

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
\_\_\_\_\_ Ю.Ю. Сулова  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

«Применение технологий электронной торговли в совершенствовании  
коммерческой деятельности»

Руководитель	_____	<u>Канд. тех. наук, доцент</u>	<u>Е. А. Нечушкина</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия
Выпускник	_____	<u>ЭУ20-03Б-К</u>	<u>П. С. Яценко</u>
	подпись, дата	группа	инициалы, фамилия
Нормоконтролер	_____	<u>Профессор, д-р экон. наук</u>	<u>Ю.Ю. Сулова</u>
	подпись, дата	должность, ученая степень	инициалы, фамилия

Красноярск 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение .....	6
1 Теоретические аспекты исследования технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности.....	9
1.1 Рынок электронной торговли в Российской Федерации. Тенденции и проблемы.....	9
1.2 Сущность, виды и роль электронной торговли в коммерческой деятельности предприятий. Влияние технологий на совершенствование коммерческой деятельности.....	16
1.3 Подходы к оценке эффективности электронной торговли.....	22
2 Анализ технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	27
2.1 Организационно-экономическая характеристика деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	27
2.2 Исследование материально-технической базы предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	39
2.3 Анализ и оценка эффективности применяемых технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	45
3 Разработка проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	55
3.1 Содержание проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон».....	55
3.2 Механизм реализации проекта.....	62

3.3 Оценка эффективности и анализ рисков проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон».....	66
Заключение .....	74
Список использованных источников .....	77
Приложение А Устав ООО ЭПФ «Пилон».....	83
Приложение Б Должностная инструкция менеджера торгового зала в ООО ЭПФ «Пилон» .....	86
Приложение В Бухгалтерский баланс предприятия ООО ЭПФ «Пилон».	88
Приложение Г Отчет о финансовых результатах предприятия ООО ЭПФ «Пилон».....	91

## ВВЕДЕНИЕ

Для успешного развития торговых предприятий неизменным фактором служит постоянное совершенствование коммерческой деятельности в целях получения и прироста прибыли, а также удовлетворения потребностей покупателей. Конкуренция на рынке, цифровизация торговли и изменение потребностей, поведения потребителей диктуют условия совершенствования коммерческой деятельности торговых предприятий. Одно из важных аспектов совершенствования коммерческой деятельности торговых предприятий на сегодняшний день является выход в онлайн среду, то есть выполнение продаж через сайт с функцией интернет-магазина, с использованием мобильных технологий (приложений), взаимовыгодное сотрудничество с партнерами, одними из которых могут являться маркетплейсы, получившие в последние годы широкое распространение.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы, сформулированной как: «Применение технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности», заключается в высоком спросе со стороны населения, их заинтересованности и увеличении числа покупок с применением разнообразных технологий электронной торговли. По их мнению, это значительно упрощает процессы реализации, а также экономит время. Увеличение спроса на технологии электронной торговли гарантирует торговому предприятию прирост экономических показателей, привлечение разнообразной целевой аудитории из числа пользователей сети Интернет, повышение эффективности сбытовой деятельности, системы маркетинга и других составляющих функций коммерческой деятельности торгового предприятия. Технологии электронной торговли позволяют совершенствовать не только внутреннюю деятельность торговых организаций, но и увеличивать ее внешние конкурентные преимущества. Грамотное применение технологий электронной торговли позволяет также оптимизировать расходы на коммерческую деятельность, улучшать качество принимаемых решений,

конечным результатом служит рост уровня цифровизации торгового предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».

Для решения поставленной цели в выпускной квалификационной работе будут определены следующие задачи:

- исследовать тенденции и проблемы рынка электронной торговли в Российской Федерации;
- оценить сущность, виды и роль электронной торговли в коммерческой деятельности предприятий, определить влияние технологий на совершенствование коммерческой деятельности;
- рассмотреть подходы к оценке эффективности электронной торговли;
- дать организационно-экономическую характеристику деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон»;
- исследовать материально-техническую базу предприятия ООО ЭПФ «Пилон»;
- анализировать и оценить эффективность применяемых технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон»;
- исследовать содержание проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон»;
- разработать механизм реализации проекта;
- оценить эффективность и анализировать риски проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон».

Объектом исследования выступает оптово-розничное торговое предприятие ООО ЭПФ «Пилон». Юридический адрес: 660006, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Стадионная, д. 1.

Предмет исследования – технологии электронной торговли, как инструменты совершенствования коммерческой деятельности торгового предприятия.

Предмет защиты – проект развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон».

Теоретической основой выполняемого исследования являются: законодательство Российской Федерации, труды авторов по коммерческой деятельности и электронной торговле, интернет-источники (сайты), статьи и публикации по теме работы, материалы собственных исследований.

Информационной основой выполняемого исследования являются: документы предприятия ООО ЭПФ «Пилон», сайт предприятия.

Методической основой выполняемого исследования являются методы: сравнения, группировки, графический, прогнозирования, наблюдения, интервью покупателей, познания процессов и явлений, обобщения, формализации, статистические и динамические методы оценки проектов, др.

В структуру выпускной квалификационной работы вошли: введение, 3 главы, заключение, список использованных источников, приложения. Во введении определены: актуальность работы, цель и задачи, теоретическая, информационная и методическая основа, предмет и объект исследования, структура работы. В первой главе обобщены теоретические аспекты исследования технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности. Анализ технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон» представлен во второй главе работы. Разработка проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон» выполнена в заключительной главе работы. Краткие выводы по работе представлены в заключении.

Выпускная квалификационная работа включает страниц. Работа иллюстрирована 37 таблицами и 34 рисунками, включает 50 источников литературы.

# 1 Теоретические аспекты исследования технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности

## 1.1 Рынок электронной торговли в Российской Федерации. Тенденции и проблемы

В условиях усиления конкуренции на рынке электронной коммерции, применение современных технологий и расширение количества используемых цифровых средств становится все более необходимым с целью развития бизнеса [14]. Факторы цифровизации повлияли на бурный рост электронной торговли. Все это обусловило необходимость совершенствования в организациях – цифровых технологий, разработки интернет-платформ, настройки каналов сбыта, а также инструментов интернет-маркетинга с целью продвижения на онлайн-рынке. Переход к цифровой экономике обозначил ориентацию на потребности клиента, формирование услуги (товара) по требованию пользователей сети интернет, мобильность и скорость удовлетворения их потребностей. Цифровизация изменила покупательские привычки, потребности и образ жизни [5].

Современный рынок электронной торговли в России находится на сегодняшний день в стадии активного развития и совершенствования эры цифровизации. Пандемия способствовала интенсивному росту онлайн-торговли. Исторические фазы развития электронной торговли в Российской Федерации определены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Исторические фазы развития электронной торговли в Российской Федерации

Наименование фазы	Годы	Характеристика/тенденции
Фаза зарождения	1990-е годы	Начало развития Ориентир на реализации сложно-бытовых товаров
Фаза постепенного развития	2000-е годы	Развитие онлайн платежных систем Расширение товарных каталогов для онлайн-реализации, популярными стали для реализации: одежно-обувные това-

Окончание таблицы 1.1

Наименование фазы	Годы	Характеристика/тенденции
		ры, косметическая продукция
Фаза интенсивного развития	2019-2022 годы	Этому способствовала пандемия, из-за которой были закрыты границы, введены ограничения на офлайн торговлю. Фаза интенсивного развития характеризуется увеличением продавцов на рынке, количества покупок на рынке, пользователей – активных покупателей на рынке. Развивается сервисное обслуживание на рынке, вырос спрос на бесконтактную доставку.
Фаза перспективного и конкурентоспособного развития в рамках санкционного давления	2023 год Ближайшие годы	Происходит продолжение тенденции развития рынка даже в рамках масштабных санкций против страны, это происходит за счет партнерского сотрудничества с дружественными странами, роста цен и увеличения числа интернет-покупок в маркетплейсах, прочих тенденций

Составлено по [33]

Исторические фазы развития электронной торговли в Российской Федерации начинаются с фазы зарождения в 1990-е годы, а заканчиваются современной фазой, фазой перспективного и конкурентоспособного развития в рамках санкционного давления.

Рынок электронной торговли в Российской Федерации характеризуется разными показателями. На рисунке 1.1 показаны объемы продаж на рынке. Если в 2018 году объем рынка электронной торговли в Российской Федерации составлял 1,1 трлн.руб., то в 2023 году он увеличился многократно, составил 7,1 трлн.руб. Как ранее было отмечено, этому способствовали: пандемия, спрос, развитие логистической цепи, совершенствование и развитие работы универсальных маркетплейсов (увеличение пунктов, числа заказов, пользователей, сумм выкупа продукции).



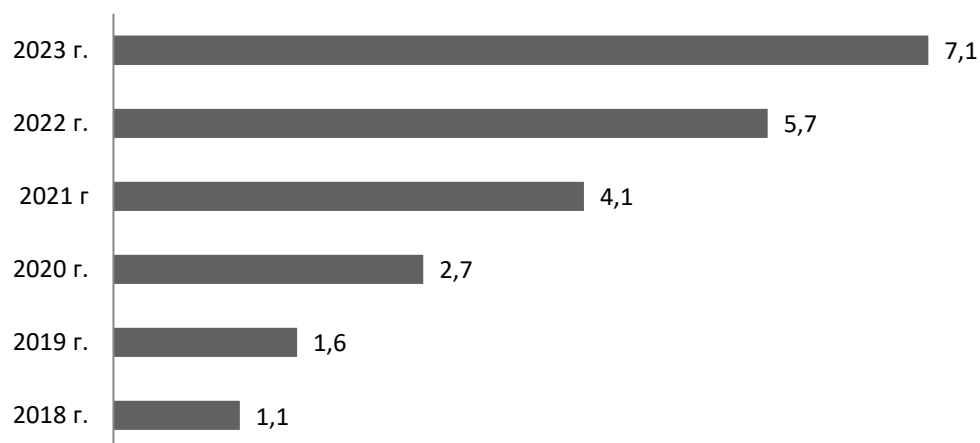


Рисунок 1.1 – Объем продаж на рынке электронной торговли в Российской Федерации, трлн.руб. [34]

Второй показатель оценки – количество заказов (рис. 1.2).

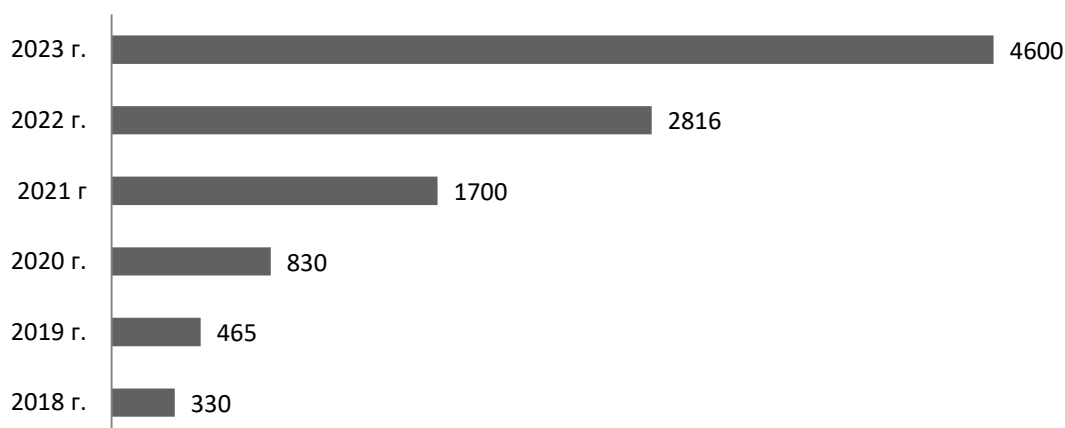


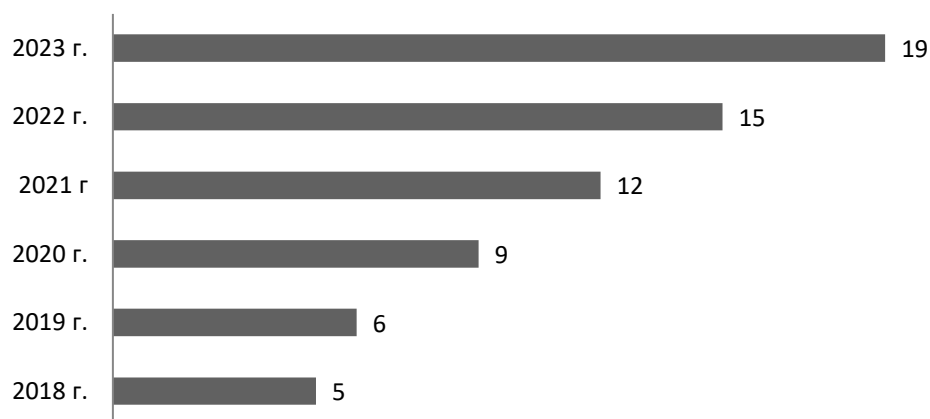
Рисунок 1.2 – Количество заказов на российском рынке электронной торговли, млн.шт. [34]

Росту денежных объемов рынка электронной торговли в Российской Федерации способствует увеличение числа выполненных онлайн-заказов, показателя в натуральном выражении, с 330 млн. заказов в 2018 году до 4600млн.заказов в 2023 году.

Уступая Китаю и некоторым другим странам по ключевым показателям, Россия является лидером среди быстрорастущих рынков интернет-торговли [18].

Рынок электронной торговли в Российской Федерации развивается и в рамках роста доли на рынке ритейла, и в части всей сети, и в части непродовольственных товаров. Динамика структуры рынка электронной торговли в Российской Федерации представлена на рисунке 1.3.

**От всей розничной сети**



**В части непродовольственной розничной торговли**

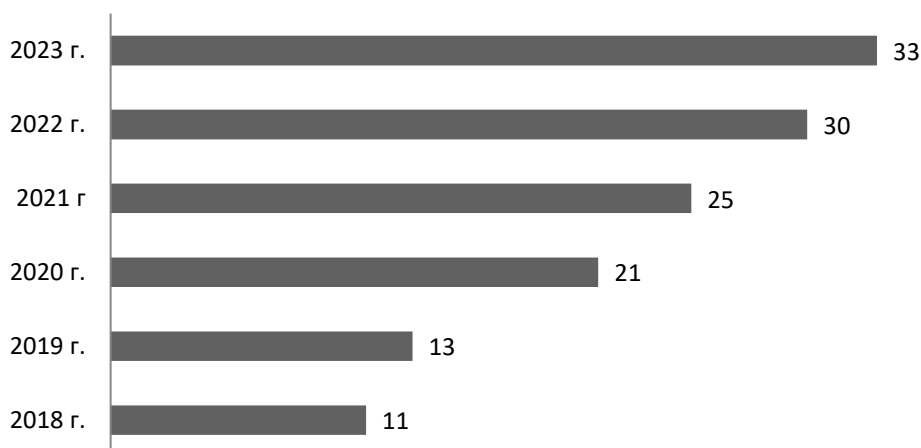


Рисунок 1.3 – Структура рынка, % [34]

Проведенное исследование показало заметный рост по непродовольственным товарным группам, но также определена положительная динамика по продовольственным товарам (с 5% в 2018 году до 19% в 2023 году). Следовательно, определена высокая доля на исследуемом рынке среди онлайн-покупок – непродовольственных товаров.

В настоящее время российский рынок электронной торговли рассматривается с позиции работы маркетплейсов, как эффективных торговых площадок. Доля покупок в маркетплейсах от общего объема продаж на рынке электронной торговли в Российской Федерации представлена на рисунке 1.4.

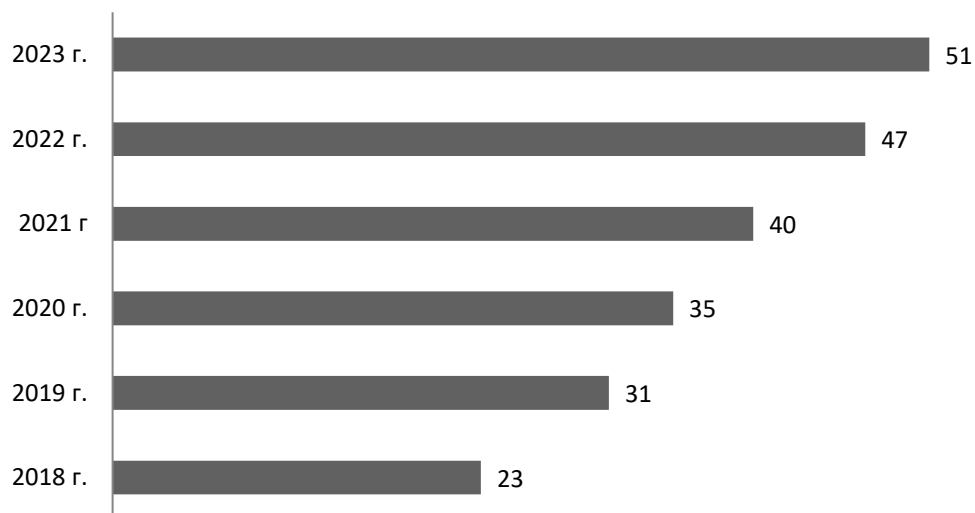


Рисунок 1.4 – Доля покупок в маркетплейсах от общего объема продаж на рынке электронной торговли в Российской Федерации, % [31]

Доля покупок в маркетплейсах в исследуемом периоде выросла более чем в два раза, что подтверждает спрос на них у интернет-пользователей. Российский рынок крупных универсальных маркетплейсов представляют: Wildberries, Ozon, Яндекс Маркет, многие другие [31].

Развитие рынка электронной торговли в Российской Федерации характеризуется множеством общих тенденций, трендов, олицетворяющих положительные факторы его функционирования (рис. 1.5).

Существуют отдельные тренды на рынке. Так, электронная торговля в предпринимательском секторе российского рынка характеризуется доминированием роста в сфере закупок над сферой продаж. А применение веб-сайтов предприятий в работе с пользователями изменятся в направлении сокращения масштабов сервисного сопровождения тех же электронных продаж [24].

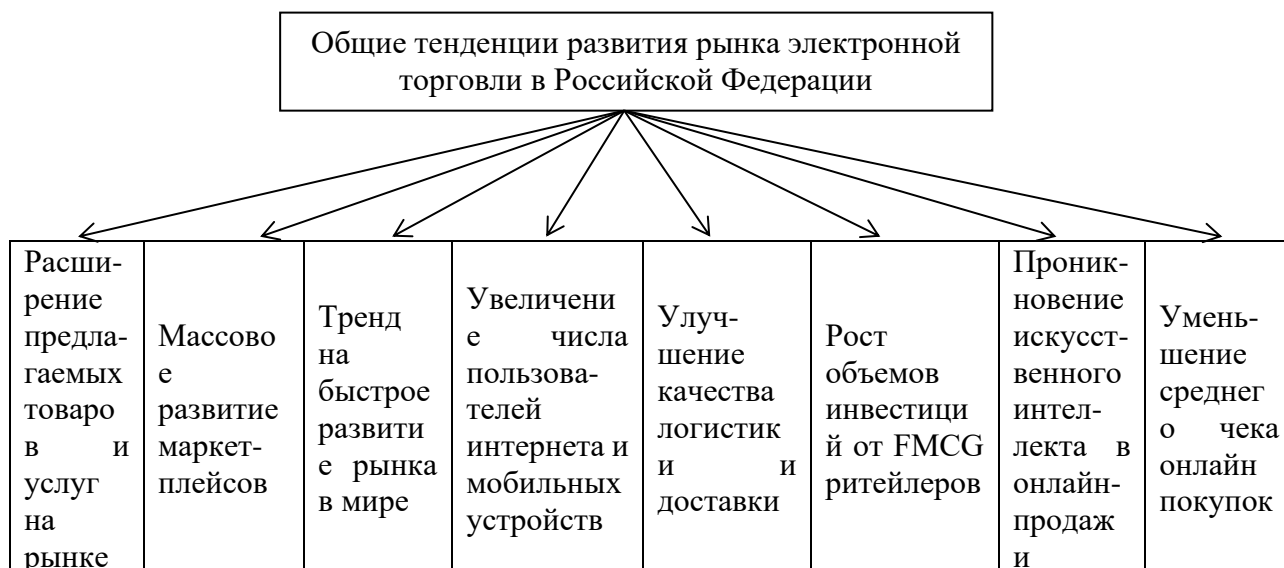


Рисунок 1.5 – Общие тенденции развития рынка электронной торговли в Российской Федерации

Составлено по [17], [27], [31], [34], [44]

В связи с тем, что явным трендом развития рынка электронной торговли в Российской Федерации являются маркетплейсы, то в таблице 1.2 представлены тенденции и прогнозы на 2024 году по развитию их.

Таблица 1.2 – Тенденции и прогнозы развития маркетплейсов на рынке электронной торговли в Российской Федерации

№ п/п	Тенденции развития	Прогнозы развития в 2024 году
1	Изменение потребительского поведения	Универсальные торговые площадки «подстраиваются» под спрос покупателей
2	Массовое уменьшение доли импульсных и премиальных покупок	Оmnиканальность каналов покупки
3	Уменьшение среднего чека	Оmnиканальность каналов продвижения
4	Снижение конкуренции от зарубежных брендов	Интенсификация общего уровня продвижения на маркетплейсах
5	Перераспределение потребителей из разных офлайн-каналов на маркетплейсы	Расширение способов оплаты
6	Развитие нишевых и региональных маркетплейсов, которые специализируются на определенных товарных категориях	Продолжится снижение среднего чека покупки

Составлено по [17], [30], [31], [45]

Проведенное исследование показало множественность тенденций и прогнозов развития маркетплейсов на рынке электронной торговли в Российской Федерации, на которые, в первую очередь, повлияли последствия от санкционной политики (инфляция, уход зарубежных брендов, волатильность курсов валют, трудности в логистике и прочее).

Электронная торговля в Российской Федерации массово развивается, но в этом сегменте существует и масса проблем, ограничений (табл. 1.3).

Таблица 1.3 – Слабые стороны российского рынка электронной торговли

<b>Проблема</b>	<b>Причины</b>
Недоверие пользователей	Рост случаев мошенничества. Случаи кражи данных онлайн-покупок, данных пользователей.
Отсутствие доступности интернет-инфраструктуры, неравные условия для участников рынка	Характерно для отдаленных, малонаселенных сельских поселений, где еще нет сети интернет, либо отсутствует стабильный высокоскоростной доступ к интернету.
Неравные условия конкуренции на рынке	Высокие комиссионные сборы платформ электронной торговли, поэтому малые и средние предприятия не могут конкурировать с крупными компаниями на равных условиях.
Отсутствие единого правового регулирования в сфере электронной торговли	Правовой барьер для развития онлайн-торговли. Отсутствие правовой защиты рынка. Ограничения для совершенствования рынка, его конкурентоспособности в сравнении с зарубежными рынками.
Недостаточная осведомленность о возможностях и преимуществах электронной торговли	Многие предприниматели и потребители не знают о том, как использовать интернет-платформы для расширения своего бизнеса или удобства покупок. Не развит образовательный сектор в этой области.

Составлено по [12], [30], [33], [36]

Перспективы развития российского рынка электронной торговли связаны с продолжением цифровизации, развитием искусственного интеллекта, расширением доли присутствия маркетплейсов. Все это позволит повысить эффективность работы на данном рынке, удовлетворить основную целевую аудиторию [31]. Немаловажным фактором дальнейшего развития электронной

торговли в Российской Федерации становится постоянное содействие государства развитию цифровизации экономики, что способствует появлению новых конкурентных преимуществ у компаний на рынке онлайн, экономии их коммерческих затрат [12].

Таким образом, в настоящее время рынок электронной торговли в Российской Федерации характеризуется преимущественно положительными тенденциями, что создало предпосылки для повышения показателей рынка в натуральном и денежном выражениях. По прогнозам специалистов, рост рынка электронной торговли в Российской Федерации продолжится в ближайшие годы. На рынке электронной торговли в Российской Федерации определены и проблемы, которые необходимо решать на государственном уровне, чтобы в ближайшие годы не возникла ситуация кризиса на рынке, преобладания на нем отрицательных тенденций.

## **1.2 Сущность, виды и роль электронной торговли в коммерческой деятельности предприятий**

На сегодняшний день в электронную коммерцию вовлечены все страны и экономики. Организация глобальных потоков информации, товаров и услуг, технологий, представляет интерес для оценки учеными, в том числе в силу отсутствия единого подхода к оценке терминологии в области электронной торговли, а также проблематики в определении предметной области электронной торговли.

Специалистами электронная торговля рассматривается в качестве купли-продажи с использованием интернет-магазинов, торговых площадок, социальных сетей, прочих инструментов [38]. Отличительная особенность электронной торговли – передача электронных сообщений посредством информационно-коммуникационной сети интернет [8].

Электронная торговля – подсистема внутренней торговли, это продажи при помощи телекоммуникационных сетей, это также заключение сделок при

помощи цифровых инструментов, продажи товаров через соответствующие площадки [13].

Следовательно, сущность электронной торговли определяется как совокупность коммерческих организаций, специализирующихся на продаже товаров посредством современных инструментов, сети интернет.

Для реализации электронной торговли применяются три модели (табл. 1.4).

Таблица 1.4 – Модели реализации электронной торговли

Модель	Участники (цепочка)	Отличительные особенности Признаки
B2B	От бизнеса к бизнесу	Модель сотрудничества между компаниями для получения выгоды и развития бизнеса.
B2C	От бизнеса к потребителю	Модель сотрудничества между бизнесом и конечными пользователями для удовлетворения их потребностей.
C2C	От потребителя к потребителю	Модель сотрудничества между покупателями, где продажа исходит от одного к другому.

Составлено по [8]

В зависимости от сфер применения и участников, применяются на российском рынке три модели электронной торговли: B2B, B2C и C2C.

В настоящее время в Российской Федерации развиты три формы электронной торговли (рис. 1.6).

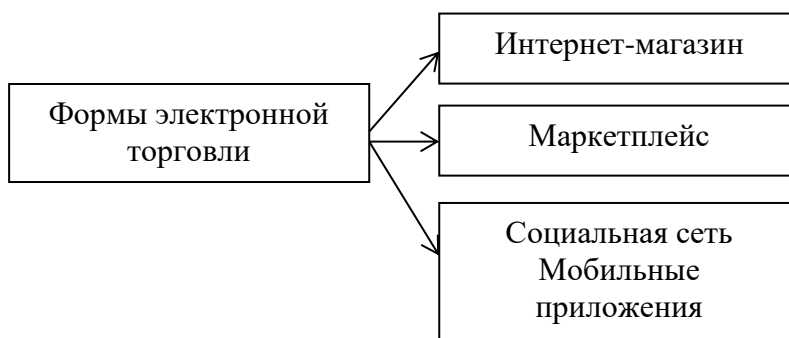


Рисунок 1.6 – Формы электронной торговли, распространенные на российском потребительском рынке

Составлено по [40]

Интернет-магазин. Это сайт, где происходит торговля товарами. Сайты могут быть как отдельных категорий товаров, производителей, так и универсальные (сайты гипермаркетов, например).

Маркетплейсы специалистами рассматриваются как электронные торговые площадки, где происходит взаимодействие их участников [31]. Маркетплейсы в качестве нового инструмента электронной торговли позволяют устанавливать долгосрочные отношения с клиентами, стремятся обеспечивать высокую степень лояльности и увеличивать уровень продаж на рынке. При этом маркетплейсы способствуют развитию смежных бизнес-направлений: логистика, обработка платежей, digital-реклама и других [17].

Социальные сети – платформы, где пользователи могут создавать профили, обмениваться информацией, взаимодействовать друг с другом [27]. В настоящее время в социальных сетях развивается торговля, особенно это можно отметить по одежно-обувным товарам.

Мобильное приложение выступает зачастую краткой версией сайтов. Создание мобильного приложения заставляет пересмотреть подход к безопасности хранения данных. Мобильные приложения помогают автоматизировать процессы внутри предприятия: складской учет, учет рабочего времени, управление заказами, прочие бизнес-процессы. Все это позволяет уменьшать затраты на персонал, повышать эффективность работы предприятия, развивать конкурентные преимущества [43].

Специалистами рассматриваются, помимо видов и форм электронной торговли, их категории. В таблице 1.5 рассмотрены категории электронной торговли по виду продаж через интернет.

Таблица 1.5 – Категории электронной торговли по виду продаж через интернет [11]

<b>Виды продаж через интернет</b>	<b>Характеристика</b>
Магазин	Продажа товаров через сайт, этот сайт может быть от производителя или от посредника.
Аукцион	Соревнуются продавцы, которые часто назначают конкурентоспособную стоимость продукции. Торги происходят онлайн.



Окончание таблицы 1.5

Виды продаж через интернет	Характеристика
Биржа	Функционирует в режиме онлайн, имеет те же признаки, что и офлайн биржа.
Справочник-каталог	Сайты для проведения тендеров у поставщиков. Применяются для участия в тендерах, продвижения марок и оптимизации расходов на маркетинг.

Электронная торговля в настоящее время распространяется на разные секторы, в зависимости от целевой аудитории. Сектора электронной торговли представлены на рисунке 1.7.

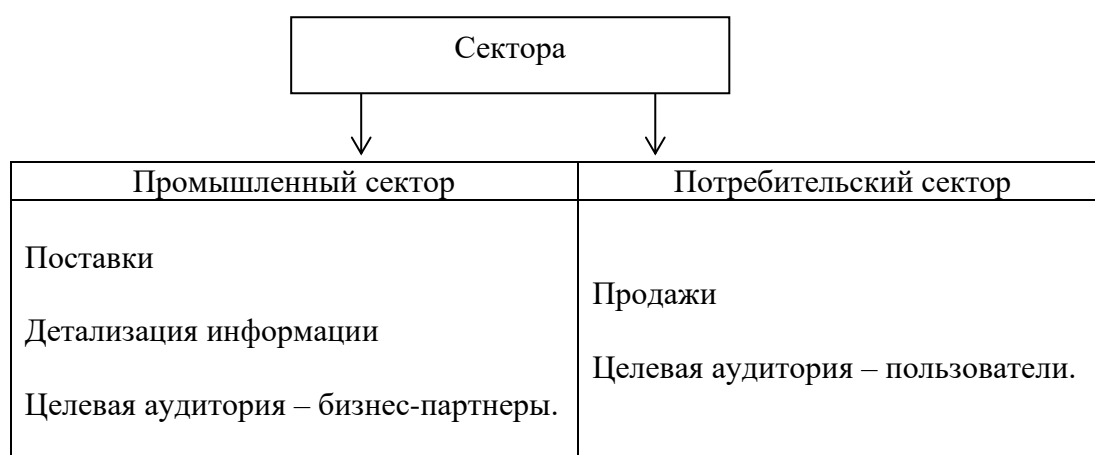


Рисунок 1.7 – Сектора электронной торговли

Составлено по [9]

Крупными секторами электронной торговли являются промышленный и потребительский, каждый сектор отличается целевой аудиторией и выполняемыми бизнес-операциями.

В соответствии с классификацией Всемирной торговой организации, сделки в электронной торговле разделены на три вида (рис. 1.8). Специалистами и экспертами рынка рассматривается роль электронной торговли в коммерческой деятельности предприятий. Во-первых, электронная торговля позволяет повышать конкурентоспособность и увеличивать конкурентные преимущества от используемой модели коммерческой деятельности. Среди

преимуществ можно отметить следующие: сокращение издержек; новые возможности ведения бизнеса; дальнейшее развитие конкурентной среды [11].

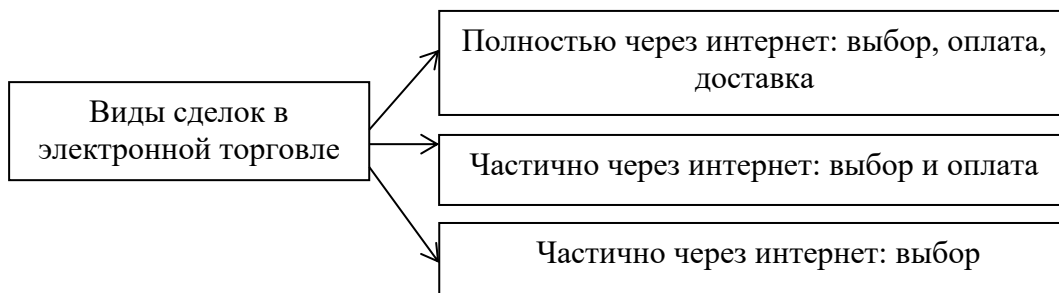


Рисунок 1.8 – Виды сделок в электронной торговле

Составлено по [49]

Во-вторых, увеличивается эффективность деятельности предприятий. В-третьих, развитие электронной коммерции оказало влияние на глобальные цепочки стоимости. Необходимо оценивать изменения в концентрации рынка, а также сделать упор на защиту персональных данных, так как они являются основными рисками, ограничения в развитии электронной торговли на фоне масштабных санкций против России [7]. В-четвертых, электронная торговля способствует росту эффективности коммерческой деятельности в разрезе основных функций (табл. 1.6).

Таблица 1.6 – Роль электронной торговли в повышении эффективности функций коммерческой деятельности предприятий

Функция коммерческой деятельности (КД)	Роль электронной торговли в повышении эффективности функций КД
Адаптационно-интеграционная функция (АИФ)	Адаптация к соблюдению законодательства. Поддержание имиджа. Реструктуризация. Планирование. Учет успешного опыта на рынке.
Производственно-технологическая функция (ПТФ)	Увеличение конверсии продаж. Широкие географические границы доставки и реализации. Возможность мониторинга процессов в онлайн-режиме. Рост уровня обслуживания клиентов и их удовлетворенности.

Окончание таблицы 1.6

Функция коммерческой деятельности (КД)	Роль электронной торговли в повышении эффективности функций КД
Функция материально-технического обеспечения (МТО)	Оценка эффективности ресурсов. Автоматизация операционных и вспомогательных процессов. Ускорение оборачиваемости средств.
Работа с персоналом предприятия – развитие, мобилизация и полное использование человеческого потенциала (НОРМС)	Развитие компетенций персонала в области онлайн-торговли. Рост производительности и стимулирования к труду. Улучшение качества принимаемых решений в области развития электронной торговли от персонала.
Финансово-экономическая функция (ФЭФ)	Сокращение операционных расходов. Рост выручки, прибыли и рентабельности онлайн-продаж. Рентабельность онлайн-бизнеса. Безопасность сделок. Удобство оплаты.
Функция информационно-маркетингового обеспечения (ИМО)	Формирование возможностей для маркетинга и персонализированного опыта, чтобы привлечь клиентов. Более широкая аудитория. Расширение рекламных возможностей. Рост конкурентоспособности и преимуществ предприятия.

Составлено автором по результатам проведенного исследования

В каждой функции коммерческой деятельности предприятий проявляется влияние электронной торговли на последующий рост эффективности.

Следовательно, сущность электронной торговли заключается в развитии деятельности предприятий в онлайн-секторах, при помощи современных технологий, где главное место отведено сети интернет, применяя при этом разные виды и категории, а также способы реализации продукции. Определена роль электронной торговли в каждой из функций коммерческой деятельности предприятий, отмечено прямое влияние электронной торговли на рост эффективности коммерческой деятельности предприятий, где главными условиями служат: целесообразное применение ресурсного потенциала и полученных знаний.

### 1.3 Подходы к оценке эффективности электронной торговли

Эффективность электронной торговли рассматривается как условие и как результат воздействия на функционирование предприятия. На основе показателей эффективности можно охарактеризовать эффективность деятельности предприятия под воздействием онлайн-торговли, уровень доходности и прибыльности этого сектора, в более полном объеме получить информацию об окончательных результатах, потому что величина демонстрирует соотношение эффекта от потребленных ресурсов [41].

В целом, эффективность считается сложной категорией экономической науки. Эффективность является основой для формирования количественных и качественных критериев ценности принимаемых решений [42]. Эффективность может быть определена как оптимизация от применения ресурсов по отношению к затратам на электронную торговлю.

Эффективность рассматривается по двум подходам: ресурсному, целевому. Оценка эффективности направлена на достижение цели; эффективность применяемых ресурсов [39]. Структура эффективности показана на рисунке 1.9.

Структура эффективности в сфере торговли включает экономическую и социальную направления, использование которых в комплексе несет комплексную результативность для ее участников, в именно: удовлетворение потребностей предприятий, удовлетворение потребностей конечных покупателей. То есть эффект направлен и на продавца, и на покупателя, что позволит решить основные цели и задачи, стоящие перед предприятиями торговли. Экономическая эффективность сопоставима с результативностью бизнес-процессов торговых предприятий, а социальная эффективность с увеличением и достижением оптимальной величины уровня удовлетворенности покупателей.



Рисунок 1.9 – Структура эффективности [50]

Эффективность электронной торговли может быть рассчитана, например, по определенным ресурсам, являться единичной, либо иметь комплексный эффект (комплексная эффективность деятельности), где берутся в расчет многие показатели оценки. Одни специалисты, как, например, Л. В. Лapidус [26] определяют множество эффектов от электронной торговли (табл. 1.7).

Таблица 1.7 – Эффекты от электронной торговли [26]

Эффект	Динамика показателей
Технологический	Автоматизация вспомогательных процессов. Рост инноваций в этом направлении.
Эффекты от увеличения конкурентоспособности	Рост доли на рынке. Расширение целевой аудитории. Повышение качества сервисного обслуживания.

Окончание таблицы 1.7

Эффект	Динамика показателей
Коммерческий	Дополнительный доход в результате экономии расходов. Рост производительности труда.
Социально-экономический	Совершенствование организационной структуры. Повышение выручки и прибыли он онлайн-продаж. Рост рентабельности онлайн-бизнеса.

Другие специалисты, например, как Л. П. Гаврилов [13], выделяет три группы показателей эффективности электронной торговли (табл. 1.8).

Таблица 1.8 – Группы показателей эффективности электронной торговли [13]

Группа	Показатели
Маркетинговая	Коэффициент соотношения фактических покупок и числа тех, кто посетил сайт, площадку. Коэффициент соотношения числа посетителей, которые опять зашли на сайт, с числом уникальных его посетителей. Коэффициент эффективности рекламы: соотношение посетителей сайта и тех, кто просмотрел рекламу.
Экономическая	Рентабельность Прибыльность
Организационная	Уровень удовлетворенности клиентов дизайном сайта, электронной торговой площадки, его удобства и функциональности

В качестве эффекта от электронной торговли могут быть использованы разные критерии: экономия средств; объем выручки (прирост); производительность труда работников (прирост); величина полученной прибыли (прирост), прочие.

Распространены среди специалистов два подхода к оценке эффективности электронной торговли – социальный и экономический, их характеристика представлена в таблице 1.9.

Таблица 1.9 – Социально-экономический подход к оценке эффективности электронной торговли

Экономический подход		Социальный подход	
показатель	способ оценки	показатель	способ оценки
Выручка от онлайн торговли	Сумма полученной выручки от онлайн	Уровень удовлетворенности	Отношение количества тех, кто

Продолжение таблицы 1.9

Экономический подход		Социальный подход	
показатель	способ оценки	показатель	способ оценки
	продаж при помощи разных источников (сайт, маркетплейс, мобильное приложение, социальные сети и прочее)	пользователей системой организации онлайн торговли	удовлетворен к общему количеству опрашиваемых.
Прирост выручки от онлайн торговли	Разница полученной выручки от онлайн торговли в разрезе временных периодов. Например, в отчетном году в сравнении с прошлым годом	Уровень удовлетворенности пользователей инструментами онлайн продаж (сайт, маркетплейс, мобильное приложение, социальные сети и прочее)	Отношение количества тех, кто удовлетворен к общему количеству опрашиваемых.
Темп изменения выручки от онлайн торговли	Отношение полученной выручки от онлайн торговли в разрезе временных периодов. Например, в отчетном году к прошлому, умножив на 100%, для перевода в процентные числа.	Уровень посещаемости инструментов (маркетплейс, мобильное приложение, социальные сети и прочее)	Соотношение фактических покупок и числа посетителей.
Количество онлайн-заказов, заказов на доставку	Сумма всех заказов за необходимый период времени.	Время на обработку одного заказа	Подсчет среднего времени на обработку одного заказа. Выбрать 100 заказов и разделив на общее время их обработки.
Затраты на онлайн торговлю	Сумма всех расходов на онлайн торговлю: аренда площадей, оплата труда персонала, транспортные расходы, расходы на рекламу, интернет-связь и прочие.	Качество и оперативность работы сотрудников	Определяется в результате критериальной балльной оценки.
Прибыль от онлайн торговли	Разница полученной валовой прибыли от онлайн продаж к затратам	Производительность труда работников	Полученная выручка от онлайн торговли к количеству работников.

## Окончание таблицы 1.9

Экономический подход		Социальный подход	
показатель	способ оценки	показатель	способ оценки
Прирост прибыли от онлайн торговли	Разница полученной прибыли от онлайн торговли в разрезе временных периодов.		
Рентабельность онлайн торговли	Отношение прибыли от продаж к полученной выручке от онлайн торговли. Умножив на 100%, для перевода в процентные числа.		
Чистый доход от онлайн торговли	Разница прибыли с уплачиваемыми налогами.		

Составлено автором по результатам проведенного исследования

В процессе изучения теоретических аспектов исследования электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности отмечено, что на сегодняшний день такая форма реализации продукции является распространенной. Ее роль и показатели в сравнении с традиционными формами сбыта с каждым годом только увеличиваются. Российский рынок электронной торговли развивается, выявлены и ограничения, тормозящие его дальнейшее совершенствование (отсутствие правовой базы, участвовавшие случаи мошенничества на рынке и другое). Электронная торговля имеет разные формы проявления: через сайты (интернет-магазины), универсальные торговые площадки (маркетплейсы), созданные цифровые платформы (приложения) и т.д. В настоящее время определен высокий спрос на маркетплейсы. Выявлено, что в условиях грамотного использования этой формы торговли, оно будет положительным образом влиять на рост эффективности коммерческой деятельности в разных ее функциях. Оценка эффективности электронной торговли предполагает расчет и анализ динамики основных ее социально-экономических и прочих показателей. Анализ технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности во второй главе работы будет приведен на материалах предприятия ООО ЭПФ «Пилон».



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В трех главах выпускной квалификационной работы исследованы аспекты применения технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности.

В процессе изучения теоретических аспектов исследования электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности отмечено, что на сегодняшний день такая форма реализации продукции является распространенной, определено ее развитие за счет увеличения числа заказов от населения, роста объемов реализации. Российский рынок электронной торговли развивается, выявлены и ограничения, тормозящие его дальнейшее совершенствование (отсутствие правовой базы, участившиеся случаи мошенничества на рынке и другое). Электронная торговля имеет разные формы проявления: через сайты (интернет-магазины), универсальные торговые площадки (маркетплейсы), созданные цифровые платформы (приложения) и т.д. В настоящее время определен высокий спрос на маркетплейсы, где представлено разнообразие товаров и участников (продавцов). Выявлено, что в условиях грамотного использования этой формы торговли, оно будет положительным образом влиять на рост эффективности коммерческой деятельности. Оценка эффективности электронной торговли предполагает расчет и анализ динамики основных ее социально-экономических и прочих показателей: количества заказов, выручки и прибыли от онлайн торговли, уровня удовлетворенности пользователей, прочее.

Применяемые технологии электронной торговли рассмотрены по предприятию ООО ЭПФ «Пилон». ООО ЭПФ «Пилон» на Красноярском рынке находится с 1998 года, основной вид деятельности – оптово-розничная реализация промышленных товаров. У предприятия имеется сайт, выполняются онлайн продажи, предприятие функционирует по требованиям российского законодательства. В организации действует линейно-функциональная организационная структура. Основные экономические показатели в 2023 году в

ООО ЭПФ «Пилон» по бухгалтерской отчетности и увеличиваются (по выручке, валовой прибыли), и сокращаются (по прибыли). Наибольшее влияние на рост выручки на предприятии в 2023 году оказал интенсивный фактор (увеличение физических объемов продаж). Основные фонды, оборотные средства в ООО ЭПФ «Пилон» в 2023 году использованы частично эффективно.

Анализ коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон» позволил отметить применение технологии электронной торговли. Это обусловлено продажей товаров и услуг предприятия при помощи интернет-магазина (<https://pilon.ru>). Исследование показало, что в структуре электронной торговли ООО ЭПФ «Пилон» преобладает единственная форма и категория – интернет-магазин с долей в 100% для промышленного сектора (оптовых покупателей) и потребительского сектора (пользователей сети Интернет, розничных покупателей). В результате оценки применяемой технологии электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон» определены ее преимущества и недостатки. К преимуществам применяемой технологии электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон» отнесены: рост выручки, прибыли, чистого дохода и рентабельности интернет-магазина.; повышение доли онлайн-продаж в структуре выручки предприятия, увеличение спроса и интереса от оптово-розничных сегментов; высокая степень удовлетворенности пользователей простотой и удобством оформления заказов в интернет-магазине. Среди недостатков выявлены: использование только одного инструмента технологии электронной торговли (интернет-магазина); многих пользователей не устраивает черный фон интернет-магазина.

С целью ликвидации выявленных слабых сторон, был разработан проект развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон». К мероприятиям проекта были отнесены: разработка и ввод собственного мобильного приложения; работа на одном из маркетплейсов (Ozon), как продавца. Организатором и инициатором проекта назначен коммерческий директор ООО ЭПФ «Пилон». Определен механизм

реализации проекта, выраженный в найме новых работников для работы с мобильным приложением и в маркетплейсе Ozon, составлении календарного плана работ по мероприятиям проекта. Инвестиции из собственного капитала компании составят X тыс.руб. Источником финансирования проекта станет нераспределенная прибыль предприятия ООО ЭПФ «Пилон». Планируется полноценно внедрить мероприятия проекта в ООО ЭПФ «Пилон» с сентября 2024 года. Прогнозы коммерческого директора и главного бухгалтера предприятия по мероприятиям проекта показывают общий прирост выручки за первые 4 месяца реализации в 2024 году X тыс.руб., прибыли от продаж X тыс.руб., рентабельность продаж составит X%, а чистая прибыль X тыс.руб. Прогнозы коммерческого директора и главного бухгалтера предприятия ООО ЭПФ «Пилон» по мероприятиям проекта показывают более значительный прирост экономических показателей от мероприятий проекта в 2025-2026 гг. Чтобы проект развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон» был безубыточным, рассчитано, что необходимо совершать его пользователями в месяц 1203 заказов через мобильное приложение и 1059 заказов через маркетплейс Ozon. Рассчитан срок окупаемости проекта (7мес.). Определены по предлагаемому проекту в ООО ЭПФ «Пилон» четыре наименования рисков: технические сбои при работе мобильного приложения; низкая рентабельность проекта; невысокая информативность мобильного приложения и товарных карточек в маркетплейсе Ozon; некомпетентность SMM-специалистов при работе с мобильным приложением и в маркетплейсе Ozon. Вероятность наступления по большинству определяемых рисков по проекту развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон» – «низкая».

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Конституция Российской Федерации : конституционный закон : принят всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями от 01.07.20 // КонсультантПлюс. – URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28399](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399).
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации : федер. закон № 51-ФЗ, ред. от 11.03.24 № 48-ФЗ // КонсультантПлюс. – URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_5142](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5142).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации : федер. закон № 146-ФЗ от 31.07.1998, ред. от 23.03.24 № 58-ФЗ // КонсультантПлюс. – URL : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671).
4. Об обществах с ограниченной ответственностью : Федеральный закон РФ № 14-ФЗ от 08.02.1998, ред. от 13.06.23 // КонсультантПлюс. – URL : [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17819](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17819).
5. Абель, М. А. Особенности развития электронной коммерции и роль потребителей в условиях цифровизации / М. А. Абель, В. С. Ляхов // Цифровая экономика глазами студентов : материалы международной научной конференции. – Казань : Наука, 2023. – С. 326-329.
6. Андреев, А. А. Особенности электронной торговли в Российской Федерации / А. А. Андреев // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. Вступление. Путь в науку. – 2023. – № 3(43). – С. 49-56.
7. Андрианова, Е. К. Влияние электронной коммерции на глобальные цепочки стоимости / Е. К. Андрианова, М. В. Шатунов // Управление бизнесом в цифровой экономике : сборник тезисов выступлений. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. – С. 93-98.
8. Афанасьевская, А. В. Правовое регулирование электронной торговли / А. В. Афанасьевская, О. В. Содель // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2022. – № 5(148). – С. 271-275.

9. Баранова, М. А. Электронная торговля / М. А. Баранова // Дни науки : сборник материалов научно-практических конференций. – Владимир : Владимирский государственный университет, 2023. – С. 3174-3178.

10. Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учеб. пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 336 с.

11. Брагин, Л. А. Электронная коммерция : учебник / Л. А. Брагин, Г. Г. Иванов, А. Ф. Никишин. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 192 с.

12. Воронина, О. В. Цифровая торговля как элемент глобальной торговой системы в условиях развития информационных и цифровых технологий / О. В. Воронина // Инновационное развитие экономики. – 2023. – № 4(76). – С. 7-10.

13. Гаврилов, Л. П. Электронная коммерция : учебник и практикум / Л. П. Гаврилов. – Москва : Юрайт, 2019. – 477 с.

14. Гасиев, Ф. Г. Эффективность электронной коммерции в условиях развития цифровой экономики / Ф. Г. Гасиев, И. С. Тюленев // Цифровая экономика глазами студентов : материалы международной научной конференции. – Казань : Наука, 2023. – С. 342-345.

15. Головенчик, Г. Г. Цифровая экономика / Г. Г. Головенчик, М. М. Ковалев; БГУ. – Минск, 2019. – 395 с.

16. Грибов, В. Д. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. – Москва : Инфра-М, 2021. – 449 с.

17. Дубровин, М. С. Маркетплейсы как новый инструмент электронной торговли / М. С. Дубровин // Роль бизнеса в трансформации общества : сборник тезисов студентов и аспирантов. – Москва : Синергия, 2023. – С. 280-285.

18. Едророва, В. Н. Развитие российского рынка интернет-торговли и отдельных его сегментов в цифрах / В. Н. Едророва // Экономический анализ : теория и практика. – 2023. – № 11(542). – С. 2037-2060.

19. Емельяненко, И. С. Современное состояние рынка электронной коммерции в России / И. С. Емельянова, Т. И. Антонова // Научный потенциал высшей школы – будущему России : материалы всероссийской научно-

практической конференции. – Ростов-на-Дону : Донской государственный технический университет, 2023. – С. 24-28.

20. Есина, А. С. Электронная торговля : формы и принципы ведения электронной торговли / А. С. Есина // Системная теория оптимального функционирования цифровой экономики : сборник статей всероссийской научной конференции. – Москва : Государственный университет управления, 2023. – С. 90-93.

21. Загидулин, А. Р. Современная коммерция в цифровой экономике / А. Р. Загидулин, К. И. Мухаметдинов, Н. Б. Топунов // Цифровая экономика глазами студентов : материалы международной научной конференции. – Казань : Наука, 2023. – С. 566-571.

22. Казакова, Н. А. Экономический анализ : учебник / Н. А. Казакова. – Москва : ИНФРА-М, 2022. – 343 с.

23. Каманина, Р. В. Цифровые решения в логистике как способ улучшения финансовых показателей деятельности предприятия / Р. В. Каманина, Т. И. Покровская // Современные экономические учения. – 2023. – № 1. – С. 7-12.

24. Клименко, О. И. Актуальные тренды развития электронной торговли в B2B секторе российского рынка / О. И. Клименко, А. А. Изварин // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2024. – № 1(104). – С. 21-31.

25. Крутин, Ю. В. Электронная коммерция / Ю. В. Крутин. – Екатеринбург : Российский государственный профессионально-педагогический университет, 2018. – 100 с.

26. Лapidус, Л. В. Цифровая экономика : управление электронным бизнесом и электронной коммерцией : монография / Л. В. Лapidус. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 381 с.

27. Латникова, А. Р. Исследование основных методов маркетинга и продвижения, используемых в электронной коммерции / А. Р. Латникова // Новая наука – новые возможности : сборник статей международного научно-исследовательского конкурса. – Петрозаводск : Новая наука, 2023. – С. 29-35.

28. Лисовская, М. И. Понятие электронной коммерции в современности / М. И. Лисовская. А. Д. Красько, А. А. Головач // Экономико-правовые перспективы развития общества, государства и потребительской кооперации : сборник научных статей международной научно-практической интернет-конференции. – Гомель : Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, 2023. – С. 67-71.

29. Магомедова, Р. Н. Трансформация потребительского поведения на рынке e-commerce / Р. Н. Магомедова // Вопросы управления. – 2023. – № 6(85). – С. 20-34.

30. Махина, Е. С. Проблемы выхода e-commerce компаний на международные рынки / Е. С. Махина, В. Е. Талынев // Международный студенческий научный вестник. – 2023. – № 4. – С. 6.

31. Моисеенко, И. В. Маркетплейсы как катализатор роста зарубежных и отечественных рынков розничной электронной торговли : тренды и прогнозы / И. В. Моисеенко, Ц. Лю // Трансграничные рынки товаров и услуг : проблемы исследования : сборник материалов международной научно-практической конференции. – Владивосток : Дальневосточный федеральный университет, 2023. – С. 77-81.

32. Наливайченко, Е. В. Развитие цифровой экономики в условиях глобализации : монография / Е. В. Наливайченко. – Симферополь : Ариал, 2019. – 276 с.

33. Новикова, Е. А. Проблемы и перспективы цифровизации рынка электронной торговли РФ / Е. А. Новикова, Н. В. Барсукова, О. И. Ванюшкина // Наука молодых – будущее России : сборник научных статей международной научной конференции перспективных разработок молодых ученых. – Курск : Университетская книга, 2023. – С. 234-237.

34. Онлайн-продажи 2023 : тренды и драйверы. – URL : [https://datainsight.ru/sites/default/files/DI\\_Virin\\_inSales\\_OnlineSales2023\\_trends\\_drivers.pdf](https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Virin_inSales_OnlineSales2023_trends_drivers.pdf).

35. Осьмакова, А. В. Виды электронной торговли в Российской Федерации / А. В. Осьмакова // Тенденции развития науки и образования. – 2023. – № 98-4. – С. 57-59.

36. Попенкова, Д. К. Совершенствование системы регулирования онлайн-торговли в России / Д. К. Попенкова // Приоритеты и механизмы стратегического планирования в Российской Федерации : сборник статей международной научной конференции. – Москва : Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2023. – С. 139-145.

37. Предприятие «Пилон». – URL : <https://pilon.ru>.

38. Рябинина, С. Р. Интернет-торговля в России / С. Р. Рябинина, А. Б. Бутина // Научное и техническое творчество молодежи : материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2023. – С. 83-86.

39. Савицкая, Г. В. Экономический анализ : учебник / Г. В. Савицкая. – Москва : ИНФРА-М, 2023. – 587 с.

40. Сальников, И. В. Алгоритм организации продаж в условиях интернет-торговли / И. В. Сальников // Экономика и предпринимательство. – 2023. – № 9(158). – С. 1036-1040.

41. Серебрякова, С. О. Понятие «эффективность» / С. О. Серебрякова // Экономика и управление. – 2020. – № 9(179). – С. 914-920.

42. Соколова, И. Н. Анализ эффективности предприятий : учеб. пособие / И. Н. Соколова. – Москва : Мир, 2019. – 188 с.

43. Тепин, К. С. Разработка мобильного приложения для поддержки бизнес-процессов торгового предприятия / К. С. Тепин // Научные достижения и открытия : сборник статей международного научно-исследовательского конкурса. – Пенза : Наука и Просвещение, 2021. – С. 36-43.

44. Тренды развития рынка электронной коммерции в России. – URL : <https://cart-power.ru/blog/trendy-razvitiya-rynka-elektronnoj-kommercii-v-rossii>.



45. Тренды электронной коммерции в 2023 году. – URL : <https://www.agora.ru/blog/trendy-e-commerce-2023>.

46. Хао, К. Методы определения экономической эффективности систем электронной коммерции / К. Хао // Потенциал логистики XXI века : молодежное измерение : сборник научных статей и научных проектов. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. – С. 31-38.

47. Цхададзе, Н. В. Модели электронной коммерции в современном мире / Н. В. Цхададзе // Самоуправление. – 2023. – № 6(139). – С. 390-392.

48. Экономика организации / под ред. А. Н. Иванова. – Санкт-Петербург : Лидер, 2023. – 402 с.


49. Электронная торговля / под ред. Р. Р. Дыгановой, Г. Г. Иванова, Р. Р. Салиховой. – Москва : Дашков и К, 2021. – 150 с.

50. Эффективность деятельности фирмы : текст лекций / сост. Н. Н. Терещенко; Красн. торг.-экон. ин-т, СФУ, 2015. – 30 с.

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт торговли и сферы услуг

Кафедра торгового дела и маркетинга


УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Ю.Ю. Суслова  
« 03 » 06 2024 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01 «Коммерция»

«Применение технологий электронной торговли в совершенствовании  
коммерческой деятельности»

Руководитель

  
подпись, дата

Канд. тех. наук, доцент

должность, ученая степень

Е. А. Нечушкина

инициалы, фамилия

Выпускник

  
подпись, дата

ЭУ20-03Б-К

группа

П. С. Яценко

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

  
подпись, дата

Профессор, д-р экон. наук

должность, ученая степень

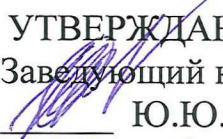
Ю.Ю. Суслова

инициалы, фамилия

Красноярск 2024

Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«**СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**»

Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой  
 Ю.Ю. Сулова  
« 05 » 03 2024 г.

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

Студенту Ященко Полине Сергеевне.

Группа ЭУ20-03Б-К. Направление (специальность) 38.03.06 «Торговое дело» 38.03.06.01  
«Коммерция»

Тема выпускной квалификационной работы: «Применение технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности»

Утверждена приказом по университету № № 4118/С от 05.03.2024г.

Руководитель ВКР Е. А. Нечушкина, канд. тех. наук, доцент

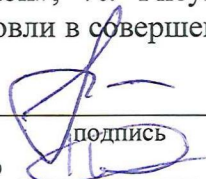
Исходные данные для ВКР документация предприятия, материалы собственных исследований

Перечень разделов ВКР: 1 Теоретические аспекты исследования технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности. 2 Анализ технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон». 3 Разработка проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».

Перечень графического материала: Таблица 1.1 – Исторические фазы развития электронной торговли в Российской Федерации. Таблица 2.2 – Общая характеристика предприятия ООО ЭПФ «Пилон». Таблица 2.5 – Анализ основных показателей деятельности ООО ЭПФ «Пилон» за 2022-2023 гг. Таблица 2.13 – Применяемые модели реализации используемой технологии электронной торговли в ООО ЭПФ «Пилон». Таблица 2.16 – Оценка бизнес-процессов продаж в организации ООО ЭПФ «Пилон». Таблица 3.6 – План продаж по проекту развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон» на 2024 год. Другие. Рисунок 1.1 – Объем продаж на рынке электронной торговли в Российской Федерации, трлн.руб. Рисунок 2.3 – Организационная структура ООО ЭПФ «Пилон». Рисунок 2.4 – Структура категорий персонала ООО ЭПФ «Пилон», %. Рисунок 3.2 – Мероприятия проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности ООО ЭПФ «Пилон». Другие.

Руководитель ВКР

Задание принял к исполнению

  
подпись

подпись, инициалы и фамилия студента

Е. А. Нечушкина  
инициалы и фамилия

П. С. Ященко

«5» марта 2024 г.



Министерство науки и высшего образования РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт торговли и сферы услуг  
Кафедра торгового дела и маркетинга

**Отзыв**

на бакалаврскую работу студента направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело»  
38.03.06.01 «Коммерция»»

Ф.И.О. студента **Яценко Полина Сергеевна**

На тему: **«Применение технологий электронной торговли в совершенствовании  
коммерческой деятельности»**

Цель работы: разработка проекта развития технологий электронной торговли в совершенствовании коммерческой деятельности предприятия ООО ЭПФ «Пилон».

Работа основана на материалах ООО ЭПФ «Пилон».

Бакалаврская работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников включающего 50 наименований. Она содержит 92 страницы текста, 37 таблиц, 34 рисунка, 4 приложения.

Соответствие дипломной заданию по объёму и по содержанию *соответствует*

Актуальность темы: Грамотное применение технологий электронной торговли позволяет оптимизировать расходы на коммерческую деятельность, обеспечить стабильный рост экономических показателей и конкурентные преимущества.

Основные положения и результаты исследования:

Содержание и оценка качества выполнения теоретического раздела:

Теоретический раздел выполнен на высоком уровне с использованием современных теорий, с использованием отечественных и зарубежных источников и данных.

Содержание и оценка качества выполнения аналитического раздела:

Аналитический раздел полностью соответствует требованиям к ВКР, использованы современные теории и методы анализа, материалы по деятельности ООО ЭПФ «Пилон».

Оценка качества предложенных и обоснованных рекомендаций:

Предложенные мероприятия следуют из полученных результатов анализа, актуальны, обоснованы, подтверждены всеми необходимыми расчетами.

Практическая значимость выпускной работы, апробация результатов исследования:


Анализ состояния и проект развития технологий электронной торговли могут быть использованы в практической работе предприятия ООО ЭПФ «Пилон».

Оформление дипломной работы: полностью соответствует требованиям к ВКР

Недостатки и замечания: существенных замечаний не выявлено

Соответствие дипломной работы предъявляемым требованиям - *полностью соответствует требованиям к ВКР*

Руководитель дипломной работы  
доцент, ИТиСУ СФУ, канд. тех. наук

  
(Дата, должность, организация, фамилия, инициалы)

Е.А. Нечушкина

\_\_\_\_\_ . 2024 г