

**Смирнов Никита Александрович,
Карабаева Разалия Рамиловна,**
обучающиеся
АУ «Сургутский политехнический колледж»,
г. Сургут
E-mail: highsavag@icloud.com,
razaliakarabaeva@yandex.ru

**Научные руководители:
Зассеева Ирина Леонидовна,
Лебедкина Ольга Сергеевна,**
преподаватели
АУ «Сургутский политехнический колледж»,
г. Сургут
E-mail: los@surpk.ru

МАГАЗИН «ITCOMP» ПО РЕАЛИЗАЦИИ СОСТАВЛЯЮЩИХ ДЛЯ ПЕРСОНАЛЬНЫХ КОМПЬЮТЕРОВ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО Предпринимательство — самостоятельная деятельность человека или объединенной группы лиц, направленная на систематическое получение прибыли. Различные виды предпринимательства решают многие экономические, социальные и другие проблемы, поэтому тема является актуальной. Основная идея бизнес-плана заключается в продвижении на рынок доступных и недорогих комплектующих, не уступающих по мощности и качеству конкурентным моделям. Цель данной публикации — показать экономическое обоснование создания малого предприятия на примере магазина «ITComp» по реализации составляющих для персональных компьютеров.

УДК 338.5

Entrepreneurship is an independent activity carried out at its own risk, aimed at the systematic receipt of profit. Various types of entrepreneurship solve many economic, social and other problems, so the topic is relevant. The main idea of the business plan is to market affordable and inexpensive components that are not inferior in terms of power and quality to competitive models. The purpose of this research was the economic feasibility of creating a small enterprise using the «ITComp» store as an example for the sale of components for personal computers.

Ключевые слова

Предпринимательство, бизнес-план, производственная и коммерческая деятельность, финансы, компьютеризация, магазин.

Keywords

Entrepreneurship, business plan,

production and commercial activities, Finance, computerization, shop.

Что такое предпринимательство, сегодня знают многие. Бизнес и предпринимательство — самостоятельная деятельность, которая осуществляется субъектами на свой риск. Направлена она на по-

лучение прибыли от оказания услуг или продажи товаров. Предпринимательство – это деятельность, которая становится возможной только после прохождения определенной государственной регистрации. Она сложная и разносторонняя, заниматься ей может отнюдь не каждый [2].

Различные виды предпринимательства решают многие экономические, социальные и другие проблемы. Тема является актуальной, так как в нашей стране государство оказывает большую поддержку малому бизнесу. Все многообразие предпринимательской деятельности может быть классифицировано по различным признакам: виду деятельности, формам собственности, количеству собственников, организационно-правовым формам, организационно-экономическим формам, степени использования наемного труда и др. Рассмотрим некоторые из них.

По назначению предпринимательство можно подразделить на четыре типа.

1. Производственная деятельность. Направлена на производство продукции, проведение работ и услуг, сбор, обработку и предоставление информации, создание духовных ценностей и т. п., подлежащих последующей реализации потребителям.

2. Коммерческая деятельность связана с куплей/продажей товаров, удовлетворением спроса покупателей, развитием целевых рынков товаров, минимизацией издержек обращения и получением прибыли.

3. Финансовая деятельность – особая форма коммерческого предпринимательства, в котором в качестве предмета купли/продажи выступают валютные ценности, национальные деньги (российский рубль) и ценные бумаги (акции, облигации и др.), продаваемые предпринимателем покупателю или предоставляемые ему в кредит.

4. Консультативная деятельность – бизнес, осуществляемый высококвалифицированными специалистами, которые решают возникшую проблему стратегии развития предприятия, они получили название консультанты [5].

На данный момент рынок компьютерной техники стал очень развитым. Спрос на мощные компьютеры растет с каждым днем, а возможность приобрести компьютер по выгодной цене есть не у всех. Основная идея бизнес-плана заключается в продвижении на рынок доступных и недорогих комплектующих, не уступающих по мощности и качеству конкурентным моделям. Магазин «ITComp» будет специализироваться на продажах составляющих деталей для сборки компьютеров, проведения различных мероприятий, связанных с играми и приложениями, а также предоставлять множество дополнительных услуг. Данная бизнес-идея была выбрана в связи с высоким спросом на недорогие и мощные составляющие компьютеров среднего класса. Бизнес ориентирован на контингент людей, ведущих активную работу за компьютерами для экономии их денежных средств.

Магазин «ITComp» будет носить статус индивидуального предпринимателя (ИП), используемая налоговая ставка 15% (доходы-расходы).

Основная сфера деятельности – продажа комплектующих для персональных компьютеров, дополнительная – тематические вечера, конкурсы в социальных сетях.

Для организации торгового предприятия «ITComp» предполагается взять в аренду помещение площадью 50 м², которое будет расположено по адресу: г. Сургут, мкрн 8-й, ул. Майская, около сквера «Энергетиков», где высокая проходимость.

Для реализации проекта «ITComp» необходима сумма инвестиций 300 000 руб., в том числе собственных средств – 100 000 руб., финансовая поддержка, предоставляемая органами службы занятости населения г. Сургута, – 200 000 руб.

Предполагаемыми потребителями продукции магазина «ITComp» будут граждане, желающие приобрести наиболее востребованные комплектующие для персонального компьютера с гарантийным сроком, не располагающие большой суммой денежных средств (школьники, студенты и т. п.). Повышение цен будет происходить по мере завоевания конкурентоспособного места в нише.

Миссия компании – изменить жизнь молодых людей, экономя деньги на приобретении комплектующих для персональных компьютеров, в лучшую сторону.

Лозунг компании – «Мощно – не значит дорого!»

Цели и задачи бизнес-идеи представлены по методике SMART в таблице 1.

Таблица 1. Методика SMART

S	Specific	Конкретный	Открытие магазина комплектующих для компьютерной техники по доступным ценам
M	Measurable	Измеряемый	Увеличивать ежемесячно продажи на 10%
A	Achievable	Достижимый	Зарекомендовать себя в качестве магазина с отличным сервисом и доступными ценами
R	Relevant	Релевантный/соответствующий	Сотрудничество с более крупными фирмами, организациями, являющимися поставщиками
T	Time bound	Ограниченный по времени	Окупить вложенные инвестиции за 12 месяцев

Магазин «ITComr» будет носить статус индивидуального предпринимателя (ИП), так как для регистрации не нужен уставной капитал и относительно легко ликвидировать ИП.

В магазине комплектующих для компьютерной техники «ITComr» планируется реализовывать комплектующие для ПК и оказывать техническую поддержку покупателям.

Поставщиками товаров и аксессуаров могут быть как отечественные, так и импортные производители. В их число входят поставщики из Китая и Европы. При этом на сегодняшний день качество товаров ничем не хуже, а цены намного ниже в сравнении с европейскими аналогами. Поэтому основной упор будет сделан на китайский товар. Для удобства покупателей следует работать в выходные дни, так как большая целевая аудитория – школьники и студенты.

Исследовав конкурентоспособность бизнес-идеи, был составлен SWOT-анализ магазина «ITComr», представленный в таблице 2.

Таблица 2. SWOT-анализ магазина «ITComr»

Strengths – сильные стороны	Weaknesses – слабые стороны
1. Невысокая цена товара. 2. Вежливый персонал. 3. Широкий ассортимент. 4. Удобный график работы. 5. Удобное местоположение магазина	1. Низкая узнаваемость на рынке. 2. Небольшой штат сотрудников
Opportunities – возможности	Threats – угрозы
1. Улучшение рекламной кампании. 2. Развитие компетенций персонала. 3. Возможность расширения компании	1. Спад спроса из-за кризиса. 2. Повышение таможенных пошлин. 3. Снижение доходов населения

После проведения анализа маркетинговой среды выявлено следующее:

1. Невысокая цена на товар, который по качеству не уступает комплектующим на рынке, позволит охватить большую долю покупателей. Квалифицированный персонал магазина будет осведомлен о каждой позиции товара и сможет грамотно проконсультировать клиента. Таким образом, клиентоориентированность в магазине на высоком уровне. Это должно обеспечить высокий уровень продаж.

2. Слабая узнаваемость на рынке не позволит получить большую прибыль. Для того чтобы быть узнаваемым на рынке, необходимо провести эффективную рекламную кампанию.

3. Небольшой штат сотрудников. Необходимо в дальнейшем увеличивать количество рабочих мест.

4. Спад спроса из-за кризиса является угрозой для большинства предпринимателей так же, как и изменение таможенного оформления. Это является внешними факторами, которые компания не в силах изменить.

Проанализировав статистические данные в социальных сетях «ВКонтакте», выявили, что люди в данном сегменте имеют персональный компьютер и являются активными пользователями ПК. Целевой группой являются люди в возрасте до 18 лет, а также от 18 до 24 лет, желающие приобрести ПК-составляющие с гарантийным сроком; граждане, не имеющие больших денежных накоплений для покупки дорогих комплектующих; граждане, проводящие много времени за компьютером.

Конкуренты в данной отрасли (г. Сургут) – это магазины, реализующие различные составляющие для ПК («Первый компьютерный», DNS, «МВидео», «IT-мафия», «Позитроника»). Сегментирование рынка определялось в соответствии с поведенческими признаками потенциального покупателя, которые представлены в таблице 3.

Таблица 3. Поведенческие признаки сегментирования

Признаки сегментирования	Описание
Место совершения покупки	Магазин, интернет-магазин
Частота совершения покупки и частота потребления продукта	Более 2 раз в неделю
Искомые выгоды для потребителей	Качество, сервис, экономия
Отношение к товару	Лояльное
Ключевые драйверы покупки	Цена, качество, уровень сервиса
Повод для совершения покупки	Обыденная покупка
Ожидаемый результат	Высокие ожидания от приобретения товара
Статус покупателя	Потенциальный покупатель
Степень готовности совершить покупку	Осведомленный человек, знающий, интересующийся, желающий совершить покупку
Степень вовлеченности в покупку	Не требуется срочное решение проблемы

Изучив поведенческие признаки потенциального покупателя, выявили основные стимулы для приобретения товаров.

Магазин «ITComr» будет расположен в арендуемом торговом помещении (50 м²), из них 40 м² – торговый зал, 10 м² – складское помещение для хранения товарных запасов.

На момент открытия магазина «ITComr» будут не-

обходимы два сотрудника, являющиеся разработчиками бизнес-проекта. В дальнейшем, по мере расширения клиентской базы, планируется создание новых рабочих мест.

Визуализация бизнес-процессов представлена на рисунке 1.



Рис. 1. Схема предоставления услуг

Для развития бизнес-плана будет применена стратегия концентрированного маркетинга. Она предполагает, что фирма концентрирует свои усилия на одном или нескольких немногочисленных сегментах рынка и предлагает товары в расчете на удовлетворение потребностей именно этих групп покупателей.

Для проведения социального опроса, в котором приняли участие 109 респондентов, была разработана анкета. Опрос проводился среди студентов Сургутского политехнического колледжа, структурного подразделения сферы услуг.

После проведения социального опроса потенциальных клиентов выявлено, что скорость, мощность, производительность и качество являются востребованными показателями при приобретении персонального компьютера.

Деятельность магазина «ITComp» будет направлена на потребителя города Сургута. Покупатель приходит и выбирает интересующий его товар, затем он может получить консультацию об интересующей его детали. В торговом зале будут расположены стеллажи с выставочным товаром, имеющимся в наличии. Также товар можно будет заказать на сайте магазина и через социальные сети (Instagram, «ВКонтакте»).

Для привлечения клиентов будет использована таргетированная реклама и разработана система лояльности. Система лояльности предполагает наличие бонус-

ных карт, программ, направленных на расширение клиентской базы. Сюда будут относиться: разовые скидочные купоны, карты постоянных покупателей и бонусная программа «Приведи друга – получи процент с его покупки на карту».

Для привлечения клиентов в первую очередь необходимо создать бизнес-аккаунт в социальных сетях: Instagram и сообществе «ВКонтакте».

Информационное содержание: название компании, ее адрес, краткое описание деятельности, публикации с продукцией, имеющейся в наличии, публикации, связанные с миром IT-технологий и игр, выявление спроса на определенный товар посредством опроса, чат-бота. Следует отметить, что эффективно будет выражаться сленгом молодежи (слова, не выходящие за рамки этики), нежели официально-деловым языком. После создания бизнес-аккаунта и сообщества необходимо прокламировать их в группах ведущих соцсетей города: «О! Сургут», «К-Информ» и т. д.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы: учебник/ М.М. Алексеева. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 400 с.
2. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник – СПб.: АНО ИПЭВ, 2018. – 336 с.
3. Буров, В.П., Морозкин, В.А., Новиков, О.К. Бизнес-план: методика составления/ В.П. Буров, В.А. Морозкин, О.К. Новиков. – М.: ЦИПКК, 2017. – 224 с.
4. Денисова, Н.И. Организация предпринимательства в сфере коммерции / Н.И. Денисова, Диянова Н., Штесель. – М.: Магистр, 2018. – 336 с.
5. Калапуц, П.А. Организация предпринимательской деятельности / П.А. Калапуц. – М.: МГОУ, 2016. – 252 с.
6. Муравьев, А.И. Предпринимательство / А.И. Муравьев, А.М. Игнатъев, А.Б. Крутик. – М.: Лань, 2018. – 696 с.
7. Рубин, Ю.Б. Предпринимательство / Ю.Б. Рубин. – М.: Синергия, 2017. – 864 с.
8. Самарина, В.П. Основы предпринимательства / В.П. Самарина. – М.: ООО «ТНТ», 2018. – 292 с.
9. Сутягин, В.Ю. Финансовая среда предпринимательства. Учебное пособие / В.Ю. Сутягин, М.В. Беспалов, Р.Ю. Черкашнев. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 272 с.