитал составляет 73%, т.е. внеоборотные и оборотные активы покрываются за счет собственного капитала.

Чтобы понять, с какой результативностью работает привлеченный капитал, нужно сопоставить валюту баланса и выручку. При помощи формулы 2.1 проведем расчеты.

$$K_{\text{делов.актив.}} = \frac{Vp}{\text{Баланс}}, \quad (2.1)$$

где

$K_{\text{делов.актив.}}$  – коэффициент деловой активности предприятия;

$Vp$  (без НДС) – выручка от продажи товаров, тыс.руб.;

Баланс – итог баланса, тыс.руб.

$$K_{\text{делов.актив.}} = \frac{46\,203}{14\,776} = 3,13$$

В 2018 году компания развивала высокую деловую активность ( $3,13 > 1$ ), т.е. на каждый рубль вложенной товара капитала размещенного в активах, приходится 3,13 рублей выручки от реализации услуг и работ.

Финансово–хозяйственную деятельность следует признать эффективной, поскольку за рассмотренный период, компания достигла положительного финансового результата – прибыль составила 1327 тыс. руб. Можно сделать вывод, что ООО «Хакасия.ру» эффективно работает на рынке информационных услуг.

Таким образом, по внешним источникам предварительного обзора, компания ООО «Хакасия.ру» принадлежит к кругу мелких предприятий, имеет высокую деловую активность, является прибыльной и характеризуется эффективным финансовым состоянием.

После того, как был сформирован агрегированный баланс компании, можно провести следующий анализ, который в свою очередь стоит начинать с общей оценки динамики структуры показателей активов компании. Данные представлены в таблице 2.2.

Благодаря этим данным можно выявить предпосылки производственной и финансовой устойчивости, а также получить возможность оценить потенциал экономического роста компании ООО «Хакасия.ру».

Таблица 2.2 – Показатели структуры и динамики активов

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Всего активов	1600	13 131	100	14 776	100	1 645	12,5
	в том числе:							
1.1	внеоборотные	1150+1120	15	0,11	0	0	-15	-100
	из них:							
	материальные	1150	15	0,11	0	0	-15	-100
	финансовые	1120	–	–	0	0	–	
1.2	оборотные	1210+1250+1230	13 116	99,9	14 776	100	1 660	12,6
	из них:							
	материальные	1210	481	3,7	629	4,3	148	30,8
	финансовые	1250+1230	12 635	96,2	14 147	95,7	1512	12

За 2018 год в активах ООО «Хакасия.ру» размещен капитал стоимостью 14 776 тыс. руб. За последние исследуемые два года активы компании увеличились на 12,5%, в первую очередь это связано с тем, что в 2018 году компания открыла новые направления для поддержания бизнеса своих клиентов.

Как видно из таблицы, на конец отчетного периода наибольший удельный вес в структуре совокупных активов приходится на оборотные активы (100%), что говорит о достаточно мобильной структуре активов, способствующей ускорению оборачиваемости средств компании. К тому же наблюдается положительная тенденция к росту оборотных активов.

В общей структуре активов внеоборотные активы, величина которых на 31.12.2017г. составляла 15 тыс. руб., снизились на 15 тыс. руб. (темп уменьшения внеоборотных активов составил -100%), и на 31.12.2018г. величина внеоборотных активов составляла уже 0,00 руб. (0% от общей структуры имущества).

Величина оборотных активов, составлявшая на 31.12.2017г. 13 116 тыс. руб. напротив возросла на 1660 тыс. руб. (темп прироста составил 12,6%), и на 31.12.2018г. их величина составила 14 776 тыс. руб. (100% от общей структуры имущества).

Особенность органического строения капитала (ОСК) в 2017 году составила 0,11. Особенность органического строения капитала (ОСК) в 2018 году составила 0. Это говорит о повышенной мобильности имущества компании.

Структура внеоборотных активов представлена материальными и финансовыми внеоборотными активами. Компания ООО «Хакасия.ру» не инвестирует средства в капитальное строительство. Анализ основных средств провести невозможно в виду отсутствия необходимых данных.

Далее необходимо определить состояние оборотных активов, оценить их в динамике и структурно, как в абсолютных, так и в относительных

показателях. Показатели структуры и динамики активов представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Оборотные активы – всего	(1210+1250+1230)	13 116	100	14 776	100	1 660	12,6
	в том числе:							
1.1	Запасы	1210	481	3,66	629	4,26	148	30,8
	сырье, материалы	1211	481	3,66	629	4,26	148	30,8
1.2	НДС	1220	–		–			
1.3	Дебиторская задолженность	1230	11 618	88,4	10 450	70,7	–1 168	–10,05
1.4	Финансовые вложения	1240	–		–		–	
1.5	Денежные средства	1250	1 017	7,75	3 697	25	2 680	263,5
1.6	Прочие оборотные активы	1260	–		–		–	

Объем оборотного капитала компании за анализируемый период вырос на 12,6%. Как видно из таблицы, наибольший удельный вес в оборотных активах занимает дебиторская задолженность.

В статье дебиторской задолженности в 2018 году произошло снижение. В составе оборотного капитала произошел рост следующих статей:

- запасы – на 30,8%;
- денежные средства – на 263,5%.

Следует оценить интенсивность использования оборотных активов, данные указаны в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
1	Выручка от продажи, тыс. руб.	37 446	46 203	8 757
2	Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	13 116	14 776	1 660



#### Окончание таблицы 2.4

3	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,85	3,13	0,28
4	Длительность одного оборота, дней	126	115	-11

Анализируя актив баланса видно, что общая величина активов предприятия в отчетном периоде, по сравнению с базовым периодом увеличилась.

По сравнению с концом (31.12.2017г.) средние остатки оборотных средств в абсолютном выражении составило 1 660 тыс. руб.

У компания ООО «Хакасия.ру» коэффициент оборачиваемости оборотных средств больше 2,5 и это говорит о высоком уровне оборачиваемости капитала.

Проведем анализ дебиторской задолженности, для этого составим несколько таблиц. В таблице 2.5 представлена группировка дебиторской задолженности по категориям дебиторов.

Таблица 2.5 – Группировка дебиторской задолженности по категориям дебиторов

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Дебиторская задолженность	1230	11 618	100	10 450	100	-1 168	-10,05
	в том числе:							
1.1	покупатели и заказчики	1230	11 618	100	10 450	100	-1 168	-10,05
1.2	дочерние и зависимые общества		–		–		–	
1.3	авансы выданные		–		–		–	
1.4	учредители		–		–		–	
1.5	Прочие дебиторы		–		–		–	

В таблице 2.6 отражена группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования.

Таблица 2.6 – Группировка дебиторской задолженности по срокам погашения и образования

№	Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
		Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Дебиторская задолженность	11 618	100	10 450	100	-1 168	-10,05
	в том числе:						
1.1	долгосрочная						
1.2	краткосрочная	11 618	100	10 450	100	-1 168	-10,05

Размер дебиторской задолженности за анализируемый период снизился на 1 168 тыс. руб., что говорит о положительной тенденции и может свидетельствовать об улучшении ситуации с оплатой продукции компании и о выборе подходящей политики продаж.

Особенность структурной динамики дебиторской задолженности заключается в том, что она состоит только из краткосрочной дебиторской задолженности. Дебиторскую задолженность формируют покупатели и заказчики.

Для анализа денежных средств, в первую очередь необходимо сопоставить суммы притока и оттока, их показатели отражены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Показатели движения денежных средств за 2018 год

Показатели	Общая сумма, тыс. руб.	Текущая	
		Сумма, тыс. руб.	%
Остаток денежных средств (ДС) на начало года	1017	X	X
Поступило ДС	35 753	35 753	100
Направлено ДС	33 073	33 073	92
Остаток ДС на конец года	3 697	X	X

Таким образом, в отчетном периоде актив баланса и валюта баланса находятся на уровне 14 776 тыс. руб.

В более значительной степени это произошло за счет увеличения статьи «Денежные средства».

За прошедший период рост этой статьи составил 2 680 тыс. руб. и уже на конец анализируемого периода значение статьи «Денежные средства» достигло 3 697 тыс. руб.

Данные таблицы показывают, что общая сумма притока денежных средств за отчетный год составила 35 753 тыс. руб. Структура поступления и направления денежных средств является коммерческой тайной компании и не может быть разглашена. Основная сумма прихода и расхода денежных средств является результатом основной (текущей) деятельности компании.

В целом динамику изменения актива баланса можно назвать положительной.

### 2.3 Анализ пассивов

Пассивы представляют собой противоположную активам часть в бухгалтерском балансе и являются совокупностью всех обязательств компании.

Исследование пассивов необходимо начать с общего анализа их состава и динамики. В таблице 2.8 представлены показатели структуры и динамики пассивов.

Таблица 2.8 – Показатели структуры и динамики пассивов

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Всего источников:	1700	13 131	100	14 776	100	1 645	12,5
	в том числе:							
1.1	собственных	1370	9 372	71,4	10 752	72,8	1 380	14,7
1.2	заемных							
	из них:							
	долгосрочных							
	краткосрочных	1520	3 759	28,6	4 024	27,2	265	7,05

Увеличение валюты баланса в наибольшей степени произошло в основном за счет роста «Собственных источников» статьи «Капитал и резервы».

За прошедший период рост этой статьи составил 1 380 тыс. руб. (в процентном соотношении ее рост составил 14,7%).

В структуре капитала положительно характеризуется факт отсутствия заемных средств, что снижает риск предпринимательской деятельности.

Рассматривая изменение собственного капитала ООО «Хакасия.ру» отметим, что его значение за анализируемый период увеличилось.

На 31.12.2018г. величина собственного капитала предприятия составила 10 752 тыс. руб. (72,8% от общей величины пассивов).

Доля заемных средств в совокупных источниках формирования активов за анализируемый период незначительно увеличилась.

На 31.12.2018г. совокупная величина заемных средств предприятия составила 4 024 тыс. руб. (27,2% от общей величины пассивов).

Увеличение заемных средств предприятия ведет к увеличению степени его финансовых рисков и может отрицательно повлиять на его финансовую устойчивость.

В таблице 2.9 приведена группировка обязательств по категориям.

Таблица 2.9 – Группировка обязательств по категориям

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Обязательства всего:							
	в том числе:							
1.1	кредиты и займы							
1.2	отложенные налоговые обязательства							
1.3	кредиторская задолженность	1520	3 759	100	4 024	100	265	7,05
1.4	прочие обязательства							

В таблице 2.10 приведена группировка обязательств по срокам погашения и образования.

Таблица 2.10 – Группировка обязательств по срокам погашения и образования

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Заемные средства всего:		3 759	100	4 024	100	265	7,05
	в том числе:							
1.1	долгосрочные обязательства							
1.2	краткосрочные обязательства	1520	3 759	100	4 024	100	265	7,05
1.3	кредиты и займы							
1.4	кредиторская задолженность		3 759	100	4 024	100	265	7,05
1.5	отложенные налоговые обязательства		–		–		–	
1.6	прочие обязательства							
	Сумма просроченных обязательств		–		–		–	

На 31.12.2018г. в общей структуре задолженности краткосрочные пассивы превышают долгосрочные на 4 024 тыс. руб. При существующем размере собственного капитала это может и не повлиять на финансовую устойчивость предприятия, однако для улучшения структуры пассивов предпочтительно превышение долгосрочной задолженности над краткосрочной. Следует сопоставить вышеописанные факторы и провести более углубленный анализ.

Долгосрочная кредиторская задолженность, величина которой на 31.12.2017г. составляла 0,00 руб., осталась на прежнем уровне. Величина краткосрочной кредиторской задолженности, которая на 31.12.2017г. составляла 3 759 тыс. руб. напротив возросла на 265 тыс. руб. (темп прироста составил 7,05%), и на 31.12.2018г. ее величина составила 4 024 тыс. руб.

Наибольший удельный вес в структуре краткосрочной кредиторской задолженности на 31.12.2018г. составляет статья «Кредиторская задолженность». На конец анализируемого периода величина задолженности по данной статье составляет 4 024 тыс. руб. (доля в общей величине краткосрочной дебиторской задолженности 100%).

Таким образом, изменение за анализируемый период структуры пассивов следует признать в подавляющей части негативным, т.к. не высвобождаются денежные средства – они оседают у покупателей и подрядчиков.

## 2.4 Анализ финансовой устойчивости и ликвидности

Оценку финансовой устойчивости и ликвидности необходимо начать с анализа обеспеченности материальных активов источниками финансирования. В таблице 2.11 отражены показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования.

Таблица 2.11 – Показатели обеспеченности материальных активов источниками финансирования, тыс. руб.

№	Показатели	Код стр.	2017 г.	2018 г.
1	Собственный капитал	1370	9 372	10 752
2	Внеоборотные активы	1100	15	0
3	Собственные оборотные средства (СОС) (стр. 1 – стр. 2)		9 357	10 752
4	Долгосрочные пассивы	1400–1430	–	–
5	Собственные и долгосрочные источники (стр. 3 + стр. 4)		9 357	10 752
6	Краткосрочные заемные средства	1510–1530–1540	–	–
7	Общая величина основных источников (стр. 5 + стр. 6)		9 357	10 752
8	Общая величина запасов и затрат	1210	481	629
9	Излишек (+) или недостаток (–) собственных оборотных средств (стр. 3 – стр. 8)		8 876	10 123
10	Излишек (+) или недостаток (–) собственных и долгосрочных источников (стр. 5 – стр. 8)		8 876	10 123
11	Излишек (+) или недостаток (–) общей величины основных источников (стр. 7 – стр. 8)		8 876	10 123

Финансовую устойчивость ООО «Хакасия.ру» можно охарактеризовать как «Абсолютная финансовая устойчивость», так как на конец анализируемых периодов у компании достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат (общая величина запасов и затрат  $\leq$  собственные оборотные средства).

В таблице 2.12 произведен расчет коэффициентов финансовой устойчивости.

Таблица 2.12 – Расчет коэффициентов финансовой устойчивости

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	Нормативное значение
1	Коэффициент автономии	0,71	0,73	0,02	$\geq 0,5$
2	Коэффициент обеспеченности запасов	19,45	17,09	-2,36	$\geq 0,6$
3	Коэффициент обеспеченности оборотных средств	0,71	0,73	0,02	$\geq 0,1$
4	Коэффициент маневренности	1	1	0	$\geq 0,3$

Проведя анализ типа финансовой устойчивости компании по абсолютным показателям, в динамике заметна стагнация (неподвижное состояние) финансовой устойчивости компании.

Показатель «Коэффициент автономии», за анализируемый период увеличился на 0,02 и на 31.12.2018г. составил 0,73. Это выше нормативного значения (0,5) при котором заемный капитал может быть компенсирован собственностью компании.

Показатель «Коэффициент обеспеченности запасов», за анализируемый период снизился на -2,36 и на 31.12.2018г. составил 17,09. Это выше нормативного значения (0,6). Таким образом, компания имеет излишек собственных средств для формирования запасов и затрат, что показал и анализ показателей финансовой устойчивости в абсолютном выражении.

Показатель «Коэффициент обеспеченности оборотных средств» за анализируемый период увеличился на 0,02. Это выше нормативного значения (0,1) и говорит о том, что структура баланса компании признается удовлетворительной.

Показатель «Коэффициент маневренности», за анализируемый период увеличился на 0 и на 31.12.2018г. составил 1. Это выше нормативного значения

(0,3). Коэффициент маневренности характеризует, какая доля источников собственных средств находится в мобильной форме.

Для проведения анализа ликвидности необходимо данные бухгалтерского баланса перегруппировать по степени срочности обязательств и обеспечению их активами предприятия, полученные данные приведены в таблицы 2.13.

Таблица 2.13 – Группировка статей баланса для анализа его ликвидности

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы, $A_{нл}$	1 017	3 697	Наиболее срочные пассивы, $P_{нс}$	3 759	4 024
Быстро реализуемые активы, $A_{бр}$	11 618	10 450	Краткосрочные пассивы, $P_{кс}$	–	0
Медленно реализуемые активы, $A_{мр}$	481	629	Долгосрочные пассивы, $P_{дс}$	–	0
Трудно реализуемые активы, $A_{тр}$	15	0	Постоянные пассивы, $P_{п}$	9 372	10 752
ИТОГО:	13 131	14 776	ИТОГО:	13 131	14 776

Баланс считается абсолютно ликвидным, если имеют место следующие соотношения:  $A1 \geq P1$ ;  $A2 \geq P2$ ;  $A3 \geq P3$ ;  $A4 \leq P4$ .

На 2018 год соотношения:

$$A1 < P1 \quad 3697 < 4024$$

$$A2 > P2 \quad 10450 > 0$$

$$A3 > P3 \quad 629 > 0$$

$$A4 < P4 \quad 0 < 10752$$

Исходя из приведённых выше неравенств, можно констатировать, что баланс анализируемой компании по первой группе активов и пассивов на 2018 год не соответствует оптимальной модели ликвидности, следовательно, ликвидность баланса можно охарактеризовать как недостаточную.



Соотношение первого неравенства говорит о том, что к ближайшему периоду ООО «Хакасия.ру» не удастся поправить свое платежеспособное положение, хотя за анализируемый период увеличился платежный достаток наиболее ликвидных активов для покрытия наиболее срочных обязательств.

Сопоставление итогов второй группы от трех до шести месяцев показывает тенденцию увеличения текущей ликвидности в недалеком будущем.

Третье неравенство свидетельствует о хорошей платёжеспособности компании в относительно отдалённом будущем. Это означает, что компания способна покрыть все долгосрочные пассивы медленно реализуемыми активами.

В условиях финансовой неустойчивости объективная и точная оценка финансово-экономического состояния компании приобретает первостепенное значение.

Главным критерием такой оценки являются показатели ее платёжеспособности, к которым относятся три основных коэффициента. Расчёт данных коэффициентов приведён в таблице 2.14.

Таблица 2.14 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2017 г.	2018 г.	Нормативные значения	
			Отечественные нормативы	Зарубежные нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,27	0,92	$\geq 0,1$	$\geq 0,2$
Коэффициент критической ликвидности	3,36	3,52	$\geq 0,7-0,8$	$\geq 1,5$
Коэффициент текущей ликвидности	3,49	3,67	$\geq 1,2-1,5$	$\geq 2,0$

Как видно из таблицы 2.14 коэффициент абсолютной ликвидности и на начало и на конец анализируемого периода (31.12.2017г. – 31.12.2018г.) находится выше нормативного значения (0,1), что говорит о том, что предприятие в полной мере обеспечено средствами для своевременного

погашения наиболее срочных обязательств за счет наиболее ликвидных активов.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2018г. значение показателя абсолютной ликвидности составило 0,27. На конец анализируемого периода значение показателя возросло, составив 0,92. Следует заметить, что на конец анализируемого периода значение показателя находится выше нормативного уровня (0,1), что, конечно же, не угрожает финансовой устойчивости компании, однако может говорить об избытке собственных средств предприятия и необходимости направления их на развитие.

Коэффициент критической ликвидности показывает, какая часть краткосрочной задолженности может быть погашена за счет наиболее ликвидных и быстро реализуемых активов.

Нормативное значение показателя – 0,7–0,8, означающее, что текущие обязательства должны покрываться на 70–80% за счет быстрореализуемых активов.

На начало анализируемого периода (на 31.12.2017г.), значение показателя критической ликвидности составило 3,36. На 31.12.2018 г. значение показателя возросло, что можно рассматривать как положительную тенденцию и составило 3,52.

Коэффициент текущей ликвидности и на начало и на конец анализируемого периода (31.12.2017г. – 31.12.2018г.) находится выше нормативного значения 1,2–1,5, что говорит о том, что компания в полной мере обеспечена собственными средствами для ведения хозяйственной деятельности и своевременного погашения срочных обязательств.

На начало анализируемого периода – на 31.12.2017г. значение показателя текущей ликвидности составило 3,49. На конец анализируемого периода значение показателя возросло, и составило 3,67.

Следует заметить, что на конец анализируемого периода значение показателя находится выше нормативного уровня, что, конечно же, не угрожает финансовой устойчивости предприятия, однако может говорить об избытке

собственных средств предприятия и необходимости направления их на развитие.

Проведем сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженностей. Полученные данные отражены в таблице 2.15.

Таблица 2.15 – Сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженностей

№	Показатели	Дебиторская задолженность	Кредиторская задолженность
1	Сумма предыдущего периода, тыс. руб.	11 618	3 759
2	Сумма отчетного периода, тыс. руб.	10 450	4 024
3	Темп роста, %	89,95	107,05

Темп роста кредиторской задолженности больше дебиторской задолженности. Это заслуживает положительной оценки, но в условиях своевременности возврата долгов. Контроль, за состоянием долговых обязательств любой организации – необходимое условие ее успешной деятельности.

Но в компании ООО «Хакасия.ру» задолженность не переходит в разряд безнадежной, поэтому небольшое увеличение кредиторской задолженности над дебиторской задолженностью характеризуется положительно.

## 2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Для того чтобы определить успешность деятельности предприятия необходимо знать абсолютные показатели выручки и прибыли, их тенденции.

Для наглядного понимания построена таблица 2.16 с анализом финансовых результатов компании.

Таблица 2.16 – Анализ финансовых результатов

№	Показатели	Код стр.	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
			Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Выручка от продажи	2110	37 446	100	46 203	100	8 757	23,39
2	Себестоимость продаж	2120	35 320	100	43 211	100	7 891	22,34
3	Валовая прибыль (убыток)	2100	–		–			
4	Коммерческие расходы	2210	–		–			
5	Управленческие расходы	2220	–		–			
6	Прибыль (убыток) от продаж	2200	–		–			
7	Доходы от участия в других организациях	2310	–		–			
8	Проценты к получению	2320	–		–			
9	Проценты к уплате	2330	–		0			
10	Прочие доходы	2340	19	100	232	100	213	1 121,05
11	Прочие расходы	2350	162	100	477	100	315	194,44
12	Прибыль (убыток) доналогообложения	2300	–		–			
13	Текущий налог на прибыль	2300	–		–			
14	Чистая прибыль (убыток)	2400	874	100	1327	100	453	51,83

В 2018 году по сравнению с предыдущим произошло увеличение всех показателей характеризующие финансовый результат деятельности компании, чистая прибыль в 2018 году составила 46 203 тыс. руб., изменение объема продаж составило 8 757 тыс. руб., темп прироста составил 23,39%, что положительно характеризует финансово–хозяйственную деятельность ООО «Хакасия.ру».

Показателем повышения эффективности деятельности компании можно назвать более высокий рост выручки по отношению к росту себестоимости, который составил 23,39% по сравнению с ростом себестоимости 22,34%.

Чистая прибыль за анализируемый период выросла на 453 тыс. руб., и на конец 31.12.2018г. установилась на уровне 1 327 тыс. руб. (темп прироста составил 51,83%).

Деловая активность характеризует эффективность текущей деятельности предприятия и связана с результативностью использования материальных, трудовых, финансовых ресурсов предприятия, а также с показателями оборачиваемости. Показатели деловой активности позволяют оценить финансовое положение предприятия с точки зрения платежеспособности: как быстро средства могут превращаться в наличность, каков производственный потенциал предприятия, эффективно ли используется собственный капитал и трудовые ресурсы, как использует предприятие свои активы для получения доходов и прибыли.

Расчёт показателей деловой активности, характеризующихся коэффициентами оборачиваемости, приведён в таблице 2.17.

Таблица 2.17 – Показатели деловой активности

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение
1	Коэффициент деловой активности	5,71	6,25	0,54
2	Фондоотдача основных средств	2 496,4	0	-2 496,4
3	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,69	3,31	0,62
4	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	3,7	4,59	0,89
5	Коэффициент оборачиваемости заемных средств	9,62	11,87	2,25

Коэффициент фондоотдачи характеризует эффективность использования основных производственных средств (фондов) компании за период. Фондоотдача в текущем году равна нулю. Это говорит о пониженном уровне фондоотдачи и означает, что основные средства за текущий период не совершили несколько оборотов.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств показывает скорость оборота материальных и денежных ресурсов предприятия за 2018 год. В 2017 году оборотный капитал успел полностью обернуться 2,69 раз, а в текущем он совершил 3,31 оборота, то есть каждый рубль мобильных средств в 2017 г. приносил 2,69 руб. выручки, а в 2018 г. – 3,31 руб.

Замедление оборачиваемости оборотных средств означает увеличение общественно необходимого времени и высвобождение средств из оборота. Это позволяет предприятию обходиться меньшей суммой оборотных средств для обеспечения выпуска и реализации товара или при том же объеме оборотных средств увеличить объем и улучшить качество товара. На замедление оборачиваемости оборотных средств могли повлиять снижение производственных запасов, эффективное использование материальных, трудовых и денежных ресурсов, увеличение длительности производственного цикла, увеличение сроков пребывания оборотных средств в остатках товара и в расчетах.

Для оценки эффективности использования ресурсов, потребленных в процессе производства, применяются показатели рентабельности. Они характеризуют относительную прибыльность или доходность деятельности предприятия. Рентабельность – это доходность организации.

Расчёт основных показателей, характеризующих рентабельность предприятия, проведён в таблице 2.18.

Таблица 2.18 – Показатели рентабельности

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение
1	Рентабельность продаж	5,68	6,48	0,8
2	Рентабельность текущей	5,68	6,48	0,8
3	Рентабельность активов	6,65	8,98	2,33
4	Рентабельность собственного капитала	9,33	12,34	3,01

После расчета показателей рентабельности, можно сделать вывод, что все показатели рентабельности компании увеличивают свои значения и могут повышать качество работы, что позволяет увеличить цену услуг. Таким образом, можно отметить, что капитал ООО «Хакасия.ру» используется эффективно, происходит увеличение прибыли предприятия.

## 2.6 Заключительная оценка финансового состояния предприятия

Сегодня ООО «Хакасия.ру» занимает лидирующую позицию по Хакасии и Югу Красноярского края по количеству специалистов, аттестованных фирмой «1С». Компания следует тенденциям к уровню автоматизации современного бизнеса, а также к требованиям законодательства Российской Федерации.

Организационная структура ООО «Хакасия.ру» – линейно–функциональная. Суть линейно–функциональной организованной структуры управления состоит в том, что выполнение отдельных функций по конкретным вопросам возлагается на специалистов, т.е. каждый руководитель или исполнитель специализирован на выполнении отдельных видов деятельности [18]. Объем совокупного капитала, вовлеченного в хозяйственную деятельность ООО «Хакасия.ру», на 2018 г. составляет 14 776 тыс. руб. и позволяет отнести компанию к категории мелкого  $14\,776 \leq 2000$  МРОТ.

Структура имущества и источников позволяет оценить компанию как финансово устойчивую. Внеоборотные активы в компании отсутствуют, собственный капитал составляет 73%, т.е. внеоборотные и оборотные активы покрываются за счет собственного капитала. В 2018 году компания развивала высокую деловую активность ( $3,13 > 1$ ), т.е. на каждый рубль вложенной товара капитала размещенного в активах, приходится 3,13 рублей выручки от реализации услуг и работ.

За 2018 год в активах ООО «Хакасия.ру» размещен капитал стоимостью 14 776 тыс. руб. За последние исследуемые два года активы компании увеличились на 12,6%. Особенность органического строения капитала (ОСК) в 2017 году составила 0,11. Особенность органического строения капитала (ОСК) в 2018 году составила 0. Это говорит о повышенной мобильности имущества компании.

В статье дебиторской задолженности в 2018 году произошло снижение. В составе оборотного капитала произошел рост следующих статей: запасы (на 30,8%), денежные средства (на 263,5%). В структуре капитала положительно

характеризуется факт отсутствия заемных средств, что снижает риск предпринимательской деятельности. Размер дебиторской задолженности за анализируемый период снизился на 1 168 тыс. руб., что говорит о положительной тенденции и может свидетельствовать об улучшении ситуации с оплатой продукции компании и о выборе подходящей политики продаж.

Долгосрочная кредиторская задолженность в 2018 году осталась наравне с 2017 годом и составила 0,00 руб. Величина краткосрочной кредиторской задолженности в 2018 году возросла на 265 тыс. руб. и ее величина составила 4 024 тыс. руб.

Изменения за анализируемый период структуры пассивов признаны в подавляющей части негативным, т.к. не высвобождаются денежные средства – они оседают у покупателей и подрядчиков. Потребность в анализе ликвидности баланса возникает в условиях рынка в связи с усилением финансовых ограничений и необходимостью оценки кредитоспособности предприятия.

Финансовую устойчивость ООО «Хакасия.ру» можно охарактеризовать как «Абсолютная финансовая устойчивость», так как на конец анализируемых периодов у компании достаточно собственных средств для формирования запасов и затрат (общая величина запасов и затрат  $\leq$  собственные оборотные средства). Баланс анализируемой компании по первой группе активов и пассивов на 2018 год не соответствует оптимальной модели ликвидности, следовательно, ликвидность баланса можно охарактеризовать как недостаточную.

Реальное соотношение темпов (Т) роста прибыли (Т<sub>пр</sub>), выручки (Т<sub>вр</sub>) и валюты баланса (Т<sub>б</sub>):  $51,83 > 23,39 > 12,5$ . Выполнение указанного соотношения показывает, что экономический потенциал компании возрастает; по сравнению с увеличением экономического потенциала объем реализации возрастает более высокими темпами, т.е. ресурсы компании используются более эффективно; прибыль по сравнению с объемом реализации возрастает опережающими темпами, что свидетельствует в большинстве случаев об относительном снижении издержек производства и обращения.



Это соотношение называется золотым правилом экономики. Нарушение его не всегда нужно рассматривать как негативное, так как оно может иметь место, например, из-за модернизации производства [19].

## **2.7 Вопросы экологии**

Экологическая безопасность компании представляет собой определенные правила, которые контролируют рабочую деятельность в соответствии с природоохранными нормативами. Данные правила подразумевают, что те компании, которые применяют технологии энерго- и ресурсосбережения, могут рассчитывать на постоянное увеличение результативности. Помимо этого будет снижено негативное воздействие вредоносных веществ на коллектив и окружающую среду.

Компания ООО «Хакасия.ру» не оставляет без внимания вопросы экологии. В повседневной рабочей деятельности в компании соблюдаются все необходимые нормы и правила, которые отражены в Федеральном законе «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7 – ФЗ, поэтому компанию смело можно назвать экологически чистой. ООО «Хакасия.ру» не ведет работу, связанную с производством и выбросом вредных веществ в атмосферу и воду. Утилизация отходов выполняется согласно Санитарно-эпидемиологическим требованиям 2.1.7.1287–03.

Коллектив компании сосредоточен в офисном помещении, которое не оказывает негативного влияния на здоровье. В офисе регулярно проводится санитарно-гигиеническая уборка, согласно расписанию. У каждого сотрудника обустроено комфортное рабочее место, предоставлены мониторы персональных компьютеров с матовым покрытием и применением технологий устранения мерцания подсветки. Также в офисе обустроены комнаты отдыха.

Прилегающая территория полностью асфальтирована и принадлежит ООО «Хакасия.ру», также регулярно очищается. В зимнее время для очищения территории реагенты не используются.

## **ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ 3 ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАСШИРЕНИЯ РЫНКА СБЫТА ООО «ХАКАСИЯ.РУ»**

### **3.1 Анализ и динамика предлагаемых услуг ООО «Хакасия.ру»**

Одним из самых актуальных вопросов в Законодательстве Российской Федерации стал переход на применение контрольно–кассовой техники с передачей данных о расчетах в налоговые органы (онлайн–кассы).

В связи с этим в 2016 году ООО «Хакасия.ру» начала практическую подготовку к данным изменениям.

Так, в 2017 году ООО «Хакасия.ру» получила новый статус «Центр компетенции 1С: 54–ФЗ».

Компания стала официальным сервисным партнером ключевых производителей кассовых аппаратов, начала оказывать весь спектр услуг по подключению онлайн–касс, а также прошла аккредитацию у Атол и Эвотор и получила статус Авторизованный сервисный центр.

Из–за большой клиентской базы и достаточной нагрузки на сотрудников было принято решение сформировать новый отдел «Онлайн–кассы и ЕГАИС».

Кроме базовых задач по продаже, внедрению, перерегистрации и прочих вопросов, связанных с онлайн–кассами и ЕГАИС, отдел должен контролировать бесперебойную работу кассовых аппаратов у клиентов.

Иными словами, внутри отдела сосредоточен сервисный центр, который оказывает гарантийное, постгарантийное и не гарантийное обслуживание контрольно–кассовой техники.

Для того чтобы отследить динамику предлагаемых услуг в данном отделе компании, построена таблица 3.1.

Таблица 3.1 – Динамика услуг сервисного центра ООО «Хакасия.ру»

Наименование услуги	2017	2018	2019
<b>Автоматизация торговой точки</b>			
Продажа ККТ	от 8000	от 10000	от 12000
Продажа ФН	от 5000	от 6000	от 7000
Регистрация ККТ	1300	1500	1500
Замена ФН	1300	1500	1500
Продажа торгового оборудования	от 1000	от 2000	от 3000
<b>Сопровождение и обучение клиента</b>			
Обучение по работе с онлайн-кассой	1300	1500	1500
Сопровождение ККТ	–	–	1900/год за 1 кассу
Перерегистрация / снятие с учета / настройка ЕГАИС	1300	1500	1500
Прочие услуги по линии консультации	1300	1500	1500
Регистрация на Честном знаке	500	500	500
Отправка декларации в ФС РАР	300	300	300
<b>Лицензии/прошивки</b>			
Прошивки на 1 год Атол/Дримкас/Штрих	2800 за 1 кассу	2800 за 1 кассу	2800 за 1 кассу
Обновление прошивки Эвотор	1300	1500	1500
Разовые лицензии Атол / Штрих	–	–	2000 за 1 кассу
<b>Сервисный центр</b>			
Гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	0	0	0
Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	0	350	500
Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	0	1000	1500
Не гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	–	1300/час	1500/час
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	–	1300/час + 350	1500/час + 500
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	–	1300/час + 1000	1500/час + 1500

Как видно из таблицы, за три года деятельности отдела изменилась стоимость на определенный вид услуг, а также были добавлены новые.

Далее необходимо выяснить тенденцию спроса на данные услуги, для этого построим отчет в «1С: Управление производственным предприятием», представленный на рисунке 3.1.

Номенклатура, Базовая единица измерения	Сумма продажи в RUB	Сумма продажи без скидок в RUB	Количество (в базовых единицах)	Сумма скидки в RUB	% скидки	Количество документов продажи
(AL.M020.47.000) Блок USBG rev.3.0, шт	1 300,00	1 300,00	1,000			1
(AL.M020.47.000) Блок USBG rev.4.0, шт	2 600,00	2 600,00	2,000			2
1L-0K-1L0SP1-7L-6F0FD4-18.0-10P-16004/8 шлейф, шт	60,00	60,00	1,000			1
54-ФЗ. Доступ к приложению "....." ЭВОТОР сроком на 1 год, шт	37 545,00	37 545,00	25,000			21
54-ФЗ. Доступ к приложению "Пакет обновлений" ЭВОТОР сроком на 1 год, шт	73 780,00	73 780,00	35,000			23
54-ФЗ. Обучение по работе с онлайн-кассой, шт	10 400,00	10 700,00	6,000	300,00	2,80	6
54-ФЗ. Подключение ККТ к учетной системе, шт	10 500,00	11 100,00	8,000	600,00	5,41	7
54-ФЗ. Прочие услуги по линии консультации по Онлайн кассам, ч	50 614,00	55 549,00	35,400	4 935,00	8,88	26
54-ФЗ. Регистрация на портале ФНС и в ЛК ОФД, шт	161 600,05	170 903,57	136,000	9 303,52	5,44	110
54-ФЗ. Сопровождение онлайн касс. Тариф Базовый, шт	87 420,00	94 310,00	66,000	6 890,00	7,31	45
54-ФЗ. Сопровождение онлайн касс. Тариф Стандарт, шт	53 820,00	54 990,00	17,000	1 170,00	2,13	4
54-ФЗ. Услуга по обновлению прошивки ККТ с лицензией АТОЛ Сервис на 1 ККТ на 1 год, шт	213 780,00	217 700,00	81,000	3 920,00	1,80	47
54-ФЗ. Услуга по обновлению прошивки ККТ Штрих-М. Сервис обн. ФР. Подп. на 1 ККТ на 1 год, шт	2 800,00	2 800,00	1,000			1
54-ФЗ. Услуга по обновлению прошивки ККТ Эвотор, шт	63 365,00	63 365,00	29,000			25
54-ФЗ. Услуги по замене ФН и перерегистрации ККТ, шт	668 360,85	684 350,00	541,000	15 989,15	2,34	289
54-ФЗ. Услуги по обновлению прошивки ККТ с лицензией АТОЛ Сервис для разового обновления, шт	117 100,00	119 100,00	60,000	2 000,00	1,68	30
54-ФЗ. Услуги по перерегистрации ККТ, шт	7 500,00	7 500,00	7,000			5
54-ФЗ. Услуги по снятию ККТ с учета, шт	4 200,00	4 500,00	5,000	300,00	6,67	3
Battery RL_5C model 521450A/B (элемент питания лит.	1 220,00	1 220,00	4,000			4

Рисунок 3.1 – Отчет 1С «Спрос на услуги компании»

Данный отчет сформирован за отчетный период 2019 года, в нем отражены характеристики проданной номенклатуры, их суммы, а также количество документов продажи.

Последний параметр позволяет узнать общее число товаров и услуг, которые были приобретены клиентами компании.

Каждый вид товара или услуги входит в отдельную номенклатурную группу, которая предназначена для обобщения информации по поступлениям и затратам.

Так в отделе «Онлайн–кассы и ЕГАИС» существуют четыре номенклатурные группы:

1. Автоматизация торговой точки.
2. Сопровождение и обучение клиента.
3. Лицензии/прошивки.
4. Сервисный центр.

При помощи отчета сформированы и проанализированы данные за последние три года, тем самым был выявлен спрос на услуги отдела компании. Полученные данные сгруппируем в диаграмму, которая отражена на рисунке 3.2.

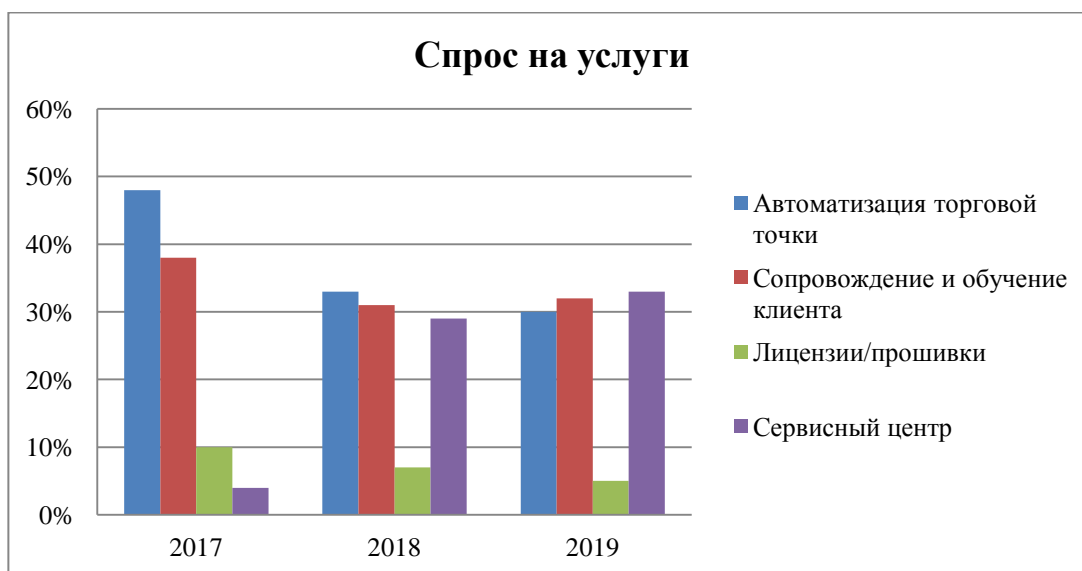


Рисунок 3.2 – Спрос на услуги отдела «Онлайн–кассы и ЕГАИС»

Как видно из диаграммы, пик спроса по автоматизации торговых точек, сопровождению и обучению клиентов пришелся на 2017 год. Это обусловлено тем, что согласно 54–ФЗ именно с 01.07.2017 года все юридические лица и индивидуальные предприниматели на общей и упрощенной системе налогообложения должны были перейти на работу с онлайн–кассами, то есть выполнять онлайн передачу электронных копий чеков в налоговую инспекцию.

В 2017 году сервисного центра не было, но были единичные случаи, когда клиент возвращал бракованный кассовый аппарат.

За последующие два года можно отметить более спокойную обстановку касательно автоматизации бизнеса, в то время как у сервисного центра спрос каждый год увеличивался. Это определяет актуальность дальнейшего изучения и усовершенствования сервисного центра, с целью увеличить клиентскую базу и прибыль компании.

При обращении клиента в сервисный центр менеджер в первую очередь фиксирует «Событие» в 1С. Здесь ведется вся работа по вопросам, с которыми обратился клиент. В «Событии» менеджер заполняет следующую информацию: Оборудование; Серийный номер; IMei устройства; Комплектность; Внешний вид; Дата покупки; Дата изготовления; Место покупки; Адрес установки; Причина обращения. На рисунке 3.3 представлен пример заполнения «События».

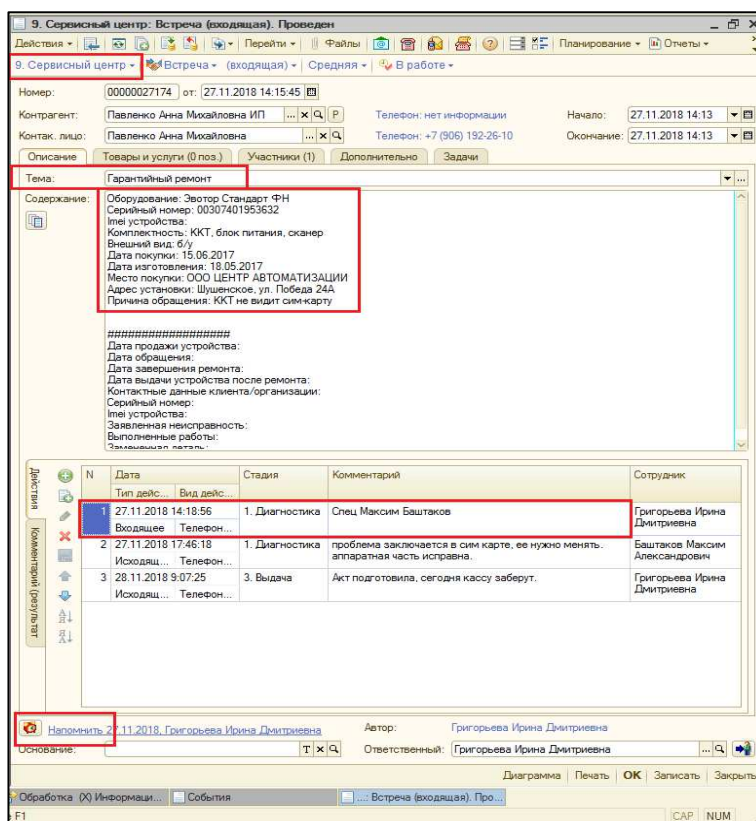


Рисунок 3.3 – Пример заполнения «События»


Работа сервисного центра подразумевает обязательный физический осмотр специалистом, проверку документации и серийных номеров

контрольно–кассовой техники. От этого будет зависеть вид ремонта оборудования и его дальнейшая стоимость.

В связи с этим компания предусмотрела два варианта:

1. Клиент самостоятельно доставляет оборудование на ремонт в офис компании.
2. По договоренности специалист выезжает на торговую точку клиента для осмотра техники, и в дальнейшем определяет вид, а также сложность ремонта.

Так как ООО «Хакасия.ру» является сертифицированным сервисным центром, компания обязана оказывать услуги гарантийного (бесплатного) ремонта контрольно–кассовой техники на территории офиса. По завершению всех работ, менеджер готовит в двух экземплярах Акт сдачи–приемки оказанных услуг и подписывает с клиентом. Пример заполненного акта гарантийного ремонта представлен на рисунке 3.4.



АКТ № ЦА000001033 от 28.11.2017 г.  
сдачи-приемки оказанных услуг

Мы, нижеподписавшиеся, представитель Исполнителя – Общество с ограниченной ответственностью "Центр автоматизации", в лице Руководителя отдела продаж Пахомов В.С., действующего на основании Доверенность № 1 от 12.01.2015г. с одной стороны, и Заказчик – Индивидуальный предприниматель Бабарыкина Светлана Владимировна с другой стороны, составили настоящий акт в том, что Исполнителем оказаны услуги:

№	Наименование	Ед.	Кол-во	Цена	Сумма
1	Гарантийный ремонт оборудования (Дата продажи устройства: 29.06.2017г. Дата обращения: 27.11.2017г. Дата завершения ремонта: 28.11.2017г. Дата выдачи устройства после ремонта: 28.11.2017г. Контактные данные клиента/организации: +7 (3902) 35-39-18 Серийный номер: 00107202255839 Имел устройства: Заявленная неисправность: «ошибка реквизита, недопустимый реквизит, запрещенный формат ФН» Выполненные работы: прошивка до версии 3975, перерегистрация в связи со сменой ОФД, настройка. Замененная деталь: -)	шт.	1	0	0

Всего на сумму 0 (Ноль, рублей 00 копеек)  
НДС не облагается (Организация находится на упрощенной системе налогообложения)

Вышеперечисленные услуги выполнены полностью и в срок. Заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

<b>Исполнитель:</b> Общество с ограниченной ответственностью "Центр автоматизации" ИНН 1901089140 655017, Хакасия Респ, Абакан г, Вяткина ул, дом № 9 р/с 40702810404000014323 в банке СИБИРСКИЙ Ф-Л ПАО "ПРОМСВЯЗЬБАНК" БИК 045004816 к/с 30101810500000000816	<b>Заказчик:</b> Индивидуальный предприниматель Бабарыкина Светлана Владимировна ИНН 190157981136 тел.: +7 (3902) 35-42-38 р/с 4080281033700000183 в банке ХАКАССКИЙ РФ АО "РОССЕЛЬХОЗБАНК" БИК 049514767 к/с 30101810700000000767
--	---


Услуги сдал  
От Исполнителя \_\_\_\_\_ / Пахомов В.С.  
подпись / расшфровка  
МП

Услуги принял  
От Заказчика \_\_\_\_\_ /  
подпись / расшфровка  
МП

Рисунок 3.4 – Пример акта гарантийного ремонта

В том случае, если у клиента кассовый аппарат на гарантии, но он не хочет самостоятельно привозить кассу, потребуется платный выезд специалиста на торговую точку. Каждый выезд специалиста рассчитывается индивидуально, в зависимости от удаленности торговой точки. В том случае, если торговая точка находится на расстоянии более 70 километров от офиса, то расчет затрат считается при помощи онлайн сервиса расхода топлива: <https://ve7.ru/fuel>.

Если ремонт относится к не гарантийному случаю, то клиент оплачивает работу специалиста, а также в случае необходимости стоимость замененной детали и выезда на торговую точку. Пример заполненного акта гарантийного ремонта представлен на рисунке 3.5.



АКТ № ЦА000001285 от 11.09.2018 г.  
сдачи-приемки оказанных услуг по договору № 6926-19 от 10.09.2018 г.

Мы, нижеподписавшиеся, представитель Исполнителя – Общество с ограниченной ответственностью "Центр автоматизации", в лице Руководителя отдела продаж Пахомов В.С., действующего на основании Доверенность № 1 от 12.01.2015г. с одной стороны, и Заказчик – ИП Ромме Екатерина Александровна с другой стороны, составили настоящий акт в том, что Исполнителем оказаны услуги:

№	Наименование	Ед.	Кол-во	Цена	Сумма
1	Ремонт оборудования (Дата продажи устройства: 28.06.2018 г. Дата обращения: 10.09.2018 г. Дата завершения ремонта: 11.09.2018 г. Дата выдачи устройства после ремонта: 12.09.2018 г. Контактные данные клиента/организации: +7 (983) 589-99-90 Серийный номер: 00307402269835 Место покупки: ООО «Центр автоматизации» Заявленная неисправность: Ошибка проверки состояния кассы «Неверный код защиты» Выполненные работы: Переустановка ПО модуля ККТ)	шт.	1	650	650

Всего на сумму 650 (Шестьсот пятьдесят рублей 00 копеек)  
НДС не облагается (Организация находится на упрощенной системе налогообложения)

Вышеперечисленные услуги выполнены полностью и в срок. Заказчик претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Исполнитель: Общество с ограниченной ответственностью "Центр автоматизации" ИНН 1901089140 655017, Хакасия Респ, Абакан г, Вяткина ул, дом № 9 р/с 40702810404000014323 в банке СИБИРСКИЙ Ф-Л ПАО "ПРОМСВЯЗЬБАНК" БИК 045004816 к/с 30101810500000000816	Заказчик: ИП Ромме Екатерина Александровна ИНН 190108820400 655001, Хакасия Респ, Абакан г, Кати Перекрещенко ул, дом № 5, кв.42 тел.: (3902) 26-06-74 р/с 40802810900010150678 в банке ООО "ХАКАССКИЙ МУНИЦИПАЛЬНЫЙ БАНК" БИК 049514745 к/с 30101810900000000745
---	---

Услуги сдан / Пахомов В.С.  
От Исполнителя / подпись / расшифровка  
МП

Услуги принял /  
От Заказчика / подпись / расшифровка  
МП

Рисунок 3.5 – Пример акта не гарантийного ремонта

На данном этапе возникает сложность с клиентами, которые находятся достаточно отдаленно от офиса компании, ведь для них при любом виде ремонта выезд специалиста будет платный. Именно по этой причине некоторая часть клиентов просто теряется.



Соответственно здесь возникает спрос на расширение рынка сбыта, но в первую очередь необходимо выяснить с каких населенных пунктов чаще всего поступают обращения.

Для этого также в 1С построим соответствующий отчет за три года, проанализируем и сгруппируем в следующую диаграмму. На рисунке 3.6 отражен отчет по клиентам с фильтром по населенным пунктам.

Номенклатура	Организация	Контрагент	Договор контрагента	Контрагент.Регион
	Боградский район			
	Абакан-Пекарь ТК ООО		Договор №17837-16 (Абонентское обслуживание по тарифу "VIP")	Абакан
	Абакантехполторг ООО (Ремишевский Кирилл Владимирович ИП)		Договор №370-21 (Абонентское ИТ)	Черногорск
	Черногорск		Договор №370-28 (сопровождение 1С +ИТС)	Черногорск
	АГРАРНЫЙ ТЕХНИКУМ, ГАПОУ РХ		Договор №770-55 (Аб.сопр.1С 2019)	Ширинский район
	Алчан-К, ООО		Договор №7937-20 (Аб.сопр.1С)	Боград
	Боград		Договор ИТС №7937-4 (Тариф "Старт")	Боград
	Альтернатива ООО Минусинск		Договор №5136-20 (Аб.сопр 1С)	Минусинск
	Альфа-банк ОАО			Абакан
	Аналитик ООО		Договор №441-9 (Абонентка ЗУП)	Абакан
	Артеменко Владимир Иванович ИП		Договор №20042-1 (ИТС ПРОФ)	Абакан
	Бабарыкина Светлана Владимировна ИП		Договор №19996-13 (Абонентское 2018)	Республика Тыва
	Беккер Александр Владимирович ИП		Договор №147-45 (абонент + итс)	Абаз
	Боготольский вагоноремонтный завод ООО		Договор №16082-3 (Абонент с 2019)	Красноярский край
	Бурпромаш АО		Договор №11984-1(Абонентское 1С)	Абакан
	Вершино-Тейский поссовет		Договор №1565-8 (Аб+Итс)	Аскизский район
	ВКУС ООО		Договор №1624-11 (Сопровождение Агент Плюс)	Республика Тыва

Рисунок 3.6 – Отчет по клиентам (населенный пункт)

Данный отчет позволяет отразить данные по клиентам, и с каких регионов они обращаются.

При помощи отчета сформированы и проанализированы данные за последние три года, тем самым были выявлены населенные пункты, с которых чаще всего были зафиксированы обращения клиентов с целью обращения в сервисный центр компании. Полученные данные отражены на рисунке 3.7.

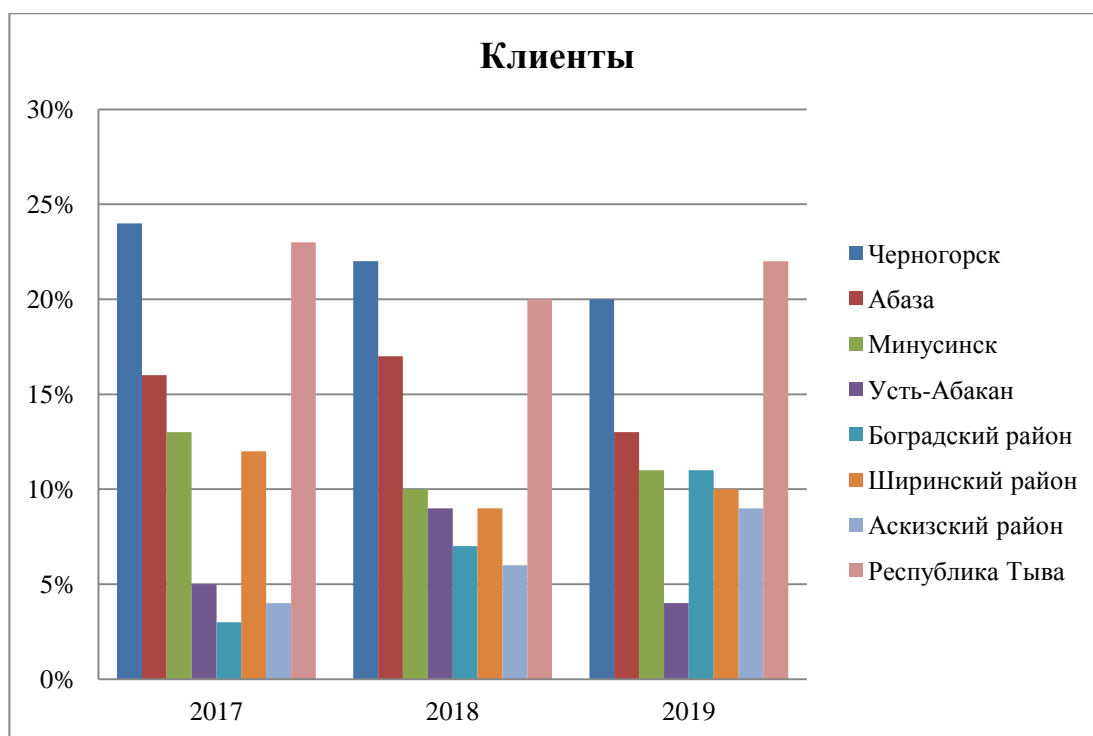


Рисунок 3.7 – Территориальное обращение клиентов

Исходя, из полученных данных можно сделать вывод, что за последние три года чаще всего обращения поступают из следующих отдаленных населенных пунктов:

- Черногорск;
- Абаза;
- Минусинск;
- Шира;
- Республика Тыва.

Далее необходимо выбрать территорию для выхода на новый рынок, то есть выявить, откуда поступает большее количество отказов от клиентов, требующих платный выезд специалиста компании. Для этого также воспользуемся отчетом посредством 1С. Полученные данные представлены на рисунке 3.8.

Причина закрытия заказа	Заказ покупателя
Сервисный центр	Населенный пункт
Заказ покупателя XR000000333 от 19.11.2015 14:52:41	Черногорск
Заказ покупателя XR000000365 от 27.11.2015 14:19:56	Республика Тыва
Заказ покупателя XR000000099 от 06.02.2018 11:26:50	Богродский район
Заказ покупателя ЦА000000194 от 02.03.2018 9:48:27	Аскизский район
Заказ покупателя ЦА000001132 от 01.08.2019 17:20:57	Минусинск
Заказ покупателя ЦА000001509 от 09.11.2019 14:04:20	Республика Тыва
Заказ покупателя ЦА000001541 от 16.11.2019 15:53:55	Черногорск
Заказ покупателя ЦА000001542 от 16.11.2019 16:11:15	Республика Тыва
Заказ покупателя XR000000015 от 09.01.2019 12:17:06	Республика Тыва
Заказ покупателя XR000000140 от 09.01.2019 19:28:09	Аскизский район
Заказ покупателя XR000000141 от 09.01.2019 19:28:10	Минусинск
Заказ покупателя XR000000030 от 10.01.2019 17:15:38	Богродский район
Заказ покупателя ЦА000000039 от 16.01.2019 16:50:34	Республика Тыва
Заказ покупателя ЦА000000047 от 18.02.2019 14:58:56	Республика Тыва
Заказ покупателя XR000000466 от 25.03.2019 16:24:36	Черногорск
Заказ покупателя XR000001256 от 25.06.2019 16:54:50	Аскизский район
Заказ покупателя ЦА000000809 от 25.06.2019 16:54:53	Аскизский район
Заказ покупателя XR000001580 от 24.07.2019 11:34:34	Республика Тыва
Заказ покупателя ЦА000001329 от 11.09.2019 16:01:25	Минусинск

Рисунок 3.8 – Отчет 1С «Закрытие заказа»

Данный отчет позволяет отразить все заказы клиентов сервисного центра, а также отследить с каких населенных пунктов была зафиксирована отмена обращений. При помощи отчета сформированы и проанализированы данные за последние три года и сгруппированы в диаграмму. Полученные данные представлены на рисунке 3.9.

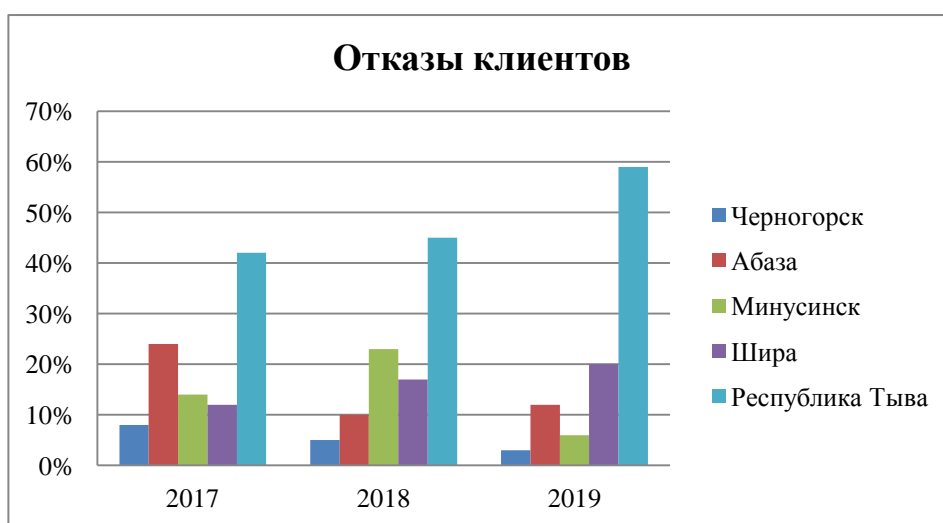


Рисунок 3.9 – Отказы клиентов

Из диаграммы видно, что за данный период наибольший процент потери среди потенциальных клиентов приходится на Республику Тыва. Это обусловлено самым большим расстоянием до города Абакан.

Можно сделать вывод, что сервисный центр в ООО «Хакасия.ру» за последние несколько лет, занял важную роль среди предоставляемых услуг. За счет проведенных анализов было выявлено, что наибольшее снижение клиентооборота из Республики Тыва.

Все эти данные позволяют принять решение для расширения рынка сбыта сервисного центра ООО «Хакасия.ру» на территории Республика Тыва.

### 3.2 Анализ конкурентов

Для проведения анализа конкурентной среды ООО «Хакасия.ру» целесообразно применить такие методы, как STEP–анализ и SWOT–анализ.

В первую очередь необходимо определить внешние факторы, которые могут оказывать влияние на компанию и ее деятельность. Для этого применим STEP–анализ. Результаты приведены в таблице 3.2.

При проведении STEP – анализа необходимо учитывать следующие позиции [20]:

- Social – социальные факторы;
- Technological – технологические факторы;
- Economical – экономические факторы;
- Political – политические факторы.

Таблица 3.2 – STEP –анализ

Социальные факторы	Технологические факторы
изменение структуры доходов и расходов населения	тенденции в области НИОКР
качество жизни населения и ее численность	влияние Интернет–ресурсов на имидж компании
экологический фактор	введение инновационных современных технологий
	государственная технологическая политика

### Окончание таблицы 3.2

Экономические факторы	Политические факторы
платежеспособный спрос главных потребителей услуг	изменения в законодательстве РФ
наличие конкурентов	изменения в налоговой политике
экономическое положение региона	государственное влияние в отрасли
инфляция	
динамика курса валют	Государственное регулирование конкуренции в ИТ – отрасли
динамика ставки рефинансирования ЦБ РФ	

Приведенные факторы оказывают разное влияние на деятельность ООО «Хакасия.ру». Для того чтобы определить наиболее значимые факторы проведем экспертную оценку и построим матрицу профиля внешней среды. Матрица профиля внешней среды отражена в таблице 3.3.

Каждому из факторов дается следующая оценка [21]: важность для отрасли: 3 – большая, 2 – умеренная, 1 – слабая; влияние на компанию: 3 – сильное, 2 – умеренное, 1 – слабое, 0 – отсутствие влияния; направленность влияния: +1 – позитивная, –1 – негативная; степень важности: важность для отрасли × влияние на компанию × направленность влияния.

Таблица 3.3 – Матрица профиля внешней среды

Фактор среды	Важность для отрасли	Влияние на компанию	Направленность влияния	Степень важности
изменение структуры доходов и расходов населения	2	3	–1	–6
качество жизни населения и ее численность	3	2	–1	–6
экологический фактор	1	1	–1	–1
тенденции в области НИОКР	3	3	+1	+9
влияние Интернет–ресурсов на имидж компании	2	3	+1	+6
введение инновационных современных технологий	2	2	+1	+4
государственная технологическая политика	3	2	+1	+6
платежеспособный спрос главных потребителей услуг	3	3	+1	+9
наличие конкурентов	3	3	–1	–9
экономическое положение региона	2	2	–1	–4

### Окончание таблицы 3.3

инфляция	3	3	-1	-9
динамика курса валют	2	3	-1	-6
динамика ставки рефинансирования ЦБ РФ	2	3	-1	-6
изменения в законодательстве РФ	3	3	+1	+9
изменения в налоговой политике	3	3	-1	-9
государственное влияние в отрасли	3	3	+1	+9
государственное регулирование конкуренции в ИТ – отрасли	3	2	+1	+6

Из таблицы видно, что большинство факторов имеют достаточное влияние для функционирования компании.

При этом максимальный положительный балл (+9) отмечен у четырех факторов, таких как: тенденции в области НИОКР, платежеспособный спрос главных потребителей услуг, изменения в законодательстве РФ и государственное влияние в отрасли.

Что касается отрицательного балла (-9), то он рассматривается как угроза для компании, к нему относится: инфляция, наличие конкурентов, изменения в налоговой политике.

Следующим шагом будет проведение SWOT-анализа компании ООО «Хакасия.ру».

SWOT-анализ представляет собой возможность определить сильные и слабые стороны компании, а также спрогнозировать возможности и угрозы, которые могут появиться из внешней среды [20]. Результаты SWOT-анализа приведены в таблице 3.4.

При проведении SWOT-анализа необходимо учитывать следующие позиции [20]:

- сильные стороны (strengths) – преимущество, лидерство среди конкурентов и уникальность компании;
- слабые стороны (weaknesses) – недостатки компании;

– возможности (opportunities) – влияние внешней среды на создание преимуществ компании на рынке;

– угрозы (threats) – влияние внешних факторов, которые могут негативно сказаться на положении компании.

Таблица 3.4 – SWOT–анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
опытное управление	возможность превышения фактических расходов над запланированными
сплоченный коллектив	
высококвалифицированные специалисты	
постоянные клиенты	наличие ненадежных клиентов
современные (инновационные) технологии	
многолетний опыт работы	недостаточное финансирование проектов
хорошие деловые связи с поставщиками	
удобное месторасположение компании	
Возможности	Угрозы
привлечение выгодных потребителей	появление конкурентов
признанный лидер рынка	изменение потребностей конкурентов
возможности расширения ассортимента продукции	рост уровня инфляции
контроль над конкурентами	экономический спад
возможность получения кредита	законодательное регулирование
выход на новый рынок	

Проведенный SWOT–анализ позволил выявить существующие возможности и сильные стороны компании ООО «Хакасия.ру». Были изучены угрозы, которые способны оказать негативное влияние на деятельность компании.

Среди сильных и слабых сторон компании отмечено сбалансированное состояние, также как и для возможностей и угроз. Тем самым можно сделать вывод, что компания ведет свою деятельность в стабильных условиях.

Для того чтобы получить дополнительные конкурентные преимущества целесообразно провести мероприятия для расширения рынка сбыта и выхода на новый рынок.

В настоящее время на территории Республика Хакасия существует достаточное количество компаний, предоставляющих ИТ–услуги по автоматизации бизнеса, продаже контрольно–кассового и иного оборудования.

При этом компании, которые имеют статус авторизованного сервисного центра, что дает право на осуществление гарантийного обслуживания, всего лишь пять, в том числе и ООО «Хакасия.ру».

Тем самым, можно сделать вывод, что у ООО «Хакасия.ру» четыре основных конкурента. Рассмотрим их более подробно в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Характеристика основных конкурентов ООО«Хакасия.ру»

Наименование	Сильные стороны
ООО «Киасофт» (ул. Ивана Ярыгина, 34)	Компания на рынке с 2004г. Имеет профессиональную команду специалистов по продаже, сопровождению и внедрению широкого спектра программного обеспечения и оборудования. Официальный партнер большого числа фирм, необходимых для предоставления услуг по автоматизации бизнеса. Направления деятельности компании включают в себя комплексную автоматизацию предприятий бюджетной сферы, розничной и оптовой торговли, производства, поставку и сопровождение широкого спектра программного обеспечения, торгового оборудования и компьютерной техники, систем видео наблюдения, выдачу электронных подписей, монтаж компьютерных сетей [22].
ООО «ККМ–Сервис» (ул. Кирова, 97)	Компания на рынке с 1995г. Осуществляет гарантийный и постгарантийный ремонт торгового оборудования, онлайн касс, весового оборудования. Предлагает комплексные решения по оснащению предприятий торговли системами видеонаблюдения и противокражного оборудования, комплекс услуг по автоматизации деятельности предприятия: оптовой и розничной [23].
ООО «Бизнес Форум» (г. Абакан, ул. Крылова 68А, оф.14Н г. Саяногорск, Советский мкр. 2)	Компания на рынке с 1995г. Основными направлениями деятельности компании являются: комплексная автоматизация предприятий различных сфер деятельности, оказание бухгалтерских услуг, поставка и обслуживание программных продуктов 1С–дистрибуция деловых программных продуктов зарубежных и отечественных производителей, таких как Microsoft, Лаборатория Касперского, АВВУУ, ЛИК и др. поставка и обслуживание контрольно–кассовой техники, обучение работе с программными продуктами 1С. Имеет статусы: «1С: Франчайзи», Официальный партнер «Microsoft», «1С:Центр сетевой компетенции», Учебный 1С: Центр сертифицированного обучения [24].
ООО «ЧЕК» (ул. Промышленная, 31)	Компания на рынке с 2003г. Современный центр, специализирующийся на техническом обслуживании кассового оборудования. Оказывает помощь в гарантийном, сервисном и другом обслуживании кассового оборудования, в установке и настройке, наладке и подключении аппаратов на любом рабочем месте. Является официальным партнером Атол. В продаже имеются расходные материалы с торгового оборудования, программное обеспечение, весовое оборудование, оборудование для штрихкодирования [25].

Для оценки конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру» используем метод субъективных экспертных оценок. Анализ конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру» приведен в таблице 3.6.



Оценка показателей конкуренции проводится по пятибалльной шкале [26]:

- очень сильное проявление – 5 баллов;
- сильное – 4 балла;
- среднее – 3 балла;
- слабое – 2 балла;
- очень слабое проявление – 1 балл.

Таблица 3.6 – Анализ конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру»

Степень значимости	Показатель	Оценка в баллах *				
		ООО «Хакасия.ру»	ООО «Киасофт»	ООО «ККМ–Сервис»	ООО «Бизнес Форум»	ООО «ЧЕК»
0,2	Широта и глубина ассортимента	4	5	3	4	4
0,2	Качество услуг	5	5	4	4	5
0,2	Уровень цен	3	4	3	3	4
0,2	Маркетинговые мероприятия	5	5	3	4	3
0,2	Доля на рынке	5	5	4	4	4
0,1	Местоположение	5	5	4	5	5
1	Итого	27	29	21	24	25

Далее необходимо провести взвешенную оценку конкурентоспособности. Для этого необходимо Степень значимости поочередно умножить на показатель для каждой компании.

Взвешенная оценка конкурентоспособности приведена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Взвешенная оценка конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру»

Степень значимости	Показатель	Оценка в баллах *				
		ООО «Хакасия.ру»	ООО «Киасофт»	ООО «ККМ–Сервис»	ООО «Бизнес Форум»	ООО «ЧЕК»
0,2	Широта и глубина ассортимента	0,8	1	0,6	0,8	0,8
0,2	Качество услуг	1	1	0,8	0,8	1
0,2	Уровень цен	0,6	0,8	0,6	0,6	0,8
0,2	Маркетинговые мероприятия	1	1	0,6	0,8	0,6
0,2	Доля на рынке	1	1	0,8	0,8	0,8
0,1	Местоположение	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5
1	Итого	4,9	5,3	3,8	4,3	4,5

На основании полученных данных построим многоугольник конкурентоспособности, который представлен на рисунке 3.10.

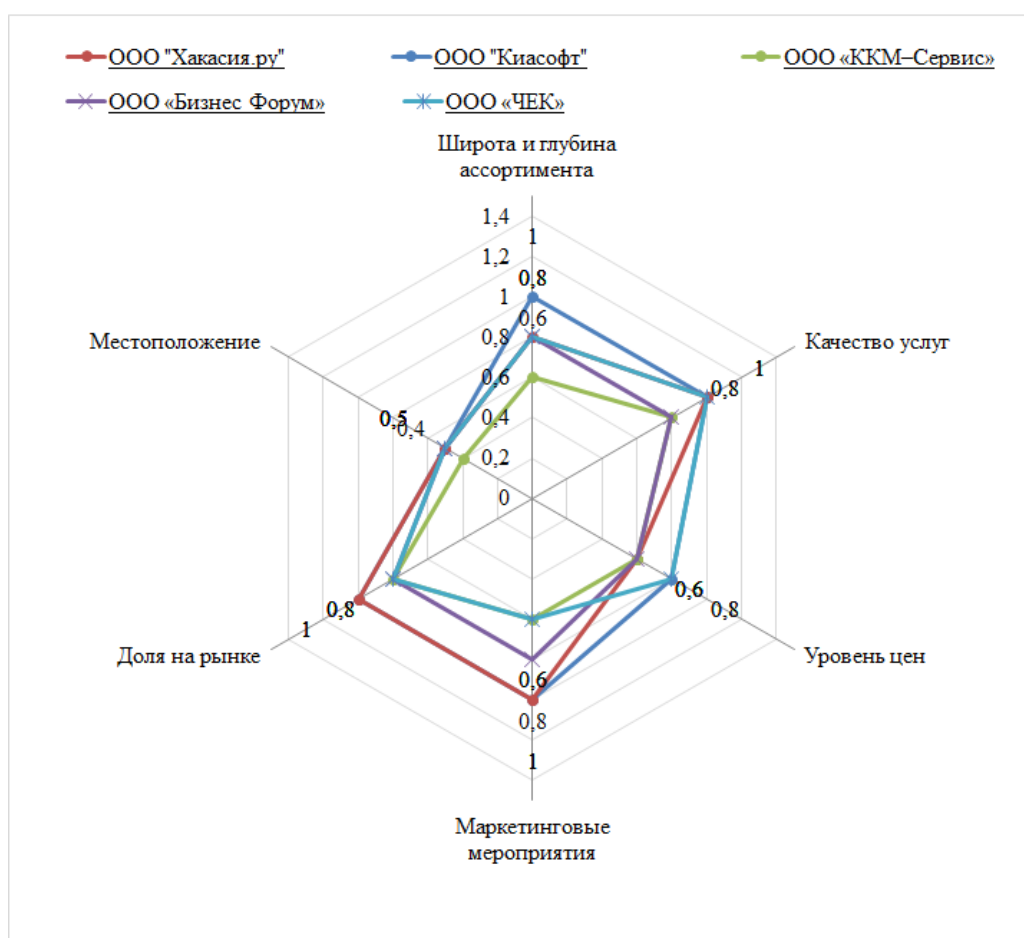


Рисунок 3.10 – Карта конкурентоспособности ООО « Хакасия.ру»

Проведя анализ конкурентов, можно сделать вывод, что ООО «Хакасия.ру» уступает только одной компании ООО «Киасофт». Данный фактор обусловлен тем, что ООО «Киасофт» помимо комплексной автоматизации предприятий оказывает услуги видеонаблюдения и системы контроля доступа.

Однако ООО «Хакасия.ру» опережает ООО «ККМ–Сервис» по широте и качеству предлагаемых услуг, маркетинговых мероприятий и местоположению.

ООО «Хакасия.ру» опережает ООО «Бизнес Форум» по качеству услуг и маркетинговых мероприятий, а ООО «Чек» по маркетинговым мероприятиям.

Основным конкурентам исследуемой компании в данной отрасли является ООО «Киасофт».

ООО «Хакасия.ру» отстает от основного конкурента только по широте и глубине ассортимента.

Для устранения проблемы в целях повышения конкурентоспособности необходимо реализовать следующие мероприятия:

- расширение ассортимента услуг;
- внедрение системы скидок и бонусов.

Исходя из предыдущего раздела данной работы был сделан вывод о необходимости расширения рынка сбыта сервисного центра ООО «Хакасия.ру» на территории Республика Тыва. Тем самым целесообразно провести анализ конкурентов в этом регионе. В состав региона Республика Тыва входит пять городов и 17 районов, столицей является г. Кызыл. Сводка городов Республики Тыва представлена в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Крупнейшие города Республики Тыва

Название	Население, чел.
Кызыл	117 904
Ак–Довурак	13 580
Шагонар	10 995
Чадан	9139
Туран	4879
пгт. Каа–Хем	18 277

На данный момент на территории Республики Тыва нет авторизованных сервисных центров, предоставляющих услуги для ведения деятельности согласно 54–ФЗ, а именно выполнения гарантийного и постгарантийного обслуживания контрольно–кассового оборудования.

В г. Кызыл функционирует три компании, предоставляющие услуги по продаже контрольно–кассовой технике и расходных материалов, а именно:

- ООО «Технический центр ЭКР»;
- ООО «РЦТО»;
- ООО «Лидер Б».

В таблице 3.9 отражена характеристика конкурентов на территории Республики Тыва.

Таблица 3.9 – Характеристика конкурентов на территории Республики Тыва

Наименование	Сильные стороны
ООО «Технический центр ЭКР» (г. Кызыл, ул. Каменистая, д. 17)	Компания на рынке с 2002г. Имеет команду сотрудников по продаже программного обеспечения и оборудования. Основной вид деятельности связан с использованием вычислительной техники и информационных технологий. Помимо этого ведет оптовую торговлю производственным электрическим и электронным оборудованием, машинами, приборами, оборудованием общепромышленного и специального назначения [27].
ООО «РЦТО» (г. Кызыл, ул. Ленина, дом 46/1)	Компания на рынке с 2017г. Основным видом деятельности является ремонт компьютеров и периферийного компьютерного оборудования. Также осуществляет розничную торговлю непродовольственными товарами, не включенными в другие группировки, в специализированных магазинах, а также предоставляет услуги по размещению информации [28].
ООО «Лидер Б» (г. Кызыл, ул. Тувинских Добровольцев, д.3, эт. 2, офис № 6)	Компания на рынке с 2019г. Основная деятельность связана с использованием вычислительной техники и информационных технологий. В качестве дополнительной деятельности выступает оптовая торговля производственным электротехническим оборудованием, машинами, аппаратурой и материалами. Также компания предоставляет услуги по продаже штемпельной продукции, изготовлению печатей и штампов [29].

Проведя анализ конкурентов на территории Республики Тыва можно сделать вывод, что данные компании хоть и предоставляют услуги, связанные с информационными технологиями и продажей контрольно–кассового

оборудования, они всего лишь являются посредниками между поставщиками и клиентами в вопросе 54–ФЗ.

Эти компании не являются аккредитованными центрами, тем самым не имеют право оказывать гарантийное и постгарантийное обслуживание кассовых аппаратов. Также без аккредитации невозможно компетентно обучить сотрудников со всеми тонкостями работы по ремонту онлайн–касс. Тем самым данные компании не смогут даже в телефонном режиме помочь клиенту, если тот обратиться с поломкой.

После проведения STEP и SWOT – анализов, изучения всех характеристик конкурентов ООО «Хакасия.ру» можно сделать вывод, что необходимость расширения рынка сбыта сервисного центра на территории Республика Тыва не только целесообразна, но и необходима.

Для компании выход на новый рынок повысит конкурентоспособность, при этом ООО «Хакасия.ру» станет первым авторизованным сервисным центром в Республике Тыва, который сможет оказать как гарантийный, так и постгарантийный ремонт контрольно–кассовой техники, заключать договора с клиентами на обслуживание торговых точек, вести розничную торговлю кассового оборудования и комплектующих.

В качестве населенного пункта для открытия филиала оптимально выбрать г. Кызыл, так как он является административным центром, а также имеет наибольшую численность населения.

### **3.3 Расчет основных экономических показателей реализации проекта**

Сущность проекта по расширению рынка сбыта ООО «Хакасия.ру» заключается в открытии филиала на территории Республики Тыва в г. Кызыл.

Филиал – обособленное подразделение юридического лица, расположенное вне места нахождения юридического лица и осуществляющее все его функции или их часть, в том числе функции представительства [30].

Формат филиала подразумевает отдельное помещение (офис) с тремя рабочими отделами. В первом отделе будет сосредоточена работа с клиентами: оформление заявок на ремонт, подписание документов, прием звонков, выдача готового оборудования и т.д.

Во втором отделе будут проводиться все работы связанные с контрольно-кассовым оборудованием: осмотр, ремонт, настройка и т.д.

В третьем отделе необходимо оборудовать склад, для хранения офисной оргтехники, расходных материалов, комплектующих и запасных частей, необходимых для выполнения ремонтных работ кассовой техники.

В помещении необходимо выделить кухонную зону для обеденного перерыва сотрудников. Также должна быть гардеробная и уборная комната, оборудованная санузлом. Согласно СанПиН №983–72 допускается организация общей уборной в том случае, если в одну смену работает не более 15 человек [31].

Филиал компании будет обеспечен аттестованными и профессиональными специалистами, а также необходимым оборудованием, которое позволит не только качественно осуществлять ремонтные работы контрольно-кассовой техники, но и максимально в короткие сроки выдавать клиенту уже готовое оборудование.

ООО «Хакасия.ру» располагает транспортным средством для ежемесячной доставки из главного офиса, расположенного в г. Абакан, необходимых канцтоваров, комплектующих и необходимых запасных частей для проведения ремонтных работ кассового оборудования.

Проведя анализ финансово-хозяйственной деятельности компании ООО «Хакасия.ру» была определена величина чистой прибыли 46 203 млн. руб, что отражает эффективность деятельности компании и позволяет открыть филиал за счет собственных средств.

Для выбора подходящего офисного помещения на территории г. Кызыл был проведен анализ при помощи интернет-сервисов по размещению

объявлений: Avito.ru, Cian.ru и Domofond.ru. При помощи интернет–сервиса Avito.ru было найдено 2 помещения. Результат приведен на рисунке 3.11.

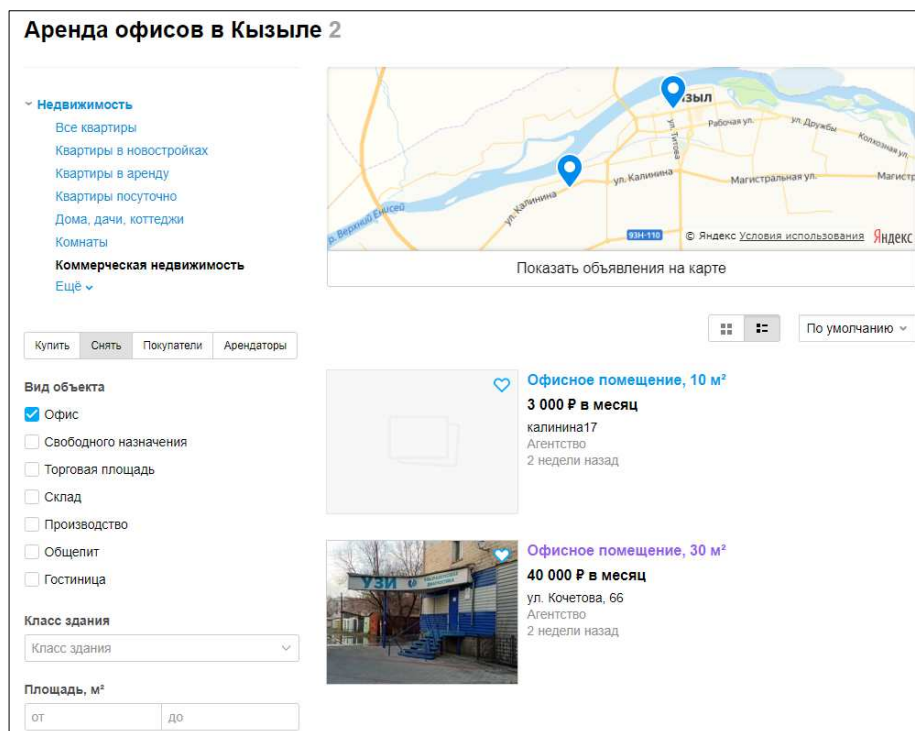


Рисунок 3.11 – Поиск через интернет–сервис Avito.ru

В интернет–сервисе Cian.ru объявлений об аренде офисных помещений найдено не было.

При помощи интернет–сервиса Domofond.ru было найдено 3 помещения, при этом два из них также размещены на Avito.ru. Результат приведен на рисунке 3.12.

**Аренда офисов — Тыва**  
3 предложения

Сохранить мой поиск Показывать на карте Сортировка

**10 000 Р**  
Залог: Без залога  
**Офис, 20 м<sup>2</sup>**

Республика Тыва, Кызылский кокуун, посёлок городского типа Каа-Хем, Шахтёрская улица, 74

Сдаю три Помещения  
1-8.4 кв/м-5000Р  
2-14.9 кв/м-13000Р  
3-20 кв/м-15000Р

В избранное около 2 месяцев назад

**40 000 Р**  
Залог: 40 000 Р  
**Офис, 30 м<sup>2</sup>**

Республика Тыва, Кызыл, улица Кочетова, 66

Офисное помещение в центре города в очень проходимом, удобном и доступном месте. В арендную плату входят все платежи, кроме электричества (3,64 руб. за 1 кВт) и интернета (740 руб. - проведено оптоволокно Ростелеком, тариф 50 Мбит/с). Возможны арендные каникулы в течение 3 месяцев. При заключении договора оплата за первый и последний месяц.

В избранное 17 дней назад

**3 000 Р**  
Залог: Без залога  
**Офис, 10 м<sup>2</sup>**

каляина17

офисные помещения от 10 до 50 м<sup>2</sup>, по цене от 200 до 300 руб. за м<sup>2</sup>.  
арендная плата включает в себя и отопление  
только эл. энергия отдельно по счетчику

В избранное около 1 года назад

Рисунок 3.12 – Поиск через интернет-сервис Domofond.ru

Рассмотрев все объявления, было выбрано офисное помещение общей площадью 30 м<sup>2</sup>, располагающееся по адресу г. Кызыл, ул. Кочетова, д. 66. Стоимость аренды составляет 40 000 руб. в месяц, при этом в арендную плату входят все платежи, кроме электричества – 3,64 руб. за 1 кВт, и интернета – 740 руб., проведено оптоволокно Ростелеком.

Офис имеет отдельный вход с торца здания, предусмотрено помещение с санузлом, обеденная зона с умывальником, установлен кондиционер. Есть возможность сделать небольшую перепланировку, тем самым выделить складское помещение. Офисное помещение представлено на рисунке 3.13.



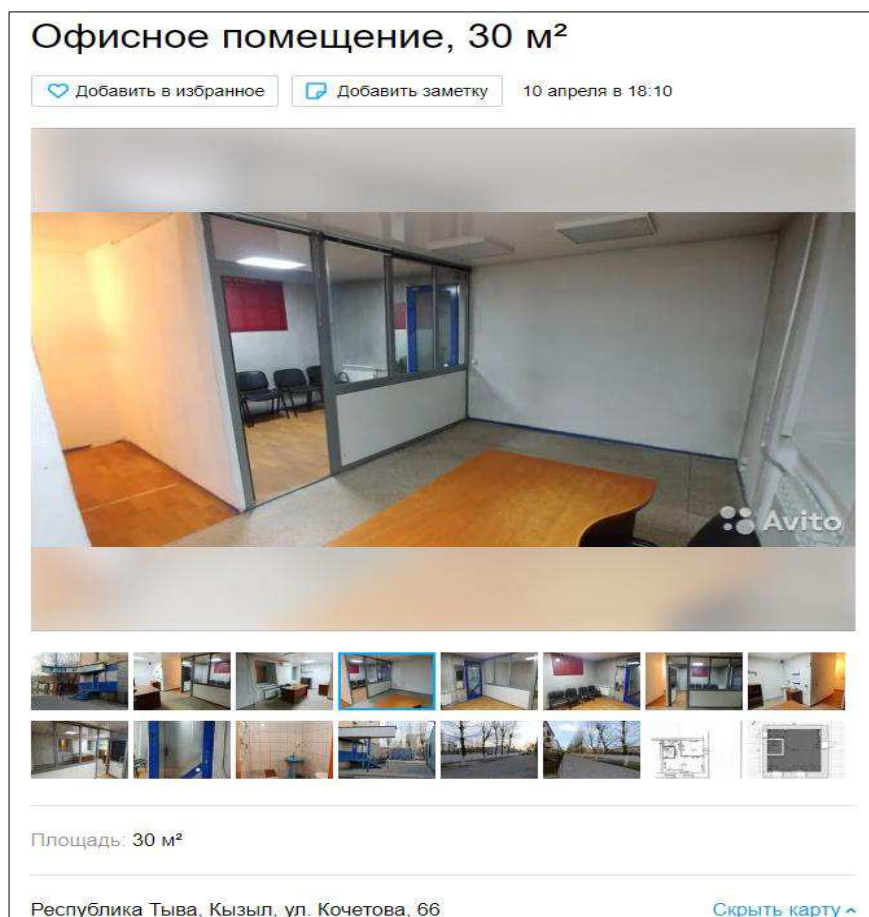


Рисунок 3.13 – Помещение для открытия филиала ООО «Хакасия.ру»

Далее необходимо разработать организационный план, который позволит определить состав сотрудников филиала ООО «Хакасия.ру», их обязанности, а также заработную плату и страховые взносы.

На начальном этапе работы в штат филиала будут входить четыре сотрудника:

- руководитель – контролирует выполнение плана, проведение маркетинговых кампаний, рассматривает предложения и претензии от клиентов, согласовывает заказы комплектующих у поставщиков;

- менеджер по работе с клиентами – ведет рабочую и отчетную документацию по ремонтам, сдает отчеты руководителю по итогам работы, ведет работу с клиентами при обращении, оценивает характер ремонта и передает техническому специалисту, следит за наличием на складе запасных

частей и канцтоваров для офиса, проводит денежные расчеты с клиентами, обеспечивает документооборот корреспонденции;

– технический специалист – обеспечивает своевременный качественный ремонт кассового оборудования, исправное состояние и надлежащую работу офисной техники, проводит плановую/внеплановую замену фискального накопителя, осуществляет техническую поддержку клиентов, устраняет неисправности онлайн–касс на территории клиента;

– уборщик помещения – проводит уборку офисного помещения, будет принят на неполный рабочий день.

В таблице 3.10 наглядно представлена численность и заработная плата сотрудников, также рассчитаны страховые взносы.

Тарифы на оплату страховых взносов [33]:

– пенсионное страхование (ОПС) – 22%;

– медицинское страхование (ОМС) – 5,1%;

– социальное страхование (ОСС) – 2,9%;

– страхование от несчастных случаев на производстве и профзаболеваний – 0,2%.

Таблица 3.10 – Затраты на оплату труда персонала (в месяц)

Должность	Количество	Зарботная плата, руб.	Страховые взносы, руб.
Руководитель	1	25 000	7 550
Менеджер по работе с клиентами	1	20 000	6 040
Технический специалист	1	20 000	6 040
Уборщик помещения	1	8 000	2 416
Итого:	4	73 000	22 046

Из таблицы видно, что затраты на оплату труда составили 73 000 руб., а налоговые отчисления 22 046 руб. В сумме – 95 046 руб.

Далее необходимо обустроить помещение необходимой мебелью, торговым и ремонтным оборудованием, офисной оргтехникой. Так как главный

офис компании на рынке более 20 лет, за это время у него появились постоянные поставщики, которые поставляют офисную мебель и оргтехнику по оптовым ценам. Затраты на обустройство помещения приведены в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Затраты на обустройство помещения

Наименование	Количество, шт.	Цена, руб.	Сумма, руб.
<b>Офисная мебель</b>			
Гумба с выдвижными ящиками	3	2 790	8 370
Стеллаж	1	2 300	2 300
Компьютерный стол	3	3 426	10 278
Стул	5	2 519	12 595
Диван	1	5 420	5 420
Вешалка	1	1 830	1 830
Прочие затраты	1	10 000	10 000
<b>Оргтехника</b>			
Стационарный компьютер (монитор, клавиатура, мышь)	3	29 000	87 000
МФУ	1	8 120	8 120
Телефон	1	1 270	1 270
<b>Гарантийное/постгарантийное обслуживание онлайн-касс</b>			
Комплект оборудования и инструментов для выполнения ремонта	1	27 600	27 600
Итого:	21	94 275	174 783

Итого затраты на обустройство арендуемого помещения 174 783 тыс. руб.

Для того чтобы филиал начал свою полноценную работу и о нем узнали, необходимо провести маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации — представляют собой процесс передачи целевой аудитории информации о продукте. Инструментом маркетинговых коммуникаций может быть что угодно: реклама, личная продажа, прямой маркетинг, спонсорство, общение и связи с общественностью [33].

Так как филиал открывается в соседнем регионе целесообразно применить средства массовой информации не только на территории Республики Хакасия, но и на территории Республики Тыва.

У компании ООО «Хакасия.ру» предусмотрен собственный интернет-сайт, функционирующий достаточное количество времени, но данного источника информации будет недостаточно.

В первую очередь необходимо сделать электронную рассылку писем всем клиентам из Республики Тыва, с информацией об открытии филиала, его адреса и графиком работы.

Также стоит запустить рекламу по телевидению, которая не только проинформирует об открытии филиала, но и позволит привлечь новых клиентов.

Установить баннер, а также запустить обходчика (промоутера) территории для раздачи листовок. Предложенные маркетинговые мероприятия целесообразно применять в течение одного месяца. В дальнейшем отслеживать динамику и возможно применить одно из мероприятий повторно. В таблице 3.12 представлен расчет маркетинговых коммуникаций.

Таблица 3.12 – Расчет маркетинговых коммуникаций

Наименование	Стоимость, руб.	
	Республика Хакасия	Республика Тыва
Электронная рассылка писем	0	0
Реклама по телевидению	7 800	11 320
Аренда наружной рекламы	10 200	12 840
Обходчик территории + листовки	12 000	13 000
Итого:	30 000	37 160

Итого затраты на реализацию маркетинговых мероприятий составили 67 160 тыс. руб.

Далее необходимо провести финансовый анализ. Финансовый план – комплексный документ, в котором прописывается порядок развития и функционирования фирмы в стоимостном выражении [19].

Филиал ООО «Хакасия.ру» предусматривает выполнение как гарантийного, так и не гарантийного ремонта контрольно–кассовой техники, а также услуги технической поддержки и обслуживания. Рассмотрим более подробно предоставляемые услуги филиала и их стоимость, отраженные в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Услуги филиала ООО «Хакасия.ру»

Наименование услуги	Стоимость, тыс. руб.
Автоматизация торговой точки	
Регистрация ККТ с ФН	1 500
Перерегистрация ККТ с заменой ФН (Атол, Штрих, MSPOS)	1 500
Перерегистрация ККТ с заменой ФН (Эвотор)	1 500
Перерегистрация ККТ в связи с заменой реквизитов	1 500
Регистрация ККТ	1500
Замена ФН	1500
Сопровождение и обучение клиента	
Обучение по работе с онлайн–кассой	1500/час
Сопровождение ККТ	1900/год за 1 кассу
Лицензии/прошивки	
Прошивка Атол, Штрих (разовая)	2 000
Прошивка Атол, Штрих (годовая)	2 900
Обновление прошивки Эвотор	1500
Сервисное обслуживание	
Прочие услуги по линии консультации	1500
Гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	0
Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	500
Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	1500
Не гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	1500/час
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	1500/час + 500
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	1500/час + 1500

В том случае, если ремонт кассового оборудования требует замены платной запчасти, к общей цене ремонта прибавляется стоимость необходимой запчасти, которая рассчитывается согласно прайсу от поставщика.

Заказы поставщикам формируется исходя из расчета потребностей в обеспечении запасных частей на складе филиала, чаще всего заказы формируются один раз в месяц. Также заказ поставщику может быть сформирован на основании оформленного заказа покупателя, то есть для конкретного клиента, в том случае, если для ремонта кассы необходимой запчасти нет, и клиент готов ждать поставку.

На начальном этапе для нормальной работы отдела необходимо выполнять минимальный план по каждому разделу услуг. Но здесь стоит обратить внимание и на форс–мажорные обстоятельства, тем самым расчет планируемой выручки может быть неточным. Расчет планируемой выручки филиала ООО «Хакасия.ру» приведен в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Расчет планируемой выручки филиала ООО «Хакасия.ру»

Наименование услуги	Стоимость, тыс. руб.	План на месяц (кол–во клиентов)	Сумма, тыс. руб./мес.
Автоматизация торговой точки			
Перерегистрация ККТ с заменой ФН (Атол, Штрих, MSPOS)	1 500	4	3 000
Перерегистрация ККТ с заменой ФН (Эвотор)	1 500	5	4 500
Перерегистрация ККТ в связи с заменой реквизитов	1 500	2	6 000
Регистрация ККТ	1500	3	3 000
Замена ФН	1500	4	4 500
Сопровождение и обучение клиента			
Обучение по работе с онлайн–кассой	1500/час	2	3 000
Сопровождение ККТ	1900/год за 1 кассу	4	7 600
Лицензии/прошивки			
Прошивка Атол, Штрих (разовая)	2 000	4	8 000
Прошивка Атол, Штрих (годовая)	2 900	3	8 700
Обновление прошивки Эвотор	1500	5	7 500
Сервисное обслуживание			
Прочие услуги по линии консультации	1500	10	15 000
Гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	0	16	0

### Окончание таблицы 3.14

Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	500	11	5 500
Гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	1500	9	13 500
Не гарантийный ремонт оборудования (в офисе)	1500/час	7	10 500
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (в пределах города)	1500/час + 500	10	20 000
Не гарантийный ремонт оборудования на торговой точке клиента (за пределами города)	1500/час + 1500	6	18 000
Итого:			144 300

Итого планируемая выручка от продаж услуг и обслуживания кассового оборудования составит в среднем 144 300 тыс. руб. в месяц в первом неполном году.

Далее необходимо определить размер средств, которые необходимы в первый месяц и год для открытия филиала. Финансовая модель расходов филиала ООО «Хакасия.ру» отражена в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Финансовая модель расходов филиала ООО «Хакасия.ру»

Расходы	Сумма, руб./мес.	Сумма, тыс. руб./год.
Арендная плата	40 000	480 000
Обустройство арендованного помещения	174 783	–
Электроэнергия	2 850	34 200
Интернет	740	8 880
Телефония	520	6 240
Вывоз мусора (тариф 570,24)	570,24	6 842,88
Охранное предприятие с выводом на ПЦО, система охранно–пожарной сигнализации	6 240	74 880
Проведение маркетинговых мероприятий	67 160	–
ГСМ	3000	36 000
Заработная плата сотрудникам	73 000	876 000
Страховые взносы за сотрудников	22 046	264 552
Итого:	390 909	1 780 752

Источниками финансирования проекта являются собственные средства компании ООО «Хакасия.ру» в размере 450 000 тыс. руб.

Далее необходимо рассчитать чистую прибыль за последующие месяцы с момента открытия филиала. Расчеты произведены на основании выполнения минимального плана на месяц по каждому разделу услуг филиала, тем самым процент прироста выручки за каждый прогнозный месяц составит 101%, полученные данные представлены в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Прогнозируемая прибыль

Наименование	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.
Выручка, тыс. руб.	144 300	290 043	292 943	298 772	310 489	334 039	381 375
Расходы на арендную плату, тыс. руб.	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Обустройство арендованного помещения, тыс. руб.	174 783	–	–	–	–	–	–
Коммерческие расходы, тыс. руб.	81 080	13 920	13 920	13 920	13 920	13 920	13 920
Расходы на закупку товаров, тыс. руб.	15 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Расходы на заработную плату сотрудникам, тыс. руб.	–	73 000	73 000	73 000	73 000	73 000	73 000
Расходы на страховые взносы за сотрудников, тыс. руб.	–	22 046	22 046	22 046	22 046	22 046	22 046
Прибыль от продаж, тыс. руб.	–166 563	121 077	123 977	129 806	141 523	165 073	212 409
Налог (УСН «Доходы»), тыс. руб.	–	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Чистая прибыль, тыс. руб.	–	113 812	116 538	122 017	133 031	155 168	199 664

Из таблицы видно, что филиал ООО «Хакасия.ру» начнет получать чистую прибыль со второго месяца работы.



Помимо этого необходимо определить срок окупаемости данного проекта. Под сроком окупаемости понимается тот временной отрезок, за который сумма вложенных денежных средств станет равной сумме полученного дохода.

Срок окупаемости проекта можно вычислить при помощи формулы 3.1.

$$CO = \frac{I}{СП}, \quad (3.1)$$

где:

CO – срок окупаемости (лет),

I – сумма первоначальных инвестиций (руб.),

СП – сумма среднемесячной прибыли (руб.).

Сумма первоначальных инвестиций составляет 450 000 тыс. руб.

Проведем расчет среднемесячной прибыли:

$$\frac{113\,812 + 116\,538 + 122\,017 + 133\,031 + 155\,168 + 199\,664}{6} = \frac{840\,230}{6} = 140\,038$$

Среднемесячная прибыль составляет 140 038 тыс. руб.

Проведем расчет срока окупаемости проекта:

$$\frac{450\,000}{140\,038} = 3,2$$

Срок окупаемости проекта составит 3,2 месяца и принесет прибыль уже в первом году работы филиала ООО «Хакасия.ру» на территории Республика Тыва, в г. Кызыл.

Проведя расчет основных экономических показателей реализации проекта можно сделать вывод о том, что предлагаемый проект эффективен и будет приносить прибыль компании.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для любого предприятия требуется свой рынок сбыта, где будет популярен именно его продукт, а также присутствовать возможность потенциального роста. Сформировать прибыльный бизнес без него просто невозможно.

Для расширения рынка сбыта применяются различные мероприятия, направленные на поиск и привлечение новых клиентов, разрабатываются новые способы для продвижения товарной продукции, а также ведется борьба с конкурентами.

Что касается рынка услуг, то он представляет собой лишь разновидность товарного рынка, который развивается и подчиняется тем же общим законам рыночной экономики.

Однако у рынка услуг существуют специфические особенности, которые обуславливают определенные подходы в вопросах работы предпринимательского и маркетингового вида деятельности. Такие подходы направлены на обеспечение удовлетворения спроса услуги.

В данной выпускной квалификационной работе рассмотрена деятельность компании Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру». Компания основана в 2000 году и на сегодняшний день занимает лидирующую позицию по Хакасии и Югу Красноярского края по количеству специалистов, аттестованных фирмой «1С».

Был выполнен анализ финансово–хозяйственной деятельности компании ООО «Хакасия.ру» за 2017–2018 года.

На основании проведенного анализа был сделан вывод об увеличении всех показателей характеризующие финансовый результат деятельности компании, чистая прибыль в 2018 году составила 46 203 тыс. руб., изменение объема продаж составило 8 757 тыс. руб., темп прироста составил 23,39%. Деятельность компании прибыльная, поскольку доходы превышают расходы.

Проведенный анализ конкурентной среды ООО «Хакасия.ру» позволил выявить существующие возможности и сильные стороны компании, такие как опытное управление, сплоченный коллектив, высококвалифицированные специалисты и наличие постоянных клиентов. Среди сильных и слабых сторон компании отмечено сбалансированное состояние, также как и для возможностей и угроз. Тем самым можно сделать вывод, что компания ведет свою деятельность в стабильных условиях.

На территории Республики Хакасия среди действующих ИТ-компаний ООО «Хакасия.ру» уступает только одной компании ООО «Киасофт». Данный фактор обусловлен тем, что ООО «Киасофт» помимо комплексной автоматизации предприятий оказывает услуги видеонаблюдения и системы контроля доступа.

Изучив динамику предлагаемых услуг, а также проведя взвешенную оценку конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру», выявлена необходимость в расширении рынка сбыта услуг. Для реализации данного плана было предложено мероприятие по открытию филиала на территории Республики Тыва в г. Кызыл.

Оптимизация рекламной деятельности осуществляется за счет электронной рассылки писем при помощи действующей клиентской базы, использования рекламы по телевидению, аренды наружной рекламы и обходчика территории.

Проведя расчет основных экономических показателей, была установлена необходимая сумма для реализации предложенного мероприятия в размере 450 000 тыс. руб. Источниками финансирования проекта являются собственные средства компании ООО «Хакасия.ру».

Срок окупаемости проекта по расширению рынка сбыта составит 3,2 месяца и принесет прибыль уже в первом году работы филиала.

## СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ

1. АСЦ – авторизованный сервисный центр
2. ДС – денежные средства
3. ЕГАИС – Единая государственная автоматизированная информационная система
4. Закон 54–ФЗ – Федеральный закон «О применении контрольно–кассовой техники при осуществлении расчетов в Российской Федерации»
5. ИТ–услуга – информационно–технологическая услуга
6. ККТ – контрольно–кассовая техника
7. МРОТ – минимальный размер месячной оплаты труда
8. НИОКР – научно–исследовательские и опытно–конструкторские работы
9. ПЦО – пульт централизованной охраны
10. СанПиН – санитарные (санитарно–эпидемиологические) правила
11. СОС – собственные оборотные средства
12. ФН – фискальный накопитель
13. ЦТО – центр технического осмотра
14. MSPOS–К – мобильная онлайн–касса на базе планшета

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Коммерческая работа по сбыту продукции. – Текст: электронный // Студопедия: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studopedia.ru/3\\_109020\\_kommercheskaya-rabota-po-sbitu-produktsii.html](https://studopedia.ru/3_109020_kommercheskaya-rabota-po-sbitu-produktsii.html) (дата обращения 25.04.2020).

2. Экономика и управление в сфере услуг. – Текст: электронный // ИНТУИТ: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.intuit.ru/studies/courses/3512/754/lecture/15280?page=3> (дата обращения 25.04.2020).

3. Стратегии на рынке продавца и рынке покупателя – Текст: электронный // Studbooks: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studbooks.net/1519402/marketing/rynok\\_prodavtsa\\_rynok\\_pokupatelya](https://studbooks.net/1519402/marketing/rynok_prodavtsa_rynok_pokupatelya) (дата обращения 30.04.2020).

4. Жизненный цикл товара – Текст: электронный // Ereport: общедоступная библиотечная система. – URL <http://www.ereport.ru/articles/market/mktng02.htm> (дата обращения 30.04.2020).

5. Понятие и методы сбыта товаров – Текст: электронный // Studme: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studme.org/45348/marketing/ponyatie\\_metody\\_sbyta\\_tovarov](https://studme.org/45348/marketing/ponyatie_metody_sbyta_tovarov) (дата обращения 30.04.2020).

6. Классификация услуг – Текст: электронный // Дом книг общедоступная библиотечная система. – URL [https://dom-knig.com/read\\_159724-4](https://dom-knig.com/read_159724-4)

7. Новый порядок применения контрольно–кассовой техники – Текст: электронный // Федеральная налоговая служба: официальный сайт. – 2018. – URL [https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference\\_work/newkkt/](https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/newkkt/) (дата обращения 30.04.2020).

8. Требования к контрольно–кассовой технике – Текст: электронный // КонсультантПлюс: общедоступная библиотечная система. – URL

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42359/956f23eaadfadcd2c9ed13c6e8b5dd7bbd0ffad9/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42359/956f23eaadfadcd2c9ed13c6e8b5dd7bbd0ffad9/) (дата обращения 30.04.2020).

9. Классификация и характеристика услуг – Текст: электронный // Studbooks: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studbooks.net/23667/menedzhment/klassifikatsiya\\_obschaya\\_harakteristika\\_uslug](https://studbooks.net/23667/menedzhment/klassifikatsiya_obschaya_harakteristika_uslug) (дата обращения 01.05.2020).

10. Аккредитации ЦТО контрольно–кассовой техники – Текст: электронный // РАПКaT Российская ассоциация кассовой техники: официальный сайт. – 2018. – URL [http://www.rapkat.ru/category/pravila\\_akkreditacii\\_cto/](http://www.rapkat.ru/category/pravila_akkreditacii_cto/) (дата обращения 01.05.2020).

11. Системы налогообложения России – Текст: электронный // Малый бизнес: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.malyi-biznes.ru/sistemy/> (дата обращения 03.05.2020).

12. Продвижение товара и услуг – Текст: электронный // Справочник: общедоступный научный словарь. – URL [https://spravochnick.ru/marketing/prodvizhenie\\_produkcii\\_marketingovye\\_kommunikacii/prodvizhenie\\_tovara\\_i\\_uslug/](https://spravochnick.ru/marketing/prodvizhenie_produkcii_marketingovye_kommunikacii/prodvizhenie_tovara_i_uslug/) (дата обращения 03.05.2020).

13. Каналы сбыта – Текст: электронный // Энциклопедия Нестеровых: общедоступная библиотечная система. – URL [http://odiplom.ru/lab/kanaly\\_sbyta.html](http://odiplom.ru/lab/kanaly_sbyta.html) (дата обращения 04.05.2020).

14. Сбытовая политика в маркетинге – Текст: электронный // Клерк: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.klerk.ru/boss/articles/377819/> (дата обращения 04.05.2020).

15. Виды посредников – Текст: электронный // Энциклопедия маркетинга: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.marketing.spb.ru/read/m13/5.htm> (дата обращения 04.05.2020).

16. Сбыт и реализация как объект управления – Текст: электронный // ИНТУИТ: общедоступная библиотечная система. – URL

<https://www.intuit.ru/studies/courses/639/495/lecture/11228> (дата обращения 04.05.2020).

17. Повышение качества продукции – Текст: электронный // Studwood: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studwood.ru/2071935/menedzhment/povyshenie\\_kachestva\\_produktsii](https://studwood.ru/2071935/menedzhment/povyshenie_kachestva_produktsii) (дата обращения 05.05.2020).

18. Типы организационных структур управления – Текст: электронный // Studopedia: общедоступная библиотечная система. – URL [https://studopedia.ru/11\\_30229\\_tipi-organizatsionnih-struktur-upravleniya.html](https://studopedia.ru/11_30229_tipi-organizatsionnih-struktur-upravleniya.html) (дата обращения 05.05.2020).

19. «Золотое» правило экономики предприятия – Текст: электронный // Азбука трейдера: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.azbukatreidera.ru/zolotoe-pravilo-ehkonomiki.html> (дата обращения 05.05.2020).

20. Методики SWOT– и STEP–анализа – Текст: электронный // Allbest: общедоступная библиотечная система. – URL [https://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a2ac78b4d43a89421206c36\\_0.html](https://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65635a2ac78b4d43a89421206c36_0.html) (дата обращения 07.05.2020).

21. Матрица возможностей по товарам и рынкам – Текст: электронный // ИНТУИТ: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.intuit.ru/studies/courses/3561/803/lecture/30588?page=2> (дата обращения 07.05.2020).

22. ООО «Киасофт» – Текст: электронный // КИАСОФТ Центр автоматизации бизнеса: официальный сайт. – 2020. – URL <https://www.kiasoft.ru> (дата обращения 08.05.2020).

23. ООО «ККМ–Сервис» – Текст: электронный // ККМ–Сервис: официальный сайт. – 2020. – URL <https://www.kkms.ru/> (дата обращения 08.05.2020).

24. ООО «Бизнес Форум» – Текст: электронный // Бизнес Форум: официальный сайт. – 2020. – URL <http://www.bf19.ru/> (дата обращения 08.05.2020).

25. ООО «ЧЕК» – Текст: электронный // ЧЕК: официальный сайт. – 2020. – URL <https://kkm19.ru/> (дата обращения 08.05.2020).

26. Анализ конкурентоспособности предприятия – Текст: электронный // СтудИмба: общедоступная библиотечная система. – URL <https://studizba.com/files/show/doc/71621-2-180555.html> (дата обращения 11.05.2020).

27. ООО «Технический центр ЭКР» – Текст: электронный // Rusprofile: общедоступный независимый источник информации о российских организациях. – 2020. – URL <https://www.rusprofile.ru/id/1450062> (дата обращения 11.05.2020).

28. ООО «РЦТО» – Текст: электронный // Rusprofile: общедоступный независимый источник информации о российских организациях. – 2020. – URL <https://www.rusprofile.ru/id/11278338> (дата обращения 11.05.2020).

29. ООО «Лидер Б» – Текст: электронный // Rusprofile: общедоступный независимый источник информации о российских организациях. – 2020. – URL <https://www.rusprofile.ru/id/11767720> (дата обращения 16.05.2020).

30. Обособленные подразделения – Текст: электронный // Клерк: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.klerk.ru/buh/articles/183663/> (дата обращения 16.05.2020).

31. Санитарные правила устройства – Текст: электронный // КонсультантПлюс: общедоступная библиотечная система. – URL [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_102736/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_102736/) (дата обращения 16.05.2020).

32. Страховые взносы за работников в 2020 году – Текст: электронный // Малый бизнес: общедоступная библиотечная система. – URL <https://www.malyi-biznes.ru/nalogi-za-rabotnikov/vnosy/> (дата обращения 20.05.2020).



33. Эффективные способы взаимодействия с клиентом – Текст: электронный // Блог компании Calltouch: официальный сайт. – 2020. – URL <https://blog.calltouch.ru/marketingovye-kommunikatsii-kanaly-sredstva-tseli-i-zadachi-kommunikatsij-v-marketinge> (дата обращения 20.05.2020).

34. Организация управленческого учета на производственных предприятиях – Текст: электронный // Корпоративный менеджмент: общедоступная библиотечная система. – URL [https://www.cfin.ru/press/afa/2000-3/21\\_ker.sht](https://www.cfin.ru/press/afa/2000-3/21_ker.sht) (дата обращения 21.05.2020).

35. Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами – Текст: электронный // Studfiles: общедоступная библиотечная система. – URL <https://studfiles.net/preview/7023838/page:47/> (дата обращения 24.05.2020).

36. Оценка планов материально-технического снабжения – Текст: электронный // Economical Portal: общедоступная библиотечная система. – URL <https://economicportal.ru/discipline/analysis/an8.html> (дата обращения 29.05.2020).

37. Рекомендации по повышению финансовых результатов предприятия – Текст: электронный // Refleader: общедоступная библиотечная система. – URL <http://refleader.ru/jgeotrattyatyujg.html> (дата обращения 31.05.2020).

38. Устав ООО «Хакасия.ру» (Новая редакция), утвержден в 2016 г.

39. ООО «Хакасия.ру» – Текст: электронный // Хакасия.ру: официальный сайт. – 2020. – URL <https://www.khakasia.ru/> (дата обращения 01.06.2020).

40. **Григоренко, О.В.** Учет, анализ и диагностика деятельности предприятия / О.В. Григоренко, Т.Ю. Гавриленко, Е.К. Ткаченко. – Москва: Русайнс, 2018. – 636 с. – Текст: электронный // ЭБС Русайнс [сайт]. – URL: <https://ru-science.com/ru> (дата обращения: 02.06.2020).

41. **Баринов, В.А.** Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. – М.: Форум, 2018. – 144 с. – Текст: непосредственный.

42. **Еремеева, Н.В.** Планирование и анализ бизнес-процессов на основе построения моделей управления конкурентоспособности продукции: Учебное пособие / Н.В. Еремеева. – М.: Русайнс, 2018. – 16 с. – Текст: непосредственный.

# ПРИЛОЖЕНИЕ А Форма № 0710001 «Бухгалтерский баланс»



ИНН 1 9 0 1 0 7 4 1 7 6 - -  
 КПП 1 9 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 3

Форма по ОКУД 0710001

## Бухгалтерский баланс

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя	Код строки	На отчетную дату отчетного периода	На 31 декабря предыдущего года	На 31 декабря года, предшествующего предыдущему
1	2	3	4	5	6
<b>АКТИВ</b>					
-	Материальные внеоборотные активы <sup>2</sup>	1150	0	15	-
-	Нематериальные финансовые и другие внеоборотные активы <sup>3</sup>	1120	0	-	-
-	Запасы	1210	629	481	467
-	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	3697	1017	2842
-	Финансовые и другие оборотные активы <sup>4</sup>	1230	10450	11618	9012
-	<b>БАЛАНС</b>	<b>1600</b>	<b>14776</b>	<b>13131</b>	<b>12321</b>
<b>ПАССИВ</b>					
-	Капитал и резервы <sup>5</sup>	1370	10752	9372	8279
-	Целевые средства	-	-	-	-
-	Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества и иные целевые фонды	-	-	-	-
-	Долгосрочные заемные средства	1410	0	-	220
-	Другие долгосрочные обязательства	1420	0	-	-
-	Краткосрочные заемные средства	1510	0	-	-
-	Кредиторская задолженность	1520	4024	3759	3822
-	Другие краткосрочные обязательства	1540	0	-	-
-	<b>БАЛАНС</b>	<b>1700</b>	<b>14776</b>	<b>13131</b>	<b>12321</b>

# ПРИЛОЖЕНИЕ Б Форма № 0710002 «Отчет о прибылях и убытках»



ИНН 1 9 0 1 0 7 4 1 7 6 - -  
 КПП 1 9 0 1 0 1 0 0 1 Стр. 0 0 4

Форма по ОКУД 0710002

## Отчет о финансовых результатах

Пояснения <sup>1</sup>	Наименование показателя	Код строки	За отчетный год	За предыдущий год
1	2	3	4	5
-	Выручка <sup>6</sup>	2110	46203	37446
-	Расходы по обычной деятельности <sup>7</sup>	2120	(43211)	(35320)
-	Проценты к уплате	2330	(0)	(-)
-	Прочие доходы	2340	232	19
-	Прочие расходы	2350	(477)	(162)
-	Налоги на прибыль (доходы) <sup>8</sup>	2410	(1420)	(1109)
-	<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	<b>2400</b>	<b>1327</b>	<b>874</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ В Иллюстративный материал (слайды)

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

### **БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА** **на тему:** **«Расширение рынка сбыта на примере** **ООО «Хакасия.ру»**

Выполнил: студент группы 3-75М  
Подорожная И.Д.  
Научный руководитель: заведующая  
кафедрой «ЭиМ», к.э.н., доцент  
Коняхина Т.Б.

Абакан, 2020

### **Актуальность темы** **исследования**



Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что любое современное предприятие сталкивается с вопросами сбыта своих услуг или продукции, а также процесса их оптимизации.

Создание мероприятий для расширения рынка сбыта, считается одним из главных составляющих организации сбыта услуг, при этом формируется конкурентоспособное преимущество одного предприятия перед другими, усиливаются позиции на рынке.



## Объект и предмет исследования

Объектом выпускной квалификационной работы является Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру».

Предметом исследования является рынок сбыта компании Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру».

## Цель и задачи

**Цель:** исследование, и расширение рынка сбыта оказываемых услуг на примере ООО «Хакасия.ру».

**Задачи:**

- изучить теоритические аспекты, отражающие сущность рынка сбыта;
- провести анализ финансово–хозяйственной деятельности ООО «Хакасия.ру»;
- рассмотреть практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру»;
- выявить проблемы, сокращающие рынок сбыта ООО «Хакасия.ру»;
- определить направление для расширения рынка ООО «Хакасия.ру»;
- провести расчет основных экономических показателей для реализации выбранного направления.

# Теоретические аспекты рынка сбыта



Рынок сбыта – пространство в экономике, отражающее предложение на продукцию или услугу, которые являются итоговой целью хозяйственной деятельности предприятия.

Виды рынка:

- потребительский рынок сбыта;
- рынок сбыта предприятия;
- рынок сбыта государственного учреждения;
- рынок сбыта промежуточных продавцов.

# Теоретические аспекты рынка сбыта



## Типы рынков по степени конкуренции

- рынок сбыта свободной (совершенной) конкуренции;
- олигополистический рынок сбыта;
- монополистический рынок сбыта;
- чистая монополия рынка сбыта.

## Классификация рынков по организационной структуре

- открытый рынок;
- закрытый рынок.

# Рынок сбыта услуг и его классификация



Рынок сбыта услуг является системой отношений по покупке и продажи среди экономически свободных, как продавцов, так и покупателей.

Услуги подразделяются на материальные и нематериальные.

Классификация услуг
• услуги в общественном производстве;
• услуги в обществе и в инфраструктуре экономики;
• повторяемость услуг;
• материалоемкость услуг;
• характер затрат труда;
• комплексность предоставления услуг;
• связь с процессом производства;
• назначение услуг;
• социальный статус клиентуры;
• уровень коммерциализации услуг;
• периодичность предоставления.

# Особенности и методы расширения рынка сбыта



Анализ рынка сбыта является важнейшим этапом при подготовке бизнес-плана.

Методы анализа рынка сбыта:

- прямой метод;
- опосредованный метод;
- комбинированный метод.

Для того чтобы сбытовая политика приносила прибыль необходимо оптимально подобрать канал сбыта.

Каналы сбыта:

- прямой канал;
- косвенный канал;
- смешанный канал.



## Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия



Исследование финансовой отчетности выполнено на примере действующей организации ООО «Хакасия.ру».

Таблица 1 - Агрегированный аналитический баланс за 2018г.

Актив	Сумма, тыс. руб.	%	Пассив	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	0	0	Собственный капитал	10 752	73
Оборотные активы	14 776	100	Заемный капитал	4 024	27
Баланс	14 776	100	Баланс	14 776	100

Объем капитальных вложений в хозяйственный оборот и вовлеченные активы позволяют определить градацию деления компании по крупности:  $14\,776 \leq 2000$  МРОТ, следовательно, ООО «Хакасия.ру» относится к мелкому предприятию.

## Анализ финансово–хозяйственной деятельности предприятия



Таблица 2 – Показатели структуры и динамики оборотных активов

№	Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
		Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%	Сумма, тыс. руб.	%
1	Оборотные активы – всего	13 116	100	14 776	100	1 660	12,6
	в том числе:						
1.1	Запасы	481	3,66	629	4,26	148	30,8
	сырье, материалы	481	3,66	629	4,26	148	30,8
1.2	НДС	–		–			
1.3	Дебиторская задолженность	11 618	88,4	10 450	70,7	–1 168	–10,05
1.4	Финансовые вложения	–		–		–	
1.5	Денежные средства	1 017	7,75	3 697	25	2 680	263,5
1.6	Прочие оборотные активы	–		–		–	

Таблица 3 – Расчет показателей оборачиваемости оборотных активов

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
1	Выручка от продаж, тыс. руб.	37 446	46 203	8 757
2	Средние остатки оборотных средств, тыс. руб.	13 131	14 776	1 645
3	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,85	3,31	0,46
4	Длительность одного оборота, дней	126	109	–17



## Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия



Таблица 4 – Группировка статей баланса для анализа его ликвидности, тыс. руб.

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы, $A_{\text{Л1}}$	1 017	3 697	Наиболее срочные пассивы, $P_{\text{Л1}}$	3 759	4 024
Быстро реализуемые активы, $A_{\text{Л2}}$	11 618	10 450	Краткосрочные пассивы, $P_{\text{Л2}}$	–	0
Медленно реализуемые активы, $A_{\text{Л3}}$ (1210+1220)	481	629	Долгосрочные пассивы, $P_{\text{Л3}}$	–	0
Трудно реализуемые активы, $A_{\text{Л4}}$ (1100)	15	0	Постоянные пассивы, $P_{\text{Л4}}$	9 372	10 752
<b>ИТОГО:</b>	<b>13 131</b>	<b>14 776</b>	<b>ИТОГО:</b>	<b>13 131</b>	<b>14 776</b>

Таблица 5 – Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2017 г.	2018 г.	Нормативные значения	
			Отечественные нормативы	Зарубежные нормативы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,27	0,92	$\geq 0,1$	$\geq 0,2$
Коэффициент критической ликвидности	3,36	3,52	$\geq 0,7-0,8$	$\geq 1,5$
Коэффициент текущей ликвидности	3,49	3,67	$\geq 1,2-1,5$	$\geq 2,0$

## Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия



Таблица 6 – Показатели деловой активности

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение
1	Коэффициент деловой активности	5,71	6,25	0,54
2	Фондоотдача основных средств	2 496,4	0	-2 496,4
3	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	2,69	3,31	0,62
4	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	3,7	4,59	0,89
5	Коэффициент оборачиваемости заемных средств	9,62	11,87	2,25

Таблица 7 – Показатели рентабельности

№	Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение
1	Рентабельность продаж	5,68	6,48	0,8
2	Рентабельность текущей	5,68	6,48	0,8
3	Рентабельность активов	6,65	8,98	2,33
4	Рентабельность собственного капитала	9,33	12,34	3,01

## Практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру»



Компания ООО «Хакасия.ру» работает в сфере информационных технологий с 2000 года, является официальным представителем фирмы «1С» и имеет статус «1С: Франчайзи».

В 2017 году компания получила статус «Центр компетенции 1С: 54–ФЗ». В связи с большой клиентской нагрузкой по вопросам обслуживания онлайн-касс был сформирован отдел «Онлайн-кассы и ЕГАИС».



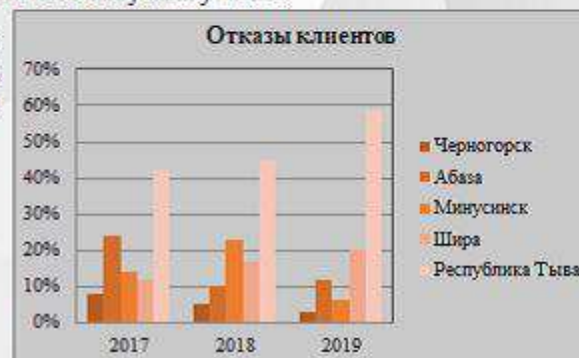
## Практические аспекты расширения рынка сбыта ООО «Хакасия.ру»



Работа сервисного центра подразумевает гарантийное, постгарантийное и не гарантийное обслуживание контрольно-кассовой техники. Клиент вправе самостоятельно доставить оборудование на ремонт в офис компании, или заказать платный выезд специалиста (при любом виде ремонта). Именно платный выезд специалиста влияет на потерю потенциальных клиентов, находящихся отдаленно от офиса.

Проведя анализ за последние три года были выявлены те отдаленные населенные пункты, где была зафиксирована отмена обращений. Наибольший процент потери среди потенциальных клиентов приходится на Республику Тыва.

Все эти данные позволяют принять решение для расширения рынка сбыта сервисного центра ООО «Хакасия.ру» на территории Республика Тыва.





## Анализ конкурентов ООО «Хакасия.ру»



На данный момент на территории Республике Тыва нет авторизованных сервисных центров, предоставляющих услуги для ведения деятельности согласно 54–ФЗ, данные компании предоставляют только услуги по продаже контрольно-кассовой техники и расходных материалов.

Можно сделать вывод, что необходимость расширения рынка сбыта сервисного центра на территории Республика Тыва не только целесообразна, но и необходима.

В качестве населенного пункта для открытия филиала оптимально выбрать г. Кызыл, так как он является административным центром, а также имеет наибольшую численность населения.

**Конкуренты на территории Республики Тыва (г. Кызыл)**

ООО «Технический центр ЭКР»

ООО «РЦТО»

ООО «Лидер Б»

## Расчет основных экономических показателей реализации проекта



Так как величина чистой прибыли ООО «Хакасия.ру» 46203 млн. руб., она отражает эффективность деятельности компании и позволяет открыть филиал за счет собственных средств.

При помощи интернет-сервисов по размещению объявлений было выбрано подходящее офисное помещение общей площадью 30 м<sup>2</sup>, располагающееся по адресу г. Кызыл, ул. Кочетова, д. 66. Стоимость аренды составляет **40 000** руб. в месяц.

Данное помещение необходимо обустроить необходимой мебелью, торговым и ремонтным оборудованием, офисной оргтехникой, общей стоимостью: **174 783** тыс.руб.

Разработанный организационный план позволил определить численность сотрудников филиала.

Таблица 8 – Затраты на оплату труда персонала (в месяц)

Должность	Количество	Заработная плата, руб.	Страховые взносы, руб.
Руководитель	1	25 000	7 550
Менеджер по работе с клиентами	1	20 000	6 040
Технический специалист	1	20 000	6 040
Уборщик помещения	1	8 000	2 416
<b>Итого:</b>	<b>4</b>	<b>73 000</b>	<b>22 046</b>

## Расчет основных экономических показателей реализации проекта



Для того чтобы филиал начал свою полноценную работу и о нем узнали, необходимо провести маркетинговые коммуникации.

Таблица 9 – Расчет маркетинговых коммуникаций

Наименование	Стоимость, руб.	
	Республика Хакасия	Республика Тыва
Электронная рассылка писем	0	0
Реклама по телевидению	7 800	11 320
Аренда наружной рекламы	10 200	12 840
Обходчик территории + листовки	12 000	13 000
<b>Итого:</b>	<b>30 000</b>	<b>37 160</b>

Открываемый филиал предусматривает выполнение полного спектра услуг касательно контрольно-кассовой техники.

На начальном этапе для нормальной работы отдела необходимо выполнять минимальный план по каждому разделу услуг, с учетом форс-мажорных ситуаций общая сумма плана составит **144 300** тыс. руб.

## Расчет основных экономических показателей реализации проекта



Необходимо определить размер средств, которые необходимы в первый месяц и год для открытия филиала.

Таблица 10 – Финансовая модель расходов филиала ООО «Хакасия.ру»

Расходы	Сумма, руб./мес.	Сумма, тыс. руб./год.
Арендная плата	40 000	480 000
Обустройство арендованного помещения	174 783	–
Электроэнергия	2 850	34 200
Интернет	740	8 880
Телефония	520	6 240
Вывоз мусора (тариф 570,24)	570,24	6 842,88
Охранное предприятие с выводом на ПЦО, система охранно-пожарной сигнализации	6 240	74 880
Проведение маркетинговых мероприятий	67 160	–
ГСМ	3000	36 000
Заработная плата сотрудникам	73 000	876 000
Страховые взносы за сотрудников	22 046	264 552
<b>Итого:</b>	<b>390 909</b>	<b>1 780 752</b>

Источниками финансирования проекта являются собственные средства компании ООО «Хакасия.ру» в размере **450 000** тыс. руб.



## Расчет основных экономических показателей реализации проекта



Расчеты чистой прибыли произведены на основании выполнения минимального плана на месяц по каждому разделу услуг филиала, тем самым процент прироста выручки за каждый прогнозный месяц составит 101%.

Таблица 11 – Прогнозируемая прибыль

Наименование	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.
Выручка	144 300	290 043	292 943	298 772	310 489	334 039	381 375
Расходы на арендную плату	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000	40 000
Обустройство арендованного помещения	174 783	-	-	-	-	-	-
Коммерческие расходы	81 080	13 920	13 920	13 920	13 920	13 920	13 920
Расходы на закупку товаров	15 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Расходы на заработную плату сотрудникам	-	73 000	73 000	73 000	73 000	73 000	73 000
Расходы на страховые взносы за сотрудников	-	22 046	22 046	22 046	22 046	22 046	22 046
Прибыль от продаж	-166 563	121 077	123 977	129 806	141 523	165 073	212 409
Налог (УСН «Доходы»)	-	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Чистая прибыль	-	113 812	116 538	122 017	133 031	155 168	199 664

## Расчет основных экономических показателей реализации проекта



Необходимо определить срок окупаемости открытия филиала, при помощи формулы:  $CO = \frac{I}{СП}$ , где CO – срок окупаемости (лет), I – сумма первоначальных инвестиций (руб.), СП – сумма среднемесячной прибыли (руб.).

Проведем расчет среднемесячной прибыли:

$$\frac{113\,812 + 116\,538 + 122\,017 + 133\,031 + 155\,168 + 199\,664}{6} = \frac{840\,230}{6} = 140\,038 \text{ (тыс. руб.)}$$

Сумма первоначальных инвестиций составляет 450 000 тыс. руб.

Проведем расчет срока окупаемости проекта:

$$\frac{450\,000}{140\,038} = 3,2 \text{ (мес.)}$$

Срок окупаемости проекта составит 3,2 месяца и принесет прибыль уже в первом году работы филиала ООО «Хакасия.ру» на территории Республика Тыва, в г. Кызыл.

## Выводы



В данной выпускной квалификационной работе рассмотрена деятельность компании Общество с ограниченной ответственностью «Хакасия.ру».

Проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности за 2017–2018 года, определена чистая прибыль в 2018 году **46 203** тыс. руб., изменение объема продаж составило **8 757** тыс. руб., темп прироста составил **23,39%**. Деятельность компании прибыльная, поскольку доходы превышают расходы.

Изучив динамику предлагаемых услуг, а также проведя взвешенную оценку конкурентоспособности ООО «Хакасия.ру», выявлена необходимость в расширении рынка сбыта услуг. Для реализации данного плана было предложено мероприятие по открытию филиала на территории Республики Тыва в г. Кызыл.

Была установлена необходимая сумма для реализации предложенного мероприятия в размере **450 000** тыс.руб. Источниками финансирования проекта являются собственные средства компании ООО «Хакасия.ру».

Срок окупаемости проекта по расширению рынка сбыта составит **3,2** месяца.

Проведя расчет основных экономических показателей реализации проекта можно сделать вывод о том, что предлагаемый проект эффективен и будет приносить прибыль компании.



# Спасибо за внимание!

ПОСЛЕДНИЙ ЛИСТ  
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.  
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземпляре.

Список используемых источников 38 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«    »                      2020 г.  
дата

\_\_\_\_\_  
(подпись)

И.Д. Подорожная  
(ФИО)



Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО  
«Сибирский федеральный университет»

институт  
«Экономика и Менеджмент»  
кафедра

УТВЕРЖДАЮ  
зав. кафедрой ЭиМ

Т.Б. Коняхина  
подпись      инициалы, фамилия  
«    »      2020 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.02 Менеджмент  
код – наименование направления

«Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру»  
тема

Руководитель

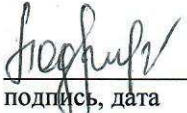
\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Т.Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Выпускник



И.Д. Подорожная

инициалы, фамилия

Абакан 2020



Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме «Расширение рынка сбыта на примере ООО «Хакасия.ру»».

Консультанты по  
разделам:

Теоритическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Аналитическая часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Проектная часть  
наименование раздела

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

Т.Б. Коняхина  
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_   
подпись, дата

Н.Л. Сигачева  
инициалы, фамилия