УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

БИЗНЕС - ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

«Практика по получению профессиональных умений и опыта

профессиональной деятельности»

Направление: 38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль): «Экономика предпринимательства»

Обучающийся 3 курса

Группа Э - ЗИ-20/1

Коротина Алёна Евгеньевна

ФИО полностью

Руководитель практики от УлГУ

Зимина Лариса Юрьевна

ФИО полностью

г. Ульяновск, 2023 г.

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

[ВЕДЕНИЕ 3](#_Toc132507017)

[1. Общая характеристика предприятия 4](#_Toc132507018)

[2 Этапы жизненного цикла услуги предприятия 8](#_Toc132507019)

[3 Анализ микроокружения предприятия ООО «ПРСК» 9](#_Toc132507020)

[3.1 Анализ потребителей 21](#_Toc132507021)

[4. Основные экономические показатели 25](#_Toc132507022)

[5 Разработка предложений по улучшению работы предприятия ООО «ПРСК» 28](#_Toc132507023)

[ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31](#_Toc132507024)

[СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 33](#_Toc132507025)

[ПРИЛОЖЕНИЕ А 35](#_Toc132507026)

# **ВЕДЕНИЕ**

Производственная практика является одной из неотъемлемых частей подготовки квалифицированных специалистов всех специальностей, в том числе и «Экономика предпринимательства». Во время прохождения практики происходит закрепление и конкретизация результатов теоретического обучения, приобретение студентами умения и навыков практической работы по избранной специальности и присваиваемой квалификации.

Основной целью производственной практики является практическое закрепление теоретических знаний, полученных в ходе обучения. Основным результатом данной работы является отчет о прохождении практики, в котором собраны все результаты деятельности студента за период прохождения практики и анализ основных показателей предприятия.

Задачи практики:

1. Изучить историю становления предприятия. Основной вид деятельности. Организационно-правовая форма предприятия.

2. Охарактеризовать организационную и производственную структуру предприятия.

3. изучить этапы жизненного цикла изделия (продукции, услуги) предприятия, технологическая цепочка его создания.

4. Изучение микроокружения предприятия.

5. Анализ основных экономических показателей.

6. Выявление проблемы и изучение передового отечественного и зарубежного опыта ее решения.

7. Разработка предложений по улучшению работы предприятия.

# **1. Общая характеристика предприятия**

ООО «ПРСК»

Юридический адрес:

198096, г. С-Петербург, пр. Стачек, д. 67, литер А, пом. 127

ИНН 7801221445 КПП 780501001

ОГРН 102 780 052 4465

р/с 407 028 102 450 000 02 481

к/с 301 018 109 000 000 00 790

БИК 044 030 790

Филиал «Петровский»

ПАО «Банк Санкт-Петербург» г. Санкт-Петербург

ОКПО 59460334

Телефон: +7(965)0426585

E-mail:9650426585@mail/ru

Генеральный директор: К.Г.Трифонов

Компания «ЮТТА»- работает уже 22 года, постоянно расширяя свои возможности своей деятельности. «ЮТТА-Творец Уюта» сегодня – динамично развивающаяся компания, которая по праву считается лидером на рынке ремонтно-строительных услуг.

1997г. – регистрация ЧП Трифонов К.Г. «Ремонт квартир». Открытие первого офиса по адресу пр.Стачек,28.

1999г.- Эксклюзивное партнерство с «Петербургской ремонтной служюой» (ПРС).

2000г.-Эксклюзивное партнерство с ремонтной службой «007». Увеличение объема заказов. Переезд в офис на пр.Стачек, 67/4.

2002г.- Регистрация ООО «Петербургская ремонтно-строительная компания» (ПРСК). Получение строительной лицензии ООО «ПРСК».

2003г.- Открытие офиса по адресу: Ленинский проспект, 168.

2004г.- открытие регионального офиса в Красноярске. Открытие офиса по адресу: Лиговский проспект, 113. Получение сертификата Госстроя РФ. Страхование ремонта в страховых компаниях Петербурга.

2005г.- Открытие офиса по адресу: Гражданский проспект, 119. Создание и продвижение торговой марки «ЮТТА». Предоставление услуги «Ремонт в кредит». Стратегическое партнерство с производственной компанией «Тайфун».

2006г.- Открытие регионального офиса в Калининграде. Открытие трёх фисов нового направления «Загородное строительство и деревообрабатывающее производство». Открытие оконного производства и 5 офисов продаж. Вступление в Ассоциацию Профессионалов Ремонтно-Отделочных Работ (АПРОР). Создание службы контроля качества. Компания была выбрана лауреатом в престижном конкурсе «Газель бизнеса » в номинации «Самая быстроразвивающаяся фирма города».

2007г.- Открытие офиса по адресу проспект Энгельса, 139/21.

2008г.- Открытие Дизайн-студии ЮТТА. Издание многотиражной рекламно-информационной газеты «Творец уюта» о ремонте и благоустройстве Вашего дома.

2009г.- Открытие консультационных центров по ремонту и отделке квартир в сети гипермаркетов OBI в Санкт-Петербурге.

2010г.- Открытие произвоюдства по изготавлению и монтажу натяжных эко-потолков. Вступление компании в саморегулируемую организацию (СРО).

2012г.- Стратегическое партнерсвто с компанией ИКЕА.

2012г.- Открытие консультационных центров по ремонту и отделке квартир в К\_РАУТА, CASTORAMA.

2013г.- Актвиное развитие офиса в Финляндии. Запуск нового направления «эко-клининг».

2014г.- Открытие офиса в Севастополе, Крыме.

2015г.- Заключение партнерских договоров с Leroy Merlin и «Евромебель». Открытие офисов в Москве и Ницце (Франция).

2016г.- Сертификация по контролю качества ЕАС.

2017г.- Организация консультационного пункта в Леруа Мерлен Калининграда. Новым партнером компании стал «Мир Недвижимости». Приняли участие в первой ежегодной «Ярмарке шансов» в формате выставки Tesla Place (Москва).

2018г.- Стратегическое парнерство с управляющей компанией «Сервис Недвижимость» (Эталон Групп). Новым портнером стала увправляющая компания «Уютный дом». По результатам работы за 2018 год поратлом Super Job компания аолучила звание «Привлекательный работадатель».

С 2019г.- Начало сотрудничества с сетью строительных гипермаркетов «ВиМос». Активное продвижение ремонтно-отделочных услуг в Ленинградской области.

В настоящее время у компании 5 главных офисов в Санкт-Петербурге, а так же офисы в Москве, Красноярске,Калининграде, Севастополе, в Финляндии и во Франции.

Штат сотрудников насчитывает более 1000 человек. Большая часть-это прорабы и мастера сазличных специальностей, чей профессинализм и бесценный опыт явялется крепким фундаментом, на котором построена работа компании.

С 1997 года компания специализируется на выполнении ремонтно-отделочных работ в квартирах и офисах, а также на строительстве и отделке загородных домов, изготовлении окон ПВХ и натяжных эко-потолков.

За 22 года работы в сфере ремонтно-отделочных услуг они зарекомендовали себя как надежная компания. Возможности данной компании позволяют им делать ремонт любой сложности, а их ресурсы дают твердую гарантию его своевременного и четкого исполнения.

Организационно-правовая форма предприятия общество с ограниченной ответственностью (сокр. ООО). Это учреждённое одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделён на доли; участники общества — учредители — не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков [1], связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей или акций в уставном капитале общества, но только до тех пор, пока общество не находится в стадии банкротства. При банкротстве общества участники могут понести субсидиарную ответственность по долгам общества всем имеющимся у них имуществом.

Специалисты «ПРСК» - конструкторы, проектировщики, инженеры, строители, решают практически любые задачи: от создания архитектурного проекта и расчета конструкций зданий до производства строительных, ремонтных и отделочных работ любой сложности.

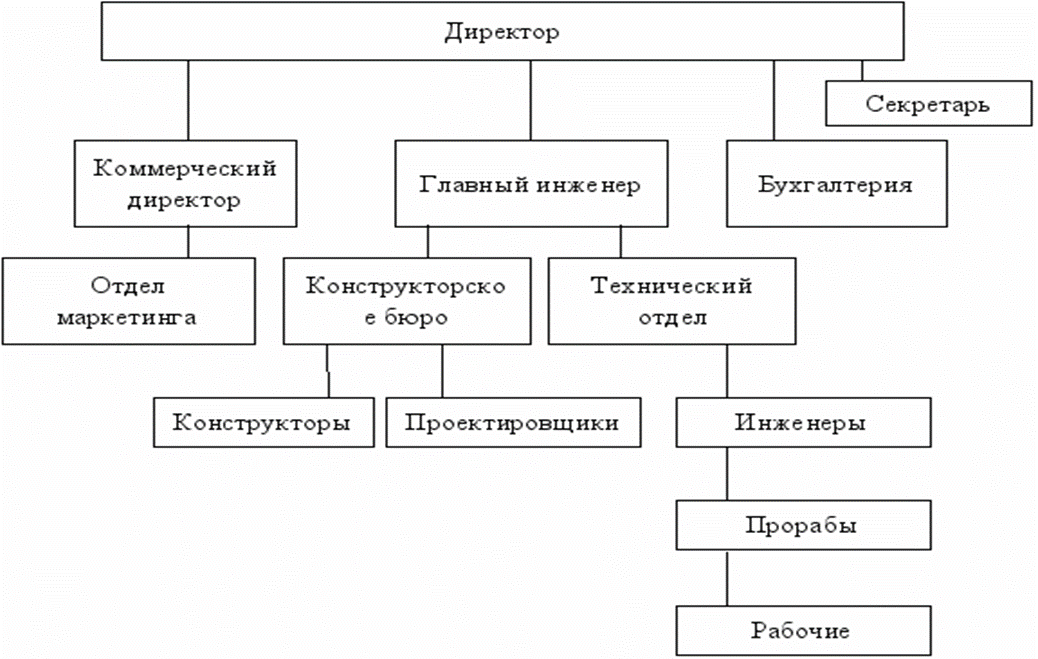


Рисунок 1 – Схема организационной стуктуры ООО «ПРСК».

Преимущества: Единство и четкость распорядительства / Согласованность действий исполнителей/ Простота управления / Четко выраженная ответственность/ Оперативность в принятии решений/ ответственность руководителя за конечные результаты деятельности подразделения

Недостатки: Высокие требования к руководителю/ отсутствие звеньев по планированию и подготовке решений/ Перегрузка информацией, множество контактов / затруднительные связи между инстанциями/ Концентрация власти в управляющей верхушке.

Все объекты сопровождаются дизайнерским и техническим надзорами, которые максимально точно реализуют все пожелания клиентов. Опытные специалисты способны выполнять работы всех уровней сложности, которые произведутся в соответствии с четким графиком, каждый этап работ закончится точно в срок. Готовность к творческому подходу, уважение клиентов и их рабочего времени, высокий уровень организации работ, максимально сжатые сроки выполнения заказов – все это является визитной карточкой данного предприятия. «ПРСК» твердо гарантирует соблюдение сроков и качества работ вне зависимости от сложности объектов и их размещения.

# **2 Этапы жизненного цикла услуги предприятия**

Начальная (прединвестиционная) фаза – характеризуется относительно небольшой интенсивностью инвестиций и включает две стадии:

1) прединвестиционные исследования (3 % затрат) и планирование проекта (5 % затрат) - на этом этапе выдвигается идея проекта, выполняются разработка концепции проекта (включая предварительное обследование и определение проекта), сравнит оценка альтернатив, утверждение концепции;

2) разработка проектно-сметной документации (ПСД) и подготовка к строительству (20 % затрат) – этот этап включает разработку плана проектно-изыскательских работ, задание на разработку и разработка экономического обоснования инвестиций, его согласование, экспертиза и утверждение, выдача задания на проектирование, разработка, согласование и утверждение проектно-сметной документации, отвод земли под строительство, разрешение на строитеьство, разработка бизнес плана проекта.

Основная (инвестиционная) фаза – отличительной особенностью этой фазы является максимальный объем инвестиций (порядка 60% затрат), благодаря которому выполняется наибольший объем работ по реализации проекта, фаза также включает две стадии:

3) проведение торгов и заключение контрактов, организация закупок и поставок – тендеры на проектно-изыскательсткие работы и заключение договоров, тендеры на поставку оборудования и заключение контрактов, тендеры на подрядные работы и заключение контрактов, разработка планов (графиков) поставки ресурсов;

4) строительно-монтажные работы – разработка оперативного плана строительства, разработка графиков работы машин и механизмов, выполнение строительно-монтажных работ, мониторинг и контроль.

Завершающая фаза – характеризуется также незначительной интенсивностью инвестиций (12 % затрат) - на этой фазе проводятся пусконаладочные работы и происходит сдача законченного строительствомвом объекта в эксплуатацию, эксплуатация объекта. При этом выявленные недостатки и поломки исправляются за счет предприятия, кот. несет ответственность за соответствующие работы в период гарантийных обязательств.

Эффективность ИСП оценивается с использованием системы показателей, отражающих соотношение затрат и результатов деятельности организаций, принимающих участие в реализации (Приложение А).

**3 Анализ микроокружения предприятия ООО «ПРСК»**

Характеристика основных поставщиков ООО «ПРСК» приведена в таблице 1.

Таблица 2 – Характеристика основных поставщиков ООО «ПРСК»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Поставщики | Период сотрудничества | Поставляемые материалы | Количество заказов в год | Метод расчёта |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ООО «Аквафорум» | с 2011г. | смесители | около 14 | наличный |
| ООО «Аконтролс-СИС» | с 2011г. | галька | около 10 | безналичный |
| ООО « Цементоптторг» | с 2011г. | Бордюр | около 15 | безналичный |
| ООО «АльфаСТ проект» | с 2007г. | Проектные работы | 4 | безналичный |
| ЗАО «Аэропроф» | с 2011г. | Корпус, доводчик | 9 | безналичный |
| ООО «Батайская металлобаза» | с 2011г. | Сетка, трубы, швеллер, лист оцинкованный | 20 | безналичный |
| ЗАО «Билд» | с 2011г. | Сантехника | Около 10 | безналичный |
| ООО «Вентсервис» | с 2011г. | Пуско-наладочные работы, резина, сталь | 20 | безналичный |
| ООО «Вепоз» | с 2011г. | Строительные знаки | 3 | наличный |
| ООО «ПКФ Донснаб» | с 2012г. | Краска, проволока, радиаторы | 160 | безналичный |
| ООО «ДОНэлектромон-таж» | с 2011г. | Котлован под столбы | 2 | безналичный |
| ООО «ЕвроТехТорг» | с 2012г. | Жироуловитель | 8 | безналичный |
| ЗАО «Инженерная геодезия» | с 2017г. | Рейка, штатив | 4 | безналичный |
| ЗАО «КСМ 14» | с 2011г. | Бетон | 3 заказа в неделю | безналичный |
| ООО «Лонмади» | с 2016г. | Сальник | 17 | безналичный |
| ИП Лежибоков О.В. | с 2016г. | Перчатки, инструменты, гвозди, дюбель | 57 | наличный |
| ООО «Макро-Севкабель | с 2011г. | Кабель, провод | 35 | безналичный |
| ООО «ОНИС» | с 2012г. | Керамический гранит | 6 | безналичный |
| ООО «Росгидромонтаж» | с 2016г. | Фланец, шайба, отвод, переход | 25 | безналичный |
| ООО «РостЕвроМет» | с 2011г. | Арматура | около 60 | безналичный |
| ООО«Технониколь» | с 2016г. | Теплоизоляция | 30 | безналичный |
| ООО «Сигма» | с 2016г. | Щебень | 25 | безналичный |
| ЗАО«Союзлифтмонтаж» | с 2011г. | Монтаж лифта | 4 | безналичный |

Согласно данным таблицы 1 состав поставщиков ООО «ПРСК» довольно обширен и включает 22 юридических лица – предприятия в форме ООО или ЗАО, а также одного индивидуального предпринимателя. Период их сотрудничества с ООО «ПРСК» различен. Так, ООО «АльфаСТ проект» сотрудничает с предприятием с 2007 года, а такие фирмы как ООО «Аконтролс-СИС», ООО « Цементоптторг», ЗАО «Аэропроф», ООО «Батайская металлобаза» и другие (всего 12 предприятий) – с 2011 года. С 2012 года с ООО «ПРСК» сотрудничает четыре предприятия, а с 2016 года – пять предприятий. Наиболее «молодым» поставщиком ООО «ПРСК» является ЗАО «Инженерная геодеия». Указанные предприятия поставляют для ООО «ПРСК» самые разнообразные материалы, используются различные способы расчета (наличный, безналичный, с использованием и без использования предоплаты). Современный состав поставщиков не всегда работает на должном уровне, определение из поставщиков допускают нарушения договорной дисциплины по срокам поставки материалов, их качеству, ценам. В этой связи возникает необходимость дифференцированного подхода к выбору поставщиков, методика такого выбора предложена в проектной части выпускной работы.

Для предпринимательской деятельности в большинстве случаев характерна высокая степень конкуренции.

Под конкуренциейпонимается соперничество в какой- либо сфере между отдельными юридическими или физическими лицами (конкурентами), заинтересованными в достижении одной и той же цели. С точки зрения предприятия такой целью является максимизация прибыли за счет завоевания предпочтений потребителя. Конкуренция – неотъемлемая часть рыночных отношений, способствующая обогащению предложения на рынке, внедрению новых форм продуктов и сервиса в рамках конкурентной борьбы за предпочтения потребителей. По некоторым оценкам, каждые 10 % прироста доли фирмы на рынке позволяют увеличить рентабельность продукта также на 10%.

Таблица 2 – Краткая характеристика предприятий-конкурентов ООО «ПРСК»

|  |  |
| --- | --- |
| Название предприятия | Характеристика |
| 1 | 2 |
| ООО «Строитель» | Ремонтно-строительная компания ООО «Строитель» была организована в 2010 году. Основным направлением деятельности является устройство кровельных и фасадных систем, а также общестроительные работы.  **Однако как замечают ученые-экономисты, такое количество времени проведенного на работе, является совершенно не продуктивным, и не оказывает никаких позитивных тенденций на экономику, а наоборот провоцирует стагнацию и кризис. Это связанно в первую очередь с тем, что работник посредством переработок теряет свою продуктивность, что негативно сказывается на показателе (человеко-час), а так же негативно сказывается на его качестве потребителя. Эффективность производительности труда в течение рабочего дня измеряется следующим образом: Количество валового внутреннего продукта делится на количество работающих людей, в свою очередь данный показатель делится на проведенные, на работе часы. Согласно данным полученных нами, при подготовке к исследованию, граждане Российской Федерации и Республики Греция проводят на работе, намного больше своих Европейских коллег. Тут следует отметить, что нами не были учтены показатели азиатских стран, и вышеуказанный рекорд сугубо европейский.**  Численность постоянных сотрудников составляет 35 человек. Сотрудники организации постоянно повышают свою квалификацию, участвуя в различных семинарах и мероприятиях по профилю, позволяющих быть в курсе новейших достижений, разработок в технологии производства работ и применения современных строительных материалов. Компания ООО «Строитель» располагает собственной производственной базой, эффективным оборудованием и инструментами, необходимыми для качественного выполнения работ. |
| ООО «Благоустройство» | Компания ООО «Благоустройство» работает на рынке ремонтно-строительных услуг с 2009 г. К основным направлениям деятельности относятся: устройство и ремонт кровель всех типов, высотные и фасадные работы, устройство промышленных полов, реконструкция и ремонт промышленных сооружений. ООО «Благоустройство» занимается проектированием наружных инженерных коммуникаций, ИТП, ЦТП, а также производит прокладку новых и перекладку (ремонт) проложенных инженерных сетей. Штат компании составляет более 25 сотрудников. |

Цены на услуги по большинству направлений у ООО «ПРСК» и ООО «Строитель» практически идентичны. У ООО «Благоустройство» цены выше в среднем на 5%, что для рынка ремонтно-строительных услуг достаточно ощутимо.

Таблица 3 – Конкурентоспособность компаний по оказанию ремонтно-строительных услуг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Характеристика | Степень важности признака | Экспертная оценка | | |
| ООО «ПРСК» | ООО «Строитель» | ООО «Благоустройство» |
| Ценовая политика | 0,40 | 6,0 | 6,0 | 5,0 |
| Широта предложения услуги | 0,10 | 6,0 | 4,0 | 4,0 |
| Предоставление скидок | 0,10 | 2,0 | 4,0 | 4,0 |
| Качество услуг | 0,15 | 6 | 5,5 | 4,8 |
| Рекламная политика (развитие бренда) | 0,15 | 4,0 | 5,0 | 4,0 |
| Месторасположение мастерских и офиса | 0,10 | 5,0 | 3,0 | 3,0 |
| ИТОГО | 1,00 |  | | |

При оценке широты предложения услуг учитывались как спектр предложения по отдельным направлениям деятельности, так и спектр предложений внутри каждого направления.

**Поскольку ключевым объектом нашего исследования является производительность труда, которая, как было указанно Выше, рассчитывается путем деления объема произведенной продукции на одного работника, для анализа воспользуемся методологией MGI, для сопоставления Российской Федерации с уровнем других стран и определения основных причин, способствующих отставанию. Во втором пункте реферата нами сопоставлено пять секторов отечественной экономики: Кризисные тенденции в экономике 2007-2009 года и негативное влияние санкций и контр-санкций в 2014-2015 годах, связанных с аннексией Российской Федерации, республики Крым, обернулись для отечественной экономики кредитным кризисом и рецессией.**

Скидки предоставляются фирмами ООО «Строитель» и ООО «Благоустройство». Это касается постоянных клиентов, с которыми заключены договоры на обслуживание, скидка выражается в 3-5% от стоимости услуги, ООО «ПРСК» скидки не предоставляет. Вместе с тем, следует оговориться, что постоянные клиенты (с частотой посещения один раз в квартал) существуют и у ООО «ПРСК», при этом они в незначительной степени ориентированы на получение скидки.

С точки зрения месторасположения офиса наиболее конкурентоспособно ООО «ПРСК». Причина этого – близость промышленных предприятий (в основном, частных фирм), удобство парковки транспортных средств, наличие отдельного входа. ООО «Строитель» располагается на конце поселка, что неудобно для клиентов. ООО «Благоустройство» находится в пригородной зоне, что также не совсем удобно для потребителей услуги.

**В Российской Федерации кризис вызвал отток капитала, выявил проблемы в банковской системы, падение рубля и сильнейшее снижение цен на энергоносители (которые являются основными позициями российского экспорта). Объем промышленного производства в январе 2016 года по прогнозам должен упасть на 12% относительно соответствующего показателя предыдущего года. На всех заявленных секторах экономики ситуация при невмешательстве выглядит достаточно критично. К примеру, в следствие большого производства, проблемы возникли в сталелитейной отрасли - показатель производства находится примерно на отметке конца 90-х годов уже прошлого века. И это при том, что сталелитейная промышленность является одной из немногих гордостей отечественной экономики, которая отличается высокой конкурентоспособностью на международных рынках.**

Выводы о реальной конкурентоспособности компании и определение точек приложения сил для ее повышения.

Проведенное исследование выявило наличие конкурентов ООО «ПРСК».На основе построения таблицы конкурентоспособности фирм было определено, что компания ООО «ПРСК».занимает второе место после ООО «Строитель», уступая по двум основным позициям: предоставление скидок и рекламная деятельность. Анализ ситуации на потребительском рынке свидетельствует о необходимости внесения изменений в поведение коммерческих фирм. В первую очередь это касается фирм по предоставлению ремонтно-строительных услуг.

Проведенное исследование позволило руководству ООО «ПРСК» выявить основные направления совершенствования своей деятельности. В первую очередь это относится к совершенствованию стимулирования сбыта (предоставление скидок постоянным клиентам) и активизации коммуникационной политики.

Необходимость создания комплексной методики оценки конкурентоспособности продукции была продиктована потребностью совершенствования маркетинговой политики ООО «ПРСК».. Конкурентная ситуация на рынке ремонтно-строительных услуг является сложной.

**Однако, при грамотном управлении и внедрении обширного количества инвестиций, что стало возможно из-за слабого курса рубля, отечественная сталелитейная промышленность сможет реализовать огромные возможности по повышению производительности. На наш взгляд шаги, которые должны быть сделаны государством и бизнес-сообществом, по увеличению производительности в сталелитейной промышленности, можно представить следующим образом. Следующей отраслью представим жилищное строительство. В отличие от сталелитейной промышленности, жилищное строительство никогда не являлось предметом национально гордости, однако, перенимая опыт зарубежных коллег и при достаточном количестве инвестиций, эта отрасль, может стать одной из самый успешных.**

Специалисты отмечают, что сегодня уже появляются симптомы «затоваривания» рынка ремонтно-строительных услуг. Предприятия одинаково ориентированы на широкий спектр ремонтно-строительных услуг и на различные объемы работ. По оценке корпоративных заказчиков, подавляющее большинство из них лишь «частично удовлетворены» качеством выполненных работ, сроками и стоимостью.

Проведенная оценка конкурентоспособности ООО «ПРСК» при помощи комплексного метода позволяет сделать следующие выводы:

1. основными конкурентами компании ООО «ПРСК»являются ООО «Строитель» и ООО «Благоустройство».
2. исследуемая компания ООО «ПРСК»занимает второе место после ООО «Строитель », уступая по двум основным позициям: предоставление скидок и рекламная деятельность.
3. исследование позволило руководству ООО «ПРСК» выявить основные направления совершенствования своей деятельности. В первую очередь это относится к совершенствованию стимулирования сбыта (предоставление скидок постоянным клиентам) и активизации коммуникационной политики.
4. система стимулирования сбыта может быть полезна как для привлечения фирм-потребителей на основе предоставления скидок за объем закупок, так и привлечения клиентов-частных лиц. Для них предлагается скидка за оплату услуги наличными деньгами.
5. с высокой степенью вероятности можно сказать, что реальная конкурентоспособность компании ООО «ПРСК» выше, чем у компании ООО «Строитель» Для того чтобы реальная конкурентоспособность ООО «ПРСК» была выше, чем у ООО «Строитель», необходимо повысить эффективность управления сбытом до уровня этой фирмы.

Одним из наиболее действенных методов оценки конкурентоспособности ООО «ПРСК» является SWOT-анализ, или матрица возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон предприятия. Суть метода состоит в сопоставлении данных о внешней и внутренней среде ООО «ПРСК» (элементы внешней среды - возможности и угрозы; элементы внутренней среды: сильные и слабые стороны).

**Экономические санации, как правило применяются в темпах низко растущей экономии внутри страны. Их применении государством обосновано, если предприятие получающее данные санации, еще способно восстановить свою состоятельность. Применение экономических исследований в рамках одного предприятия не всегда способно оказать достаточный эффект для повышения уровня доходности последнего. Если предприятие оказывает низкокачественные услуги или продукт не соответсвует среднему качеству рынка, в этом случае экономические исследования бесполезны. Банковский сектор, несмотря на все данное разнообразие, в Российской Федерации представлен по своей деятельности достаточно скупо. Его основной проблемой на современном этапе, стала невозможность занимать денежные средства под низкий процент, ни на внутреннем, ни на внешнем рынке. Отечественный сектор электроэнергетики, в настоящий момент, является четвертым по объему в мире. Несмотря, в электроэнергетике находится на уровне в 80% от уровня Соединенных Штатов (Это очень высокий показатель), производительность труда Соединенных Штатов.**

Таблица 4 - SWOT-анализ ООО «ПРСК»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Сила | Слабость | Возможности | Угроза |
| **Широкий спектр оказываемых услуг** | **недостаточная реклама** | **Создание информационного строительного портала. Сайт с досками обсуждений по строительству** | высокая степень конкуренции со стороны крупных предприятий; |
| качество услуг (Высокотехнологичное современное оборудование, своевременная поставка услуг) | **Изношенность основных фондов** | плотная интеграция с заводами и получение больших скидок | **Увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы.** |
| позитивный имидж компании в общественной жизни (участие в выставках, конкурсах, благотворительная деятельность) | прямая зависимость от потребительского рынка | **Увеличение числа постоянных клиентов** | **Появление конкурирующих организаций.** |
| **Политико индивидуальный подход к клиентам** | Маленький опыт на рынке | Рост темпа инфляции | изменение политики поставщиков |

Проведенный swot-анализ показывает возможность движения компании к клиентам, к производителям, возможность интеграции и диверсификации. ООО «ПРСК» может осуществлять плавное движение вверх в типовом жилье и создать новые торговые марки для разных сегментов.

Для ООО «ПРСК» наиболее значимыми и вероятными оказались возможности :создание информационного строительного портала, сайт с досками обсуждений по жилищному строительству и развитие корпоративных клиентов, а также их силы: качество услуг и обладание определённым политическим ресурсом, связями в администрации города.

После позиционирования угроз было выявлено, что:

а) к критическому состоянию ООО «ПРСК» могут привести недостаточная рекламная политика предприятия и изношенность основных фондов.

б) к разрушению компании или ее выходу из отрасли может привести увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы и появление конкурирующих организаций, в том же районе.

Метод парных сравнений.

**Эффективность производительности труда в течение рабочего дня измеряется следующим образом: Количество валового внутреннего продукта делится на количество работающих людей, в свою очередь данный показатель делится на проведенные, на работе часы. Российская Федерация обладает самым низким показателем, находящимся на отметке в 25 долларов 90 центов, необходимо отметить, что хотя показатель существенно ниже европейского был постоянно, критически низкой отметки он достиг из-за крайне низкого курса рубля. В качестве ключевых проблем, мешающих отечественному сотруднику дойти до уровня европейского коллеги, выделим следующие, с учетом высокой составляющей коррупции, представляется неэффективным устанавливание государством административных процедур взаимодействия власти и бизнеса, а также обязательное регламентирование некоторых бизнес-процессов в компаниях. В случае с тяжелой промышленностью, недостаток финансирования и использования в связи с этим устаревшего оборудования, недостаточная интенсивность конкуренции касаемо банковской сферы и сферы розничной торговли, дефицит профессиональных навыков у молодых специалистов.**

Сила:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | ∑ | Рейтинг |
| 1 | - | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 2 | 0 | - | 1 | 0 | 1 | 3 |
| 3 | 0 | 0 | - | 0 | 0 | 4 |
| 4 | 0 | 1 | 1 | - | 2 | 2 |

Вывод: Метод парных сравнений показал, что наиболее значимой являются 1 и 4 фактор.

1- Широкий спектр оказываемых услуг.

4-Политико индивидуальный подход к клиентам

Слабости:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | сумма | рей |
| 1 | - | 1 | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 2 | 0 | - | 1 | 1 | 2 | 2 |
| 3 | 0 | 0 | - | 1 | 1 | 3 |
| 4 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | 4 |

Вывод: Метод парных сравнений показал, что наиболее значимой являются 1 и 2 фактор.

* 1. недостаточная реклама;
  2. Изношенность основных фондов(устаревшее оборудование)

По возможности:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | сумма | рей |
| 1 | - | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 |
| 2 | 0 | - | 0 | 1 | 1 | 3 |
| 3 | 1 | 1 | - | 1 | 3 | 1 |
| 4 | 0 | 0 | 0 | - | 0 | 4 |

Вывод: Метод парных сравнений показал, что наиболее значимой являются 3 и 1 фактор.

3- развитие корпоративных клиентов

1-Создание информационного строительного портала. Сайт с досками обсуждений по строительству

По угрозе:

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 1 | 2 | 3 | 4 | сумма | рей |
| 1 | - | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 2 | 1 | - | 1 | 1 | 3 | 1 |
| 3 | 1 | 0 | - | 1 | 2 | 2 |
| 4 | 1 | 0 | 0 | - | 1 | 3 |

Вывод: Метод парных сравнений показал, что наиболее значимой являются 2 и 3 фактор.

2- Увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы.

3-Появление конкурирующих организаций, в том же районе.

Матрица решений свот анализа

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Сила | | Слабые стороны | |
|  | | Широкий спектр оказываемых услуг. | Политико индивидуальный подход к клиентам | Отсутствие выделенного бюджета на рекламу | Изношенность основных фондов(устаревшее оборудование) |
| Возможности | Создание информационного строительного портала. Сайт с досками обсуждений по строительству | Работа с положительными и отрицательными отзывами | Работа со спросом и предложениями | Проведение рекламной политики и сайта. | Привлечение инвесторов через сайт. |
| Увеличение числа постоянных клиентов | Индивидуальный подход к каждому клиенту | Возможность увеличения клиентской базы, выполнение государственных заказов. | Реклама исходит из самих клиентов | Перспектива постоянного поступления денежных средств и их накопления. |
| Угрозы | Увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы.  **Экономический взлет и падение России впервую очередь связано с внешнеполитическим давлением на страну из других стран мира. Как правило это делается для падения экономики России в условиях всемирной конкуренции. Однако, это нельзя считать эффективным оружием против России. Первоначальная цель экономики, это создание единого общества, где деньги являются удобным инструментом для опытного обмена средств между гражданами одной страны. С минимизацией затрат при обмене бумажного эквивалента валюты к золотовалютному запасу страны. Увеличение денежных транзакций внутри одной страны стимулирует рост экономики, так как возрастает количество операция с которых производится взимание налогов, сумма как правила координируется конкретно в случае каждой страны. В России сумма также зависит от региона. Когда количество инвестиций в страну резко понижается по сравнению с прошлыми периодами. Чтобы адекватно произвести оценку страны уже не достаточно сравнить 2 периода.** | Сохранение клиентской базы за счет качества. | Негативная реакция, требование заказчика к выполнению дополнительной работы | Отсутствие возможности привлечения новых клиентов | Угроза создания дополнительных скидок |
| Появление конкурирующих организаций, в том же районе. | Опираясь на качество конкурентов улучшать свое качество услуг. | Возможность перенимания опыта у конкурентов и его и пользование. | Переманивание клиентов со стороны конкурентов. | Возможность выбора клиентов в пользу конкурента . |

Вывод: На основе всего анализа, были обозначены проблемы, стоящие перед ООО Строитель-С. Эти проблемы обусловлены положительными и отрицательными факторами внутри компании, а так же имеются угрозы и возможности. Исходя из этого можно обозначить основные направления по улучшению организации:

1) Расширить спектр услуг.

2) Сделать вирусную рекламу для привлечения клиентов.

**Экономика и юриспруденция сильно взаимосвязаны, в первую очередь это означает направленную тенденцию в спорных экономических ситуациях обращаться к юридическому праву для решения ситуаций. Такой метод работы по праву является одним из самых верных при решение схожих ситуаций Все страны мира заинтересованы в сильной экономике своей страны, однако эта задача не всегда является выполнимой. Во многих случаях, это зависит, как от внешних так и от внутренних политических настроений. Так, это может быть внешнеполитическое давление, включая эмбарго и введенные санкции. Нужны другие инструменты. Экономический анализ существенно не отличается от математических инструментов используемых в других направлениях бизнеса и производства.**

3) Обновление основного фонда.

Был проведен конкурентный анализ, из которого видно, что наиболее важным конкурентом является ООО «Строитель». Был выполнен свот анализ, методы парных сравнений, который позволил определить среди сильных сторон самыми важными: Широкий спектр оказываемых услуг. Политико-индивидуальный подход к клиентам. Среди слабых стороны: недостаточная реклама, изношенность основных фондов. Среди возможностей: развитие корпоративных клиентов, создание информационного строительного портала. Сайт с досками обсуждений по строительству. Среди угроз: Увеличение себестоимости строительства из-за роста цен на строительные материалы, появление конкурирующих организаций, в том же районе.

Рассмотрев матрицу решений, было обозначено 16 мероприятий по совершенствованию позиций, а так же выявлены сильные и слабые стороны

В свою очередь на основе всего анализы выявлены проблемы стоящие перед ООО Строитель-С, благодаря чему предоставляется возможность выработать компетентную и эффективную стратегию организации.

# **3.1 Анализ потребителей**

Первую группу можно условно назвать «Рационалисты». Они начинают делать ремонт с составления дефектной ведомости (определения направления ремонта), составления ориентировочной сметы, таким образом, отталкиваются от своих финансовых возможностей. В этой группе в свою очередь, выявлены две категории потребителей. Одни обращаются за советами и консультациями к специалистам (дизайнеры, строители, просто знакомые, сделавшие ремонт), однако, при этом активно участвуют в выборе, поиске и покупке отделочных материалов.

Другие отталкиваются от своих представлений о рынке отделочных материалов и, как правило, корректируют эти представления, объезжая несколько известных им магазинов, включая «колхозный рынок». Эти потребители действуют по схеме: «Составление дефектной ведомости -- смета на материалы -- выбор отделочных материалов -- поиск строительных фирм: выбор магазинов по соотношению цена-качество». Обе категории потребителей выбирают товары в магазинах, исходя из соотношения цена-качество.

Потребители второй группы -- «делегирующие» -- прежде всего нанимают специалистов (дизайнеры, прорабы-строители). И уже на основе их рекомендаций принципиально выбирают тип отделочных материалов, а затем составляют смету. Для этой группы потребителей финансовые возможности не являются первичными. Они склонны выбирать отделочные материалы и магазины, исходя из советов нанятых специалистов, черпают информацию в специальных журналах типа «Салон «, «Идеи вашего дома» и пр. Так же как и потребители первой группы, они руководствуются соотношением цена-качество, однако качество стоит у них на первом месте. В основном эти потребители действуют так: «Консультация со знакомым дизайнером -- выбор отделочных материалов: я подбираю материалы под идею, советы дизайнера, что я видела у знакомых и в журналах, а потом ищу эти материалы в магазинах».

Третью группу потребителей условно можно назвать «Спонтанные». Они стихийно втягиваются в капитальный ремонт, начиная с какой-либо одной позиции: «Подошло время менять сантехнику -- потом все цеплялось одно за другое: вынуждены были поменять плитку на полу, закончилось все обоями и настилом паркета».

Исследование показало, что при выборе магазинов играют роль и стереотипы о специализации магазина, сложившиеся у потребителей в результате прошлого личного и чужого опыта, а также рекламы.

2. Источники информации, влияющие на выбор предприятия / частного лица, который будет делать ремонт. Эти источники информации можно разделить на две группы:

1) источники личного влияния;

2) опосредованного.

К первым источникам относятся: дизайнеры, прорабы, строители-специалисты, референтные группы (например, знакомые, которые недавно сделали ремонт), семья, менеджеры, консультанты, продавцы в магазине.

Ко вторым относятся: реклама, специализированные иллюстрированные журналы, каталоги в магазинах, где указан адрес организации, выполнявший данный проект, примеры готовых интерьеров.

3. Основные критерии при оценке качества услуг.

Основными критериями, по которым потребители судят о качестве услуг, являются:

- цена («качество не может быть дешевым»; «хорошая вещь дешево не стоит»; «мы любим самое дорогое»; «мы не такие богатые, чтобы платить дважды»; «скупой платит дважды -- лучше заплатить один раз»);

- качество работ («если я знаю, что английские обои хорошие, то я их до конца жизни и буду покупать»).

Как выявлено в ходе исследования, имеются некоторые различия в критериях покупателей рационального типа и эмоционального.

Для людей рационального типа, в основном мужчин, важны такие качества как:

- функциональность проекта: прочность, долговечность, износостойкость и др. -- материалы должны выдерживать все описанные параметры. Например, для краски важны стойкость и долговечность; количество оборотов -- для ламината,

- гарантия,

- наличие и содержание сертификатов,

- аннотации к проекту,

- дата (сроки) изготовления,

- экологичность применяемых материалов и технологий.

Люди эмоционального типа, в основном женщины, дополнительно судят о качестве также по внешнему виду проекта (цвет, фактура, форма, размер). Прислушиваются к советам знакомых, которые уже использовали некоторые элементы предлагаемого дизайн-проекта.

Большое влияние на выбор организации, которая будет воплощать в реальность «квартиру/офис/магазин мечты» оказывают менеджеры. Для клиентов важны:

- рекомендации («если продавец мне скажет, что эта плитка более качественная, я куплю ее, даже если это будет дороже, я даже могу поменять выбранный заранее цвет плитки в пользу более качественного производителя»);

- доверие к прорабу («чтобы он все рассказал, а не тянуть из него, важно, чтобы он сказал про недостатки, а не только про достоинства -- это вызывает доверие, если человек покупает, он должен знать о материале все», «нужна полная информация»).

В результате исследования были выявлены критерии, на которые ориентируются покупатели при выборе фирм, а также товаров и материалов для ремонта и отделки по некоторым товарным группам:

Плитка: страна-производитель, ассортимент фактуры, цвета, размеров, фриза, цена, советы специалистов и продавца в выборе плитки.

Отделка для стен: цена страна-производитель, ассортимент фактуры, цвета, красивый внешний вид.

Немалая часть клиентов ООО «ПРСК» - это друзья или знакомые обратившихся к нам ранее. Ведь лучшей рекомендацией являются стильные и неповторимые интерьеры, безукоризненно выполненный ремонт квартир, коттеджей, офисов. Однако ранее уже отмечалось, что компания потеряла около трети клиентов за время кризиса и практически не расширила зону своего влияния. Следовательно, необходимы мероприятия, которые будут способствовать упрочению положения ООО «ПРСК» на рынке предоставления дизайнерских услуг. Выявить те услуги, в которых потенциальные потребители нуждаются в настоящее время, помогут маркетинговые исследования, включающие в себя комплексное изучение предложения на данном рынке и детальный анализ спроса.

# **4. Основные экономические показатели**

Основные технико-экономические показатели ООО «ПРСК» за 2016-2017 годы приведены в таблице 5.

Таблица 5 - Основные технико-экономические показатели ООО «ПРСК» за 2020– 2022 гг.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | | Годы | | | | Абсолютное изменение (+/-) | | Относительное отклонение (%) | |
| 2020 | 2021 | 2022 | | 2021/  2020 | 2022/  2021 | 2021/  2020 | 2022/  2021 |
| Выручка от продаж, тыс. руб. | | 1 645 453 | 3 540 682 | 8 291 167 | | 1 895 229 | 4 750 485 | 115,18 | 134,17 |
| Себестоимость продаж | | 1 438 392 | 2 995 332 | 6 747 244 | | 1 556 940 | 3 751 912 | 108,24 | 125,26 |
| Среднегодовая выработка одного работника, тыс.руб. / чел. | 7 910,83 | 16 701,33 | | 37 859,21 | 8 790 | 21 158 | 111,12 | 126,68 |
| Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб. | 25 807 | 18 459 | | 45 239 | -7 348 | 26 780 | -28,47 | 145,08 |
| Фондоотдача, руб. | 63,76 | 191,81 | | 183,27 | 128,05 | -8,54 | 200,84 | -4,45 |
| Среднегодовая стоимость оборотных средств, тыс.руб. | 1 865 074 | 2719179 | | 5 010 806 | 854 105 | 2 291 627 | 45,79 | 84,28 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, об. | 0,88 | 1,30 | | 1,65 | 0,42 | 0,35 | 47,59 | 27,07 |
| Время оборота оборотных средств в днях | 413,72 | 280,31 | | 220,59 | -133,40 | -59,72 | -32,25 | -21,31 |
| Прибыль от продаж, тыс.руб. | -16 823 | 35 678 | | 103 900 | 52 501 | 68 222 | -312,08 | 191,22 |
| Рентабельность продаж, % | -1,02 | 1,01 | | 1,25 | 2,03 | 0,25 | -198,56 | 24,36 |
| Чистая прибыль, тыс.руб. | 4 942 | 3 785 | | 55 912 | -1 157 | 52 127 | -23,41 | 1377,20 |
| Среднегодовая величина активов, тыс.руб. | 25 807 | 18 459 | | 45 239 | -7 348 | 26 780 | -28,47 | 145,08 |
| Рентабельность активов,% | 19,15 | 20,50 | | 123,59 | 1,36 | 103,09 | 7,08 | 502,75 |

По данным таблицы 5 следует, что среднегодовая выработка одного работника в 2021 г. составила 16 701,33 тыс.руб. / чел., что на 111,12% больше по отношению к 2020 г. Рост среднегодовой выработки одного работника в 2021 г. по отношению к 2020 г. обусловлен тем, что темпы роста выручки в 2021 г. по отношению к 2020 г. выше темпов роста численности персонала. В 2022 г. среднегодовая выработка одного работника продолжила взрастать на 126,98% в результате того, что темпы роста выручки превышают темпы роста численности персонала. Так выручка в 2021 г. возросла по отношению к 2020 г. на 115,18%, а численность персонала в аналогичный период увеличилась на 1,92%, в результате среднегодовая выработка одного работника в 2021 г. составила 16 701,33 тыс. руб. / чел. Выручка в 2022 г. возросла по отношению к 2021 г. на 134,17%, а численность персонала в аналогичный период увеличилась на 3,3%, в результате среднегодовая выработка одного работника в 2022 г. составила 37 859,21тыс.руб. / чел.

Время оборота в днях оборотных средств сократилось в 2021 г. по отношению к 2020 г. на 32,25% и составило 280,31 дней, а в 2022 г. по отношению к 2021 г. показатель сократился на 21,31% и составил 220,59 дней, следовательно, сокращение скорости оборота оборотных средств свидетельствует о сокращении производственного цикла ООО «ПРСК».

Эффективность использования основных средств ООО «ПРСК» позволяет оценить показатель фондоотдачи. В результате того, показатель фондоотдачи сокращается в 2022 г. по отношению к 2021 г. на 4,45%, то руководство ООО «ПРСК» не достаточно эффективно использует основные средства.

Рентабельность продаж возрастает в 2022 г., так как прибыль продаж увеличивается более значительными темпами по сравнению с выручкой, кроме того ее размер не так значителен по сравнению с выручкой в результате увеличения себестоимости, а сам показатель не столь значительный, так в 2020 г. показатель рентабельности продаж принял отрицательное значение в виду превышения расходов над доходами, а в 2021 г. рентабельность продаж составила всего 1,01%, в 2022 г. показатель возрос до уровня 1,25%.

Рентабельность активов активно возросла в 2022 г. Рост показателя свидетельствует о росте доходов и росте продаж ООО «ПРСК», росте продаж. Кроме того, показатель характеризуется высоким уровнем, так в 2022 г. рентабельность активов составила 123,59%, что является положительным в деятельности ООО «ПРСК».

Таким образом, краткая экономическая характеристика деятельности ООО «ПРСК» показала, что анализируемое предприятие функционирует на рынке торговли. Структура управления ООО «ПРСК» соответствует специфике его деятельности и состоит из обособленных подразделений которые выполняют определенные задачи для достижения целей ООО «ПРСК». Анализ экономических показателей свидетельствует о стабильном финансовом положении ООО «ПРСК».

**5 Разработка предложений по улучшению работы предприятия ООО «ПРСК»**

Результаты исследования выявили ряд факторов внутренней и внешней среды, негативно влияющих на конкурентоспособность предприятия. Это подтверждает необходимость проведения ряда преобразований в ООО «ПРСК», то есть необходимость разработки и реализации стратегии конкурентных преимуществ.

Разработка этой стратегии должна согласоваться с корпоративной миссией предприятия – генеральной цели его создания и функционирования. Миссией ООО «ПРСК» является экономия времени и денег покупателей путем предоставления возможности приобретать ремонтно-строительные услуги самого широкого ассортимента по ценам ниже, чем у конкурентов; предоставление скидок постоянным клиентам и активизации коммуникационной политики.

В настоящий момент ООО «ПРСК» не вполне успешно справляется с реализацией своей корпоративной миссии. Воплощение в жизнь стратегии конкурентных преимуществ позволит улучшить ситуацию. Рассмотрим некоторые направления повышения конкурентоспособности компании более подробно.

Расширение ассортимента услуг и введение новых услуг по предоставлению складских помещений для купленного в компании стройматериала заказчиком крайне необходимо, поскольку это привлечет на рынок дополнительных клиентов. Тем самым решится проблема повышения величины выручки.

В настоящее время издержки ООО «ПРСК», образующие себестоимость его услуг, не позволяют ему снижать цены на них. Поэтому снижение цен сейчас не даст нужных результатов. Необходимо расширить ассортимента услуг и ввести новую у по предоставлению складских помещений. Только в таком случае можно снижать цены и одновременно сохранять высокий уровень выручки за счет привлечения дополнительных клиентов.

Информацию о новых услугах, предоставляемых компанией, следует распространять с помощью средств массовой информации (местного телевидения, газет, радио) как посредством простых объявлений, так и рекламы.

Наряду с рекламой, важное место в продвижении услуг ООО «ПРСК» на ремонтно-строительном рынке занимает стимулирование сбыта – разработка мероприятий, различного рода нововведений по ускорению восприятия продукта потенциальными потребителями.

Проведенный анализ конкурентоспособности ООО «ПРСК»позволил ООО выявить основные направления совершенствования своей деятельности. В первую очередь это относится к активизации рекламной политики, а также совершенствованию стимулирования сбыта.

В программу совершенствования системы стимулирования сбыта ООО «ПРСК» включены следующие методы:

1. свободная демонстрация и возможность эксплуатации услуг;
2. непосредственное распространение информационных листков с предложениями льгот и скидок агентами по сбыту;
3. рассылка информационных материалов и предложений о скидках по почте;
4. распространение информационных материалов и предложений о скидках через газеты;
5. снабжение покупки мелким подарком;
6. образование пакета из нескольких услуг со скидкой;
7. организация конкурсов и лотерей для потенциальных потребителей.

Первым этапом работы с поставщиками является конкретный план составления базы данных поставщиков ООО «ПРСК». Для ООО «ПРСК» применим следующие критерии выбора поставщиков:

- Количество поставщиков. Главная цель при определении количества поставщиков, их оптимизация. ООО «ПРСК» является малым предприятием, поэтому для него необходимы постоянные связи с небольшим числом зарекомендовавших себя на рынке предприятий.

- Состав поставщиков зависит от необходимой номенклатуры строительных материалов, изделий и конструкций.

- Тип отношений. При работе с поставщиками должны присутствовать и «оппортунистические» и партнерские отношения. Как правило, на ограниченный ряд партнерских отношений приходятся многочисленные «оппортунистические».

- Региональное распределение поставщиков. Для ООО «ПРСК» данный критерий останется неизменным (география поставщиков г. Рязань и другие города Республики Татарстан);

- риски, связанные с поставщиками. Всегда есть риск, что поставщик не произведет требуемую работу. И поскольку «выпадение» даже одного поставщика может иметь катастрофические последствия для предприятия, в этой связи целесообразно заранее изучить рынок на предмет рисков.

Второй этап – система оценки и выбора поставщиков ООО «ПРСК», которая должна включать показатели, объективно отражающие работу поставщиков материальных ресурсов. Предлагаемая система разработана с использованием метода экспертных оценок путем анкетирования. Были привлечены 5 экспертов (3 эксперта работники ООО «ПРСК», связанные с управлением материальными ресурсами; 2 - независимые эксперты).

# **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

На примере анализа рынка ремонтно-строительных услуг, разработаны теоретические и практические положения и обоснования для обеспечения конкурентоспособности продукции.

Здесь соединены маркетинговые, экономические, управленческие, социологические и психологические аспекты данной проблемы. Разработанная методика четко определяет место услуг на рынке с учетом ее сегментации и выявляет сильные и слабые стороны изделий с точки зрения мнения потребителей, тем самым указывает на основных и второстепенных конкурентов. Она позволяет производить достоверное комплексное исследование рынка.

Результаты, полученные с помощью оценки конкурентоспособности продукции по разработанной методике, позволили создать стратегию повышения конкурентоспособности ООО «ПРСК».

что нами не были учтены показатели азиатских стран, и вышеуказанный рекорд сугубо европейский.

Анализ деятельности фирмы ООО «ПРСК». позволил сделать вывод об устойчивости и стабильности этой фирмы на рынке ремонтно-строительных услуг.

Состав поставщиков ООО «ОМЕГАСТРОЙ» довольно обширен и включает 22 юридических лица – предприятия в форме ООО или ЗАО, а также одного индивидуального предпринимателя. Период их сотрудничества с ООО «ОМЕГАСТРОЙ» различен. Так, ООО «АльфаСТ проект» сотрудничает с предприятием с 2007 года, а такие фирмы как ООО «Аконнтролс-СИС», ООО « Цементоптторг», ЗАО «Аэропроф», ООО «Батайская металлобаза» и другие (всего 12 предприятий) – с 2011 года. С 2012 года с ООО «ОМЕГАСТРОЙ» сотрудничает четыре предприятия, а с 2016 года – пять предприятий. Наиболее «молодым» поставщиком ООО «ОМЕГАСТРОЙ» является ЗАО «Инженерная геодезия». Указанные предприятия поставляют для ООО «ОМЕГАСТРОЙ» самые разнообразные материалы, используются различные способы расчета (наличный, безналичный, с использованием и без использования предоплаты). Современный состав поставщиков не всегда работает на должном уровне, определение из поставщиков допускают нарушения договорной дисциплины по срокам поставки материалов, их качеству, ценам. В этой связи возникает необходимость дифференцированного подхода к выбору поставщиков.

Проведенное исследование рынка ремонтно-строительных услуг выявило наличие конкурентов ООО «ПРСК». На основе построения таблицы конкурентоспособности фирм было определено, что ООО «ПРСК» занимает второе место после ООО «Строитель», уступая по двум основным позициям: предоставление скидок и рекламной политике. Данная организация не прекращает свое развитие и ежедневно совершенствуется.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Аверина О.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О.И. Аверина. — М.: КноРус, 2019. — 94 c.
2. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятий: Учебник / под ред. Позднякова В.Я.. — М.: Инфра-М, 2018. — 190 c.
3. Бариленко В. И. Комплексный анализ хозяйственной деятельности — М.: Юрайт, 2020. — 456 c.
4. Басовский Л.Е. Экономический анализ (Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности): Учебное пособие / Л.Е. Басовский, А.М. Лунева, Е.Н. Басовская и др. — М.: Инфра-М, 2018. — 479 c.
5. Басовский, Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская и др. — М.: Инфра-М, 2018. — 544 c.
6. Бачурин А. А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций — М.: Юрайт, 2020. — 297 c.
7. Бузырев В.В. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности строительного предприятия / В.В. Бузырев; под ред. И.П. Нужина, Ю.Б. Скуридина. — М.: КноРус, 2019. — 448 c.
8. Васильева Л.С. Анализ хозяйственной деятельности: Учебник / Л.С. Васильева, М.В. Петровская. — М.: КноРус, 2018. — 248 c.
9. Герасимова В.Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия (для бакалавров) / В.Д. Герасимова, Л.Р. Туктарова, О.А. Черняева. — М.: КноРус, 2016. — 112 c.
10. Голубева Т.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности / Т.М. Голубева. — М.: Academia, 2017. — 412 c.
11. Голубева, Т.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Т.М. Голубева. — М.: Академия, 2019. — 320 c.
12. Серов В. М. Анализ производственно-хозяйственной деятельности строительных организаций — М.: Инфра-М, 2019. — 302 c.
13. Сосненко Л.С. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. Краткий курс. Учебное пособие(изд: 2) / Л.С. Сосненко, Е.Н. Свиридова. — М.: КноРус, 2018. — 375 c.
14. Толпегина О. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности — М.: Юрайт, 2017. — 174 c.
15. Толпегина О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности в 2 частях. Часть 1 — М.: Юрайт, 2020. — 365 c.

# **ПРИЛОЖЕНИЕ А**

