

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ
АКАДЕМИЯ»

Кафедра экономики АПК

Допускается к защите:
зав. кафедрой
И.М. Гоголев

«___»_____20__г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: Разработка направлений повышения конкурентоспособности
организации по ремонту бытовой техники ООО «Элгуд» г. Ижевска
Удмуртской Республики

Направление подготовки «Менеджмент»
Направленность – Менеджмент организации

Выпускник

В.В. Меньшиков

Научный руководитель
д.э.н.

Е.А. Кониная

Рецензент
ст. преподаватель

В.Л. Редников

Ижевск 2017

Оглавление

Введение.....	3
1 Глава. Теоретические аспекты и методологические основы экономической оценки конкурентоспособности организации.	5
1.1. Подходы и методы экономической оценки конкурентоспособности организации.	5
1.2. Особенности оценки конкурентоспособности организации.	12
1.3. Критерии оценки конкурентоспособности организации.	17
2 Глава. Анализ финансово-экономического состояния организации ООО «Элгуд».....	20
2.1. Организационно-управленческая и правовая характеристика организации	20
2.2. Экономическая оценка состава и использования ресурсного потенциала ...	26
2.2.1. Трудовые ресурсы	26
2.2.2. Материально-технические ресурсы	31
2.3. Анализ финансового состояния организации	33
2.4. Экономическая характеристика основной деятельности и конкурентоспособности организации	46
3 Глава. Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации....	62
3.1. Совершенствование кадровой политики на основе оптимизации профессионального подбора персонала.....	62
3.2. Оптимизация производственных площадей.....	71
3.3. Расширение деятельности организации за счет создания дополнительной приемки бытовой техники в ремонт	75
ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ.....	79
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:	82
Приложение 1	
Приложение 2	
Приложение 3	
Приложение 4	

Введение

Конкурентоспособность – один из основных элементов успеха любой организации. Конкурентоспособность организации - это относительная характеристика, которая выражает различия развития данной организации от развития конкурентных организаций по степени удовлетворения своими товарами, услугами потребности людей и по эффективности производственной деятельности.

Конкуренция – состязательная работа между товаропроизводителями за наиболее выгодные рынки сбыта. Конкуренция выступает как высшая побудительная сила, которая заставляет изготовителей продукции повышать ее качество, снижать издержки на производство, повышать производительность труда.

Конкурентоспособность организации определяется следующими факторами: качество продукции и услуг; наличие эффективной стратегии маркетинга и сбыта; уровень менеджмента и квалификации персонала; налоговая среда, в которой действует организация; технологический уровень производства; доступность источников финансирования.

Обеспечение конкурентоспособности услуг в целом устанавливают два основных фактора:

неценовой - качество и стандартизация;

ценовой - стоимость услуги.

Конкурентные позиции организации на рынке находятся в зависимости также от той поддержки и содействия, которые организация получает со стороны национальных государственных органов и других организаций путём предоставления гарантий экспортных кредитов, их страхования, освобождения от налогов и сборов, предоставление экспортных субсидий, обеспечения информацией о конъюнктуре рынков и другое.

Искусство конкуренции сегодня в большей мере, состоит в умелом уходе от нее. Выигрывает не тот, кто без оглядки бросается в острую

конкурентную борьбу, а тот, кто, выбрав верную позицию, умеет избежать жестокой и бессмысленной конкуренции.

Методы конкурентных действий, успешное использование которых является признаком конкурентного преимущества, принято разделять на несколько групп. Применимо к услугам можно выделить следующие группы факторов:

- методы обеспечения конкурентоспособности за счет улучшения различных потребительских характеристик и повышения потребительской ценности услуг (дифференциация услуги);
- методы поддержания имеющегося уровня конкурентоспособности и вхождение в новые цепочки ценностей;
- методы влияния на существующих и потенциальных конкурентов;
- методы поддержания и повышения конкурентоспособности в рамках общественной ценности.

Цель дипломной работы – разработка направлений повышения конкурентоспособности организации по ремонту бытовой техники ООО «Элгуд» г. Ижевска Удмуртской Республики.

Для достижения данной цели необходимо решить ряд задач:

- рассмотреть теоретические аспекты и понятие конкурентоспособности;
- проанализировать все виды деятельности рассматриваемой организации и ее конкурентные позиции;
- разработать ряд мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности данной организации;
- рассчитать и обосновать экономическую эффективность мероприятий.

1 Глава. Теоретические аспекты и методологические основы экономической оценки конкурентоспособности организации.

1.1. Подходы и методы экономической оценки конкурентоспособности организации.

Как экономическая категория, конкурентоспособность обусловлена особенностями рыночной экономики, проявляется в процессе конкурентной борьбы между участниками рынка. Выделяют четыре основные стратегии конкурентной борьбы, которые принимают организации-участники рынка.

«Силовая» стратегия реализуется, когда организации-соперники переманивают друг у друга клиентов, предлагая им товары, услуги по более низкой цене (по принципу «дешево, но прилично»). Крайним проявлением ценного соперничества является демпинг, когда продавцы начинают устанавливать цены на уровне затрат или даже еще ниже, отказываясь от прибыли. Такое, казалось бы, иррациональное поведение имеет смысл, поскольку победитель в ценовой конкуренции может, одолев соперников, повысить цены и наверстать потери (его применяют, например, японские фирмы, осваивая новые зарубежные рынки). Однако этот путь опасен, так как ценовое соперничество может закончиться и обоюдным банкротством конкурентов.

«Нишевая» стратегия используется тогда, когда организация делает ориентацию на высокую потребительскую ценность своего товара, услуг, не считая нужным бороться за низкие цены (по принципу «дорого, но очень качественно»). Клиентами таких организаций становятся не массовые, а элитарные потребители. Завоевывая положительное расположение потребителей, организация захватывает определенную «рыночную нишу» - сегмент рынка потребителей с особыми запросами.

«Соединяющая» стратегия проявляется в стремлении организации индивидуализировать свои товары, варьируя стандартную модель в

соответствии с заранее собранными заявками клиентов (по принципу «клиент доплачивает, чтобы организация решила его специфические проблемы»). В результате достигается сочетание унификации базовых характеристик товара с максимальным разнообразием его дизайна и особых приспособлений.

«Пионерская» стратегия заключается в поиске организациями революционных технических и организационных решений, которые позволили бы привлечь покупателя низкой ценой и высоким качеством (по принципу «лучше и дешевле»).

Нынешняя экономика предъявляет новые условия к эффективности функционирования предприятий, что является результатом реализацией принятой организацией конкурентной стратегии и в значительной степени проявляется через показатель конкурентоспособности производимого ими продукта, оказанных услуг, или реализацию конкурентных преимуществ организации. Это проявляется в том, что при анализе уровня конкурентоспособности довольно сложно обойтись без большой группы показателей, обычно используемых при проведении общего анализа производственно-хозяйственной деятельности организации.

Анализ уровня конкурентоспособности, в отличие от анализа хозяйственной деятельности организации, имеет свои специфические черты и задачи.

Во-первых, оценка конкурентоспособности, т.е. расчет количественного показателя конкурентоспособности организации является исходным моментом для оценки эффективности его производственно-хозяйственной деятельности в условиях рыночной экономики.

Во-вторых, изучение конкурентоспособности должно проводиться систематически, с учетом жизненного цикла производимого продукта. Такой подход позволяет вовремя принимать решения об оптимизации ассортимента производственного продукта, необходимости поиска новых

рынков или новых рыночных ниш, расширение и создание новых производственных мощностей.

В-третьих, специфика методики оценки уровня конкурентоспособности организации вызывает необходимость использования ряда показателей, без анализа которых нельзя обойтись при общей оценке производственно-хозяйственной деятельности организации. Эти показатели, прежде всего, свидетельствуют о степени устойчивости положения организации, способности выпускать продукцию, пользующуюся спросом у потребителей и обеспечивающую ему стабильную прибыль.

На сегодняшний день разработано и используется на практике довольно большое количество методов определения конкурентоспособности организации. Разберем основные подходы, предлагаемые в специальной литературе для оценки конкурентоспособности, и проведем их сравнительный анализ.

1. Метод сравнительных преимуществ. Размещение производства между странами должно следовать закону сравнительных издержек, т.е. каждая страна специализируется на производстве товаров с наиболее вязкими расходами – это основная идея этого метода. Непосредственно измерить сравнительные преимущества невозможно, поэтому выдвигается предложение: чем ниже расходы производства в отрасли, тем большими конкурентными преимуществами обладает отрасль перед конкурентом.

2. Метод равновесия фирм и отрасли. Метод основывается на теории равновесия фирмы и отрасли А. Маршалла и теории факторов производства. Под равновесием понимается такое состояние, когда у производителя не существует стимулов для изменения объемов производства (изменения своей доли на рынке). В данном случае из факторов производства с одинаковой и одновременно наибольшей производительностью. Критерием конкурентоспособности в рамках данной модели служит наличие у производителя таких факторов

производства, которые могут быть использованы с лучшей, чем у конкурентов, производительностью.

3. Структурный подход. Согласно этому подходу, оценка конкурентоспособности может быть выполнена на основе знания уровня монополизации отрасли, т.е. концентрации производства и капитала, и барьеров для вновь вступающих фирм. К числу основных препятствий для новых конкурентов относят: экономичность крупномасштабного производства; степень дифференциации продукции; абсолютные преимущества в издержках у существующих организаций; размер капитала, необходимый для организации эффективного производства.

4. Метод «профилей» и качества. Выявляются различные критерии удовлетворения запросов потребителей относительно какого-либо продукта, услуги, устанавливается их иерархия и сравнительная важность в пределах тех характеристик, которые может оценить потребитель; далее проводится процедура сравнения технико-экономических данных продукта с конкурирующими товарами с целью снижения времени сбыта.

5. Функциональный подход. Главными являются экономические показатели деятельности фирмы: соотношение цена-качество; загрузка производственных мощностей; объемы выпуска продукции; норма прибыли и т.д.

6. Матричный метод. Теоретической базой метода служит концепция жизненного цикла товара и технологии, которая отражается в занимаемой доле рынка и в динамике продаж. Наиболее известной является матрица БКГ, применяемая для анализа характеристик товаров и изучения конкурентоспособности «стратегических единиц бизнеса» - сбытовой деятельности, отдельных фирм, отраслей. Наиболее конкурентоспособными считаются те организации, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

7. Метод «бенчмаркинга» (от англ bench mark – начало отсчета). Процесс оценки стратегий и действий данной организации относительно

организации, «лучших в своем классе», работающих как в рассматриваемой отрасли, так и за ее пределами. Цель заключается в том, чтобы выявить лучшие практические методы, которые могут быть непосредственно или после соответствующей адаптации взяты на вооружение с целью совершенства производительности данной организации. Бенчмаркинг как процесс сравнения с конкретными показателями состоит из четырех этапов:

- выявление объектов, относительно которых проводится сравнение;
- выявление аспектов бизнеса, подлежащих сравнению с конкретными показателями;
- сбор значащих данных, позволяющих провести сравнение между процессами и операциями;
- сравнение с собственными процессами.

8. Метод сравнительного анализа на параметрической основе. Применяется в случае дефицита информационного обеспечения. Метод предполагает сравнение организаций-конкурентов по определенным параметрам хозяйственной деятельности, к которым относят:

- уровень цен;
- обеспеченность материально-техническими ресурсами;
- обеспеченность кадрами;
- политику в области сбыта и т.п.

9. Метод, основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории наиболее конкурентоспособным является организация, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность каждой из служб оказывает влияние множество факторов-ресурсов этой организации. Оценка эффективности каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов.

Таким образом, существует множество методов оценки конкурентоспособности предприятий. При этом ни один из

рассматриваемых методов нельзя считать идеальным, у каждого имеются свои положительные и отрицательные стороны.

Так, рассматривая методы сравнительных преимуществ, равновесия организаций и отрасли, структурного подхода и «профилей» и качество, видно, что они не содержат простых и однозначных критериев, позволяющих дать оценку конкурентоспособности производителя, при этом расчеты становятся технически сложными и экономически нецелесообразными.

Такого недостатка позволяют избежать методы, опирающиеся на косвенные обобщенные показатели или систему показателей, как, например, функциональный метод, в основе которого лежит сравнение предприятий по векторам компетентности с помощью построения многоугольников конкурентоспособности.

Функциональный подход считается наиболее объективным, охватывающим все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности организации и позволяет быстро и объективно получить оценку положения организации на отраслевом рынке.

Достоинством матричного метода является рассмотрение конкуренции в динамике, выделение дополнительных этапов жизненного цикла. Пользуясь данным методом, можно оценить конкурентные позиции «стратегических единиц бизнеса», а также выработать стратегию поведения на рынке.

Метод сравнительного анализа на параметрической основе также имеет свои преимущества и недостатки. Его применение оправдано в условиях дефицита исходной информации, когда получение даже публичной свободной финансовой отчетности и данных статистики связано со значительными затратами времени и ресурсов. В таком случае данные для анализа основываются на субъективных суждениях и неформальных источниках информации, поэтому к недостаткам этого

метода можно отнести тот факт, что анализ носит в большей степени «качественный», неформализованный характер.

Метод бенчмаркинга конкурентоспособности – один из самых современных подходов к оценке конкурентоспособности. Преимущества этого метода заключается в том, что бенчмаркинг позволяет устанавливать цели, соответствующие направлениям развития наиболее успешных конкурентов. Кроме того этот метод стимулирует руководство к достижению более высоких показателей эффективности функционирования организации, делает более достоверную оценку вклада отдельных подразделений в достижение намеченных целей. Вместе с тем метод имеет серьезный недостаток: необходимые данные о конкурентах могут быть недоступны по соображениям коммерческой тайны.

Метод основанный на теории эффективной конкуренции. Согласно этой теории наиболее конкурентоспособным являются те организации, где наилучшим образом организована работа всех подразделений и служб. На эффективность деятельности каждой из служб оказывает влияние множество факторов – ресурсов фирмы. Оценка эффективности работы каждого из подразделений предполагает оценку эффективности использования им этих ресурсов. В основе метода лежит оценка четырех групповых показателей или критериев конкурентоспособности:

- эффективность производственной деятельности организации;
- финансовое положение организации;
- эффективность организации сбыта и продвижения товара;
- конкурентоспособность товара.

К достоинствам данного метода можно отнести следующие положения: оценка конкурентоспособности организации охватывает все наиболее важные оценки хозяйственной деятельности организации, исключает дублирование отдельных показателей, позволяет быстро и объективно получить картину положения организации на отраслевом рынке. Использование в ходе оценки сравнения показателей за разные

промежутки времени дает возможность принять этот метод как вариант оперативного контроля отдельных сторон хозяйственной деятельности. Согласно всем положительным и отрицательным сторонам этот метод является наиболее удобным, рациональным, простым в использовании и дающим объективную оценку конкурентоспособности организации.

Ни один из методов не является универсальным, применение каждого из них обуславливается целью исследования, полнотой исходной информации и субъектом исследования.

1.2. Особенности оценки конкурентоспособности организации.

Особенности конкурентоспособности организации сферы услуг является сложным, динамическим и комплексным процессом, требующим принятия рациональных управленческих решений. В основе таких решений должна лежать оценка реального состояния конкурентоспособности организации, позволяющая выделить основные проблемы деятельности и наметить путь их решения.

Оценка конкурентоспособности организации сферы услуг осложняется спецификой функционирования таких предприятий, наличием значительных нематериальных аспектов в их деятельности. Кроме того, большинство предприятий сферы услуг в основном принадлежат к малому и среднему бизнесу и не обладает большими финансовыми и человеческими ресурсами, свободными для проведения масштабных мероприятий по оценке конкурентоспособности. Соответственно, возникает необходимость в создании такой методики оценки конкурентоспособности, которая, с одной стороны, будет учитывать специфику функционирования организаций сферы услуг, а с другой стороны, будет простой для понимания, не требующей применения сложного математического аппарата и дорогостоящих исследований.

Как показывают исследования, в настоящее время в России отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности. В целом, существующие подходы можно разделить на две большие группы:

- 1) подходы, оценивающие конкурентоспособность организации на основе финансовых показателей его деятельности;
- 2) подходы, основанные на оценке конкурентных преимуществ организации при помощи экспертных оценок.

К основным показателям, позволяющим оценить конкурентоспособность организации, в данном случае относят:¹

- показатели экономической эффективности и потенциала (уровень рентабельности, уровень прибыли, объем продаж, занимаемую долю на рынке и т.д.);
- показатели финансового состояния (коэффициенты ликвидности, коэффициенты рентабельности, коэффициенты устойчивости, платежеспособность, кредитоспособность, инвестиционные критерии);
- показатели состояния трудовых ресурсов (уровень квалификации, текучесть кадров);
- показатели производственного и сбытового потенциала (наличие доступа к ресурсам; производственные и сбытовые мощности; размер и направление капитальных вложений)².

Подходы, основанные на оценке конкурентных преимуществ организации при помощи экспертных оценок состоят из достаточно большого количества разнообразных методик. Проанализируем основные из них.

- SWOT-анализ деятельности организации. Базируется на оценке сильных и слабых сторон организации с одной стороны, и возможностей и угроз внешней среды с другой. На основе анализа формируется стратегия организации, позволяющая использовать возможности организации с учетом воздействия факторов внешней среды.

¹ Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - №4(36). – с. 53-68

² Костин И.М., Фасхиев Х.А. Измерение конкурентоспособности предприятий // Менеджмент организации XXI века: Тезисы докл. Междунар науч.-практ. конф. – Наб. Челны: КамПИ, 2001. – с. 115-117

- Модель Мак-Кинси «7S», с помощью которой можно оценить внутренние факторы организации с точки зрения их противодействия конкурентным силам. В модели выделены следующие факторы: стратегия (Strategy), навыки (Skills), совместные ценности (Shared Values), структура (Structure), персонал (Staff), система (Systems), стиль (Style).

Эти два метода позволяют провести комплексную оценку внешней среды организации. Однако они сложны в применении при анализе больших объемов данных, не ранжируют факторы по степени влияния, не дают интегрального показателя конкурентоспособности.

Данные методы дают возможность сравнения предприятий отрасли, ориентированных на краткосрочную перспективу и учитывают малое количество факторов.

Оценочные и расчетные методы, основанные на бальных оценках деятельности организации для определения профиля организации с учетом основных профилей дифференциации деятельности на конкретном рынке, позволяют определить место предприятий в рейтинге предприятий отрасли. Основаны на экспертной оценке и позволяют сравнить конкурентов, однако требуют применения математических методов, сложны в применении и дорогостоящи.

Процесс оценки конкурентоспособности организации сферы услуг необходимо разделить на несколько этапов.

1) Необходимо оценить текущее положение организации на рынке. С этой целью могут быть применены следующие показатели, на основе которых можно сравнить организации услуг между собой:

- показатели рентабельности и оборачиваемости активов;
- объем клиентского потока;
- доля рынка;
- ассортимент предоставляемых услуг, анализ структуры предложения организации услуг. Характеристика данных параметров позволит менеджменту организации сравнить свой набор услуг с конкурентами, а

также позволяет выявить необходимость расширения числа оказываемых услуг;

- уровень цен и себестоимость услуг. Цены необходимо сравнить с уровнем цен конкурентов. Изучение данного параметра дает возможность предприятию для дальнейших мероприятий по формированию оптимального уровня цен на оказываемые услуги, что является существенным конкурентным преимуществом организации сферы услуг.

- уровень обслуживаемых клиентов;

- эффективность рекламно-информационной деятельности. Это показатель оценивается на основе метода анкетирования клиента.

2) Следует оценить состояние основных резервов устойчивых конкурентных преимуществ организации сферы услуг:

- информационные технологии;

- показатели инновационной активности организации;

- имидж организации и его деловая репутация;

- показатели качества услуг;

- показатели уровня развития организационной культуры организации.

Вышеперечисленные этапы и группы показателей в целом оценивают текущее состояние организации сферы услуг с точки зрения управления конкурентоспособностью. Однако, важным условием конкурентоспособности организации сферы услуг является его способность быстро реагировать на изменения динамично развивающейся внешней среды. Поэтому следующим важным этапом оценки конкурентоспособности организации сферы услуг является анализ потенциальной составляющей конкурентоспособности, а именно, адаптации организации.

Данный показатель определяет способность организации сохранять свою устойчивость и основную стратегию развития в условиях изменения внешней среды и использовать предоставленные этими изменениями возможности. Оценка предполагает анализ внутренних характеристик

организации, определяющих его реакции на вызовы внешней среды.

Можно выделить следующие виды реакций:

- реакция на благоприятные изменения – способность быстро и адекватно воспользоваться открывшимися возможностями;
- реакция на неблагоприятные изменения – способность противостоять и сохранить устойчивую позицию организации;
- реакция на тотальное ухудшение положения во внешней среде – способность диверсифицировать производство.

Таким образом, можно предложить схему анализа уровня адаптации организации (рис. 1), основанную на модели 5 сил конкуренции М.Портера.

Факторы воздействия Факторы адаптации	Поставщики	Потребители	Конкуренты	Товары-заменители	Государство
Скорость обнаружения	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня
Скорость реакции	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня
Возможность адаптации к благоприятным изменениям	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня
Возможность адаптации к неблагоприятным изменениям	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня	Оценка уровня
Тотальное ухудшение	Оценивается: Ликвидность активов, универсальность оборудования, универсальность сотрудников, доступ к новым рынкам сбыта, доступ к новым поставщикам сырья.				

Рис. 1 Адаптивность организации

Математически расчет показателя адаптивности можно провести по формуле³:

$$A = V_{AK} * AK,$$

где $AK = \sum_{i=1}^n ViAK_i,$

³ Баева Д.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: автореферат дис. к.э.н.: 08.00.05. / Южно.-Уральск. гос. ун-т, 2009

где $AK_i = \sqrt[V_i]{CO^{V_1} * CP^{V_2} * A_+^{V_3} * A_-^{V_4}}$,

где A – показатель адаптации; V – коэффициенты весомости соответствующих показателей.

AK – показатель адаптивности при изменении конъюнктуры рынка;
 AK_i – показатель адаптивности к изменениям i -го фактора; CO – показатель скорости обнаружения изменения; CP – показатель скорости реакции на изменение; A_+ - показатель адаптивности к благоприятным изменениям; A_- - показатель адаптивности к неблагоприятным изменениям; V – коэффициенты весомости соответствующих показателей.

1.3. Критерии оценки конкурентоспособности организации.

По результатам анализа литературных источников и стандартов можно принять следующую номенклатуру критериев конкурентоспособности услуг:

- 1) показатели результата исполнения услуги (далее — критерии результата);
- 2) показатели (критерии) условий обслуживания;
- 3) показатели процесса (культуры) обслуживания (далее — критерии культуры обслуживания);
- 4) показатели (критерии) доступности.

Характеристика критериев конкурентоспособности услуг.

Критерии 1, 2, 3 определяют полезность услуги. Содержание критерия результата услуги, т.е. перечня составляющих его единичных показателей, специфично для каждой группы услуги, а содержание критериев 2, 3 в принципе идентично для всех групп услуг.

Оценка целого ряда материальных услуг (услуг прачечных, химчистки, услуг по ремонту) принципиально не отличается от оценки качества товара. Требуется участие экспертов и применение специальных

стандартов. При оценке критерия необходимо обращать внимание не только на величину потребительского эффекта услуги, но и на стабильность уровня ее качества. Основным фактором услуг, как и товаров, является наличие действующей и сертифицированной системы качества в организации сферы услуг. За рубежом основной схемой сертификации в области услуг является сертификация систем качества на соответствие стандартам ИСО серии 9000. Критерий условий обслуживания определяется материально-технической базой организации и набором услуг, которые она оказывает. Требования к материально-технической базе как фактору безопасности услуги регламентированы ГОСТом «Система стандартов безопасности труда», СНиПами, СанПиНами и другими обязательными нормами (согласно законодательству о техническом регулировании в будущем — техническими регламентами). И в этой части требования к условиям обслуживания однотипны для всех групп услуг.

Другой фактор — категория сферы услуг. Не все организации разделены по категориям, но по тем группам услуг, по которым это предусмотрено, требования к категории могут устанавливаться или в стандартах на классификацию организаций, или в стандартах общих технических условий. Надо учитывать, что услуги выполняют разные функции. Поэтому критерий условий обслуживания должен охватывать только те услуги, которые создают удобства потребителю.

Критерий культуры обслуживания особую роль играет в обеспечении качества и конкурентоспособности услуг. Это обстоятельство вызвало необходимость разработки и применения специальных стандартов, определяющих требования к обслуживающему персоналу.

Культура обслуживания зависит от мастерства обслуживающего персонала (в широком понимании этого термина), а также времени обслуживания.

Мастерство — это умение в наибольшей степени учесть индивидуальные запросы потребителя.

Оценка затрат времени при обслуживании не может быть однозначной: большие затраты времени на ожидание приема оцениваются потребителем отрицательно, а на контакт — положительно.

Самой популярной методикой оценки качества обслуживания в настоящее время является «таинственная покупка» («mystery shopping»). Это по существу спровоцированная хозяином бизнеса или руководителем персонала контрольная закупка товара или приобретение услуги профессиональным «тайным покупателем» с целью получения максимально объективной комплексной информации о процессе предоставления услуги, поведении продавца, состоянии торгового зала и т.д.

Технология тайных покупок в России известна еще с начала XX в. В наше время дополнительным стимулом для активного использования этой методики стала конкуренция.

Критерий доступности услуги включает затраты денежных средств и времени. Затраты времени при расчете интегрального показателя качества можно перевести в денежные средства. Во избежание двойного счета в этом критерии не учитываются издержки, связанные с процессом обслуживания.

Для большинства услуг критерий подлинности не имеет самостоятельного значения и учитывается в составе других критериев. В литературе совершенно справедливо указывается на то, что цена потребления присуща и услугам. Стремясь привлечь клиентов, услугодатель устанавливает цену на основную услугу. Но потребление этой основной услуги невозможно без дополнительных услуг, за которые потребитель расплачивается позже.

2 Глава. Анализ финансово-экономического состояния организации ООО «Элгуд»

2.1. Организационно-управленческая и правовая характеристика организации

Наименование: ООО «Элгуд»

Форма собственности: частная

Основной целью организации является получение прибыли от предоставления услуг.

Местоположение организации ООО "Элгуд": 426008, Удмуртская Республика, г. Ижевск, ул. Им. Вадима Сивкова, д. 152.

Основные направления работы организации ООО "Элгуд":

1. Деятельность в сфере услуг:

- ремонт крупной и мелкой бытовой техники, оргтехники, как по гарантийному обслуживанию, так и в платной форме;
- предоставление услуг по монтажу и подключению крупной встраиваемой бытовой техники;
- сервисное обслуживание.

2. Торговая деятельность

- торговля расходными материалами и запасными частями для бытовой техники.

3. Коммерческая деятельность - посредническая деятельность, организация и стимулирование сбыта расходных материалов и запасных частей для бытовой техники.

- предоставление консультации по различным аспектам использования бытовой техники;
- информационная поддержка.

Общество вправе осуществлять и другие виды деятельности, не запрещенные законодательством.

Организация ООО "Элгуд" работает на рынке услуг по ремонту бытовой техники с февраля 1999 года.

Организация ООО "Элгуд" является официальным партнером вендоров, таких как "Samsung", "LG", "Electrolux", "Beko", "Ardo", "Бирюса", "Pozis", "Philips" и многих других организации.

Организация имеет стабильное финансовое состояние для осуществления своей хозяйственной деятельности, поддержания нормального режима работы и своевременного проведения расчетов.

Организационно-правовая форма - общество с ограниченной ответственностью.

Полное наименование - Общество с ограниченной ответственностью "Элгуд". Сокращенное наименование – ООО «Элгуд».

Общество в своей деятельности руководствуется Гражданским Кодексом РФ; Федеральным законом РФ об обществах с ограниченной ответственностью; другими нормативно-правовыми актами РФ и УР, Уставом.

Организационно-управленческая структура ООО "Элгуд" является линейно-функциональной. Сущность этой структуры управления состоит в том, что управляющие воздействия на объект могут передаваться не только одним доминантным лицом – руководителем, который получает официальную информацию только от своих, непосредственно ему подчиненных лиц, принимает решения по всем вопросам, относящимся к руководимой им части объекта и несет ответственность за его работу перед вышестоящим руководителем, но и линейными руководителями.



Рис. 2 Организационно-управленческая структура ООО «Элгуд»

Для общей оценки экономической деятельности организации нужно рассмотреть основные экономические показатели деятельности организации, отражающиеся в таблице 1 за три года. Информация для расчетов была взята из годовой отчетности по форме 2 "Отчёт о прибылях и убытках" за последние 3 года (приложение 1), кадровых отчетах.

Таблица 1- Основные экономические показатели деятельности организации

Показатель	2013 год	2014 год	2015 год	Абсолютное отклонение, (+;-)		Темпы роста, %	
				2014г. от 2013г.	2015г. от 2014г.	2014г. к 2013г.	2015г. к 2014г.
Выручка, тыс. руб.	19881	20690	26172	809	5482	104,1	126,5
Затраты, тыс. руб.	9052	9586	13336	534	3750	105,9	139,1
Валовая прибыль, тыс. руб.	10829	11104	12836	275	1732	102,5	115,6
Среднесписочная численность, чел.	71	69	62	-2	-7	97,2	89,9
Выработка на 1 работника	280,0	299,9	422,1	19,9	122,2	107,1	140,7
Фонд оплаты труда, тыс. руб.	18012	17623	16147	-389	-1476	97,8	91,6
Среднемесячная зарплата работающего, тыс. руб.	21,1	21,3	21,7	0,2	0,4	100,9	101,9
Затраты на 1 руб. товарной продукции	0,45	0,46	0,51	0,01	0,05	102,2	110,9
Основные средства, тыс. руб.	3106	3065	2798	-41	-267	98,7	91,3
Оборотные средства, тыс. руб.	15659	11729	11765	-3930	36	74,9	100,3
Уровень рентабельности, %	119,63	115,84	96,25	-3,79	-19,6	96,83	83,09

Показатели выручки за три исследуемых года значительно меняются. Значение выручки имеет тенденцию к увеличению с 2013 года по 2015 год, так в 2013 году она составляла 19881 тыс. руб., а в 2014 – 20690 тыс. руб, соответственно темп роста выручки увеличился и составил 104,1 % в 2014 году, с 2014 года по 2015 год значение выручки также имеет тенденцию к

увеличению, так в 2015 она составила 26172 тыс. руб., что на 26,5 % больше, чем в 2014 году.

Показатель себестоимости продукции также увеличивался на протяжении с 2013 года по 2015 год. Так в 2014 году он составлял 6586 тыс. руб., что на 534 тыс. руб. больше, чем в 2013 году. В 2015 году этот показатель составил 13336 тыс. руб., что на 3750 тыс. руб. больше, чем в 2014 году. Соответственно темпы роста к 2015 году увеличились до 139,1 %.

Среднемесячная зарплата работающего увеличилась на 5 тыс. руб., за счет сокращения персонала. Произошло уменьшение основных фондов почти в на 10 %, снижении оборотных средств в 2014 и 2015 годах по сравнению с 2013 годом на 25,1 %.

Проанализировав значения основных экономических показателей деятельности ООО "Элгуд" за 2013, 2014, 2015 года, можно сделать вывод о том, что выручка от продаж, себестоимость проданной продукции увеличились к 2015 году. Так же необходимо отметить убыток от продаж, чистый убыток в 2014 году был наиболее высоким по сравнению с 2013 и 2015 годами. Организация не рентабельно, т.к. оно имеет чистый убыток.

Графически на рис. 3 показано изменение эффективности деятельности ООО «Элгуд» за 2013-2015 гг.

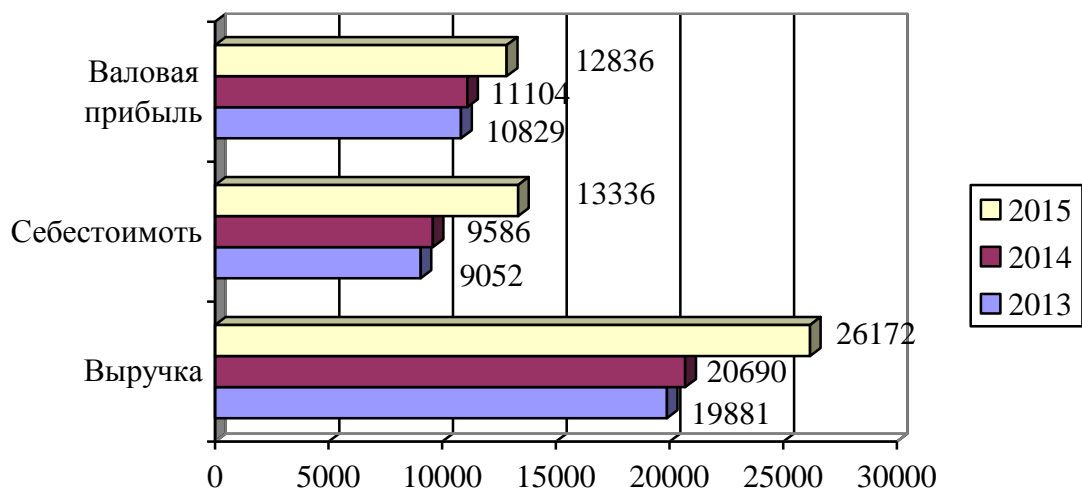


Рис. 3 Динамика показателей эффективности деятельности ООО «Элгуд»

Таблица 2 - Состав и структура выручки от оказываемых услуг

Продукция, услуга	2013г.		2014г.		2015г.		В среднем за три года	
	Денеж. выручка тыс.руб.	%	Денеж. выручка тыс.руб.	%	Денеж. выручка тыс.руб.	%	Денеж. выручка тыс.руб.	%
1.Ремонт холодильников	5077	26	4707	23	5478	21	5087	25
2.Ремонт СМА	3808	19	3201	16	5002	19	4004	20
3.Ремонт АВ/МБТ	8522	43	8473	41	10241	39	9079	45
4.Продажа запасных частей к быт. технике	725	4	2447	12	3096	12	2089	10
5. Прочие услуги	1749	8	1862	8	2355	9	1989	9
ИТОГО	19881	100	20690	100	26172	100	22248	100

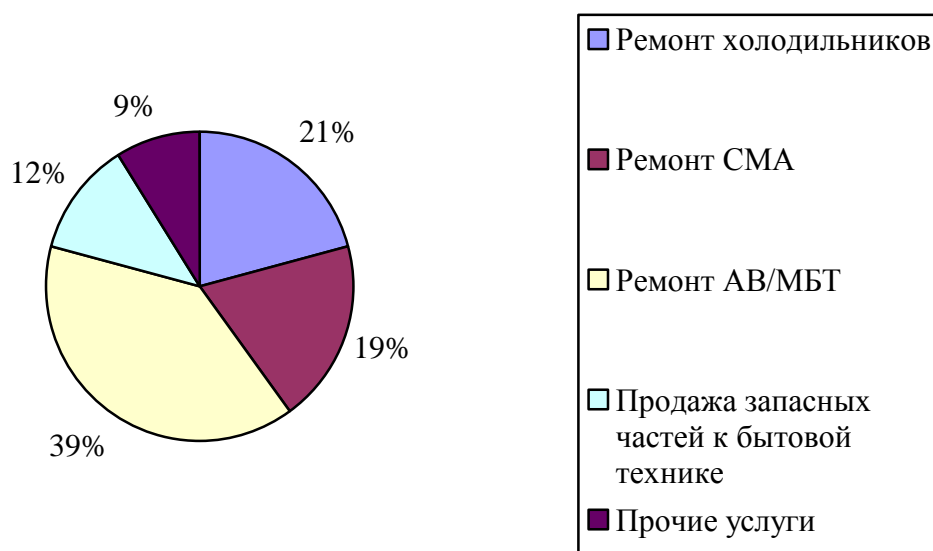


Рис. 4 Структура выручки 2015 год ООО «Элгуд», %

Структура выручки от оказываемых услуг (таблица 2) организации показывает, что, ремонт АВ/МБТ составляет большую часть денежной выручки из общей совокупности предоставляемых услуг (43 % в 2013г., 41% - 2014г., 39% - 2015г.). Это обусловлено тем, что себестоимость ремонтов таких аппаратов дороже, чем остальных. Привлечение новых вендоров к сотрудничеству в 2014 году значительно увеличило продажу запасных частей с 4% до 12% из общей доли выручки.

2.2. Экономическая оценка состава и использования ресурсного потенциала

2.2.1. Трудовые ресурсы

В организации среднесписочная численность за 2013г. составила 71 чел., в 2014г. – 69, в 2015г. – 62 (таблица 3). Зарботная плата по организации на 1 среднегодового работника в 2014г. увеличилась по сравнению с 2013г. на 2 тыс. руб., в 2015г. – увеличилась на 5 тыс. руб. по сравнению с 2014г., что составило 1% прироста (таблица 3). В связи с уменьшением численности работников трудоемкость производства продукции по всем категориям услуг и продукции увеличилась в 2014г. по сравнению с 2013г. на 23%, но в 2015г. этот показатель снизился 10%

(таблица 4). Трудоемкость ремонта холодильников и СМА, заказа запасных частей менеджерами отдела обеспечения слишком долгая 91 чел/час на заказ одной запасной части в 2015г., а для ремонта одного холодильника в 2015г. потребовалось 12 чел. часа. В производстве валовой продукции и оказании услуг на 1 среднегодового работника идет снижение темпа роста производительности. Так в итоге в 2014г. темп роста производительности снизился на 23% по сравнению с 2013г., в 2015г. снизился на 6% по сравнению с 2014г. (таблица 4). При незначительном повышении оплаты труда, производительность труда не стала увеличиваться, а на оборот снизилась.

Таблица 3 - Численность работников и фонд заработной платы

Категория работников	2013г.			2014г.			2015г.		
	Среднесписочная численность	Начислено з/платы, тыс.руб.	В среднем 1 работнику, тыс. руб.	Среднесписочная численность	Начислено з/платы, тыс. руб.	В среднем 1 работнику, тыс.руб.	Среднесписочная численность	Начислено з/платы, тыс.руб.	В среднем 1 работнику, тыс.руб.
Администрация	2	720	360	2	720	360	2	713	357
Бухгалтерия	5	1044	209	4	864	216	4	882	221
Мастера по ремонту холодильников	20	4512	226	16	4252	266	15	4115	274
Мастера по ремонту СМА	16	5184	324	20	5256	263	18	4760	264
Мастера по ремонту АВ/МБТ	9	3048	339	9	3061	340	8	2713	339
Приемщики	3	642	214	3	698	233	3	692	231
Менеджера отдела обеспечения	11	2442	222	11	2425	220	9	2038	226
Вспомогательное производство	5	420	84	4	347	87	3	234	78
ИТОГО	71	18012	-	69	17623	-	62	16147	-

Таблица 4 - Анализ взаимосвязи производительности и оплаты труда

Показатель	Год		
	2013г.	2014г.	2015г.
Произведено валовой продукции, оказано услуг на 1 среднегодового работника, тыс.руб., всего:	466	361	341
в т.ч. Ремонт холодильников			
Ремонт СМА	120	81	71
Ремонт АВ/МБТ	87	55	63
Продажа запасных частей к быт. технике	212	154	140
Заказ запасных частей менеджерами	17	45	40
отдела обеспечения	30	26	27
Темпы роста производительности труда, % всего:	100	77	94
в т.ч. Ремонт холодильников			
Ремонт СМА	100	68	88
Ремонт АВ/МБТ	100	63	115
Продажа запасных частей к быт. технике	100	73	91
Заказ запасных частей менеджерами	100	265	89
отдела обеспечения	100	87	104
Оплата труда 1 среднегодового работника, тыс.руб., всего:	1325	1322	1334
в т.ч. Ремонт холодильников	226	266	274
Ремонт СМА	324	263	264
Ремонт АВ/МБТ	339	340	339
Продажа запасных частей к быт. технике	214	233	231
Заказ запасных частей менеджерами			
отдела обеспечения	222	220	226
Темпы роста оплаты труда %, всего:	100	100	101
в т.ч. Ремонт холодильников	100	118	103
Ремонт СМА	100	81	100
Ремонт АВ/МБТ	100	100	100
Продажа запасных частей к быт. технике	100	109	99
Заказ запасных частей менеджерами			
отдела обеспечения	100	99	103

Для определения эффективности использования трудовых ресурсов наиболее ответственный этап в анализе обеспеченности организации рабочей силой - это изучение ее движения. Анализ движения персонала выполняется путем расчета следующих коэффициентов:

- 1) Коэффициент оборота по приему;
- 2) Коэффициент оборота по выбытию;
- 3) Коэффициент общего оборота;

4) Коэффициент текучести кадров;

5) Коэффициент постоянства персонала;

Данные для изучения движения персонала приведены в таблице 5.

Таблица 5 - Анализ движения персонала

Показатель	2013 год	2014 год	2015 год
Численность персонала на начала года	65	78	74
Количество принятого персонала	29	11	14
Количество уволившихся работников	16	10	9
Количество уволившихся по собственному желанию и за нарушение трудовой дисциплины	16	10	7
Численность персонала на конец года	78	79	79
Среднесписочная численность персонала	71	69	62
Количество работников, проработавших весь год	47	43	50
Коэффициент оборота по приему работников	0,41	0,16	0,23
Коэффициент оборота по выбытию	0,23	0,14	0,15
Коэффициент общего оборота	0,63	0,30	0,37
Коэффициент текучести кадров	0,22	0,14	0,11
Коэффициент постоянства персонала	0,66	0,62	0,81

Как видно по данным таблицы 5, в 2014 году относительно 2013 года, а также в 2015 году относительно 2014 года, ситуация кадрового потенциала организации не стабильна, а именно:

- уменьшается среднесписочная численность работников;
- количество работников, проработавших весь год меняется из года в год;
- уменьшается количество уволившихся с организации;

- уменьшается количество принимаемого персонала.

По данным таблицы видно, что коэффициент текучести кадров в течение трех лет заметно снижается. Это можно объяснить тем, что в течение 2013 года не было роста заработной платы. Однако в 2014 - 2015 гг. ситуация изменилась, заработная плата увеличилась, были пересмотрены условия вознаграждения за реализацию дополнительных товаров для бытовой техники и дополнительных видов услуг.

Анализируя данные таблицы 5, можно выявить следующее:

1. Коэффициент оборота по приему на работу снизился в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 0,25 единицы, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 0,07 единицы. При этом количество уволившихся работников сокращается, отклонение 2014 г. к 2013 г. составляет 0,09 единицы, а между 2015 и 2014 годами составляет всего 0,01 единицы, что свидетельствует о том, что основная часть кадрового состава сохраняется.
2. Что касается общего оборота кадров, то здесь также наблюдается тенденция к снижению показателя, отклонение 2014 года к 2013 году - 0,33 единицы, а в 2015 году произошло увеличение данного коэффициента - на 0,07 единицы, это связано с увеличением числа принятых работников по сравнению с предыдущим годом, а соответственно, увеличился показатель оборота по приему.
3. Последний показатель, которым характеризуется движение рабочей силы - это показатель постоянства состава. В 2014 году этот показатель снизился по сравнению с 2013 годом на 0,04 единицы, в 2015 году отклонение от прошлого года составило 0,19 единицы - следовательно, количество работающих постоянно занятых на производстве увеличивается и сокращается количество рабочих, отлучающихся от производства. В период с 2013 по 2015 годы наблюдается значительное

улучшение условий труда и условий оплаты труда. Работники заинтересованы продолжать свою трудовую деятельность на ООО «Элгуд».

2.2.2. Материально-технические ресурсы

Для своей деятельности организация имеет основные фонды, все они находятся на балансе организации. Наибольший удельный вес составляют здания и сооружения – в 2013г. они составили 39% и 31% соответственно, в 2014г. – 49% и 22%, в 2015г. – 49% и 22% (таблица 6). Уменьшение стоимости основных фондов произошло в 2014г. на 1,3%, в 2015г. на 8,7%, это привело к увеличению фондооснащенности в 2012г. на 47,1 тыс. руб., в 2013г. на 1,7 по сравнению с 2012г. (таблица 7). Так же это привело к увеличению фондовооруженности на 73,4 тыс. руб. в 2012г. по сравнению с 2011г. и на 30,6 тыс. руб. в 2013г. по сравнению с 2012г. На каждую тысячу основных средств в 2011г. приходится выручки 2,8 тыс. руб., с каждым годом этот показатель уменьшается. Показатель фондоемкости в 2011 г. составил 0,4 тыс. руб. на 1 тыс. руб. выручки, в 2012 г. увеличился на 0,2 тыс. руб., в 2013 г. увеличился до 0,8 тыс. руб. Отклонение за 3 года составляет 0,4 тыс. руб. Данные значения показывают о положительном состоянии на предприятии. Показатель оборачиваемости средств в расчетах (в оборотах) равен 2,9 в 2011г., 1,7 в 2012г., 1,2 в 2013г., это означает, что средства в расчетах оборачиваются приблизительно 3 раз за год за 2011, 2 и 1 в 2012 и 2013 годах соответственно, а продолжительность одного оборота равна 124 дня в 2011г., 207 и 310 дней в 2012г. и 2013г. соответственно, об этом говорит показатель оборачиваемости средств в расчетах (в днях) (таблица 7). Слишком длинный срок и малое количество оборотов. Основные средства организации обновились в 2012г. и 2013г. на 0,6 и 0,2, о чем говорят коэффициенты обновления (таблица 7).

Таблица 6 - Состав и структура основных фондов организации

Показатель	Год					
	2013г.		2014г.		2015г.	
	тыс. руб.	в % к итогу	тыс. руб.	в % к итогу	тыс. руб.	в % к итогу
Здания	1211	39	1502	49	1371	49
Сооружения	963	31	674	22	616	22
Машины и оборудование	466	15	429	14	392	14
Инструмент	217	7	245	8	224	8
Производственный инвентарь	93	3	92	3	84	3
Хозяйственный инвентарь	62	2	31	1	28	1
Прочие основные фонды	94	3	92	3	83	3
ИТОГО	3106	100	3065	100	2798	100

Таблица 7 - Эффективность использования производственных фондов

Показатель	2013г.	2014г.	2015г.
Фондооснащенность, тыс.руб.:			
на участке ремонта холодильников 70 м ²	44,4	43,8	40,0
на участке ремонта СМА 60 м ²	51,8	51,1	46,6
на участке ремонта АВ/МБТ 70 м ²	44,4	43,8	40,0
на участке продажи запасных частей 30м ²	103,5	102,2	93,3
Фондовооруженность, тыс.руб.	43,7	44,4	45,1
Фондоотдача	6,4	6,8	9,4
Фондоёмкость	0,4	0,6	0,8
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,3	1,5	2,2
Продолжительность оборота оборотных средств, дней	281	243	166
Коэффициент обновления	0	0,05	0,02
Коэффициент выбытия	0	0,06	0,11

Таблица 8 - Движение основных производственных фондов

Основные фонды	2013г.	2014г.	2015г.
Приобретение, тыс. руб.	0	154	57
Выбытие, тыс. руб.	0	195	324
ИТОГО	3106	3065	2798

Таблица 9 - Динамика и структура оборотных средств

Наименование статей баланса	2014 год	Удельный вес	2015 год	Удельный вес	Изменение	
					Абсолютное	Относительное
1. Оборотные активы, тыс. руб.	11729	100	11765	100	0,6	100,3
1.1. Запасы, тыс. руб.	7527	64,2	7521	63,9	0,2	99,9
1.2. Дебиторская задолженность, тыс. руб.	3294	28,1	3324	28,3	0,3	100,9
1.3. Денежные средства, тыс. руб.	908	7,7	920	7,8	0,1	101,3

На основе расчетных данных следует, что основную долю в оборотных средствах составляют запасы, в 2014 г. доля была равна 64,2%, в 2015 г. она сократилась до 63,9%.

Доля дебиторской задолженности незначительна, в 2014 г. составляет не более 28%, причем в 2015 г. она увеличилась на 0,9%, что является неблагоприятным фактором. Незначительно возросла доля денежных средств на 1,3%, что положительно сказывается на возможностях предприятия своевременно покрывать свои текущие обязательства.

2.3. Анализ финансового состояния организации

Анализ финансовой устойчивости на основе абсолютных показателей состоит в оценке достаточности источников формирования производственных запасов организации.

Тип финансовой устойчивости организации определяется на основе следующих критериев:

Абсолютная финансовая устойчивость - величина запасов меньше или равна сумме собственных оборотных средств.

Нормальная финансовая устойчивость - величина запасов больше суммы собственных оборотных средств, но меньше или равна плановым источникам их покрытия (сумме собственных оборотных средств и краткосрочных кредитов банка).

Неустойчивое (предкризисное) финансовое состояние - величина запасов больше плановых источников их покрытия, но равновесие может быть восстановлено за счет привлечения в оборот временных источников пополнения собственных оборотных средств.

Кризисное финансовое состояние - величина запасов превышает плановые источники их покрытия и временные источники, равновесие восстанавливается за счет просроченной кредиторской задолженности; организация находится на грани банкротства.

Анализ финансовой устойчивости выполняется на основе расчета следующих коэффициентов.

За весь период анализа финансовой устойчивости ООО «Элгуд» можно сказать, что финансовая устойчивость организации снижается, хотя и является абсолютной финансовой устойчивостью. Величина запасов каждого года меньше собственного капитала организации. Так например в 2015 году величина запасов составила 7521 тыс. руб., а величина собственного капитала 9801 тыс. руб.

Анализ финансовой устойчивости на основе оценки удовлетворительности структуры баланса выполняется на основе следующих относительных коэффициентов.

Таблица 10 - Анализ удовлетворительности структуры баланса

Показатель	Значение показателя			Изменение		Нормальное значение
	2013г.	2014г.	2015г.	2014г. от 2013г.	2015г. от 2014г.	
Коэффициент автономии	0,78	0,76	0,64	-0,02	-0,12	$\geq 0,5$
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,29	0,32	0,56	0,03	0,24	≤ 1
Коэффициент финансирования	3,50	3,11	1,79	-0,39	-1,32	> 1
Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	4,32	3,26	3,36	-1,06	0,1	≥ 1
Коэффициент маневренности	0,76	0,69	0,64	-0,07	-0,05	$\geq 0,5$
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными источниками формирования	0,73	0,68	0,54	-0,05	-0,14	$\geq 0,5$
Коэффициент имущества производственного назначения	0,55	0,73	0,72	0,18	-0,01	$\geq 0,6$
Коэффициент текущей задолженности	0,22	0,24	0,36	0,02	0,12	от 0,1 до 0,2

Коэффициент автономии уменьшается с каждым годом, но все же превышает нормальное значение, это означает, что все обязательства фирмы могут быть покрыты ее собственными средствами. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств к 2015 году по сравнению с 2014 годом увеличился на 0,24 единицы и составил 0,56, хоть и такой показатель соответствует нормативному значению, предприятию

необходимо работать с кредиторской задолженностью, которая возросла с 2014 года по 2015 год на 2126 тыс. руб. Коэффициент финансирования уменьшился и составил за 2015 год 1,79. Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными источниками формирования так же снизился за каждый год анализа, так в 2014 году по сравнению с 2013 годом коэффициент уменьшился на 0,05 и составил 0,68, а в 2015 году по сравнению с 2014 годом на 0,14 и составил 0,54, эти показатели входят в нормальное значение ≥ 5 , значит у организации абсолютная финансовая устойчивость. Коэффициент маневренности за анализируемый период снизился с 0,76 до 0,64, что свидетельствует об уменьшении величины мобильных средств. Коэффициент текущей задолженности увеличился на 0,02 в 2014 году по сравнению с 2013 годом, и на 0,12 в 2015 году по сравнению с 2014 годом.

Проведем анализ ликвидности и платежеспособности ООО «Элгуд»

Целью анализа ликвидности и платежеспособности организации является получение наиболее информативных параметров, дающих объективную картину финансового состояния организации, изменений в структуре активов и пассивов, в расчетах с дебиторами и кредиторами.

Рассчитаем все 4 группы ликвидности организации:

Таблица 11 - Анализ групп ликвидности организации

Группа ликвидности	Значение		
	2013 год	2014 год	2015 год
Наиболее ликвидные активы А1	1813	908	920
Быстрореализуемые активы А2	6866	3294	3324
Медленнореализуемые активы А3	6980	7527	7521
Труднореализуемые активы А4	3627	3600	3499
Наиболее срочные обязательства П1	2908	2653	4779
Краткосрочные пассивы П2	1378	1081	684
Долгосрочные пассивы П3	0	0	0
Постоянные пассивы П4	15000	11595	9801

Указанные группы активов и пассивов сопоставляются в абсолютном выражении. Баланс считается ликвидным при условии следующих соотношений групп активов и обязательств:

$$A1 \geq P1; A2 \geq P2; A3 \geq P3; A4 \leq P4.$$

При этом если выполнены три следующих условия:

$$A1 > P1; A2 > P2; A3 > P3,$$

то обязательно выполняется и последнее неравенство $A4 \leq P4$.

2013 год:

$$1813 \geq 2908 \text{ не соответствует;}$$

$$6866 \geq 1378 \text{ соответствует;}$$

$$6980 \geq 0 \text{ соответствует;}$$

$$3627 \leq 15000 \text{ соответствует.}$$

2014 год:

$908 \geq 2653$ не соответствует;

$3294 \geq 1081$ соответствует;

$7527 \geq 0$ соответствует;

$3600 \leq 11595$ соответствует.

2015 год:

$920 \geq 4779$ не соответствует;

$3324 \geq 684$ соответствует;

$7521 \geq 0$ соответствует;

$3499 \leq 9801$ соответствует;

В 2013, 2014 и 2015 годах баланс не является абсолютно ликвидным, не выполняется первое условие, однако недостаток средств компенсируется их наличием во второй и третьей группах, но компенсация при этом имеет место лишь по стоимостной величине, поскольку в реальной платежной ситуации менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные.

Выполнение первых трех неравенств в системе влечет выполнение и четвертого неравенства, поэтому существенным является сопоставление первых трех групп по активу и пассиву. Четвертое неравенство носит балансирующий характер и в то же время имеет глубокий экономический смысл: его выполнение свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости – наличие у организации собственных оборотных средств.

Для оценки изменения степени платежеспособности и ликвидности ООО «Элгуд» необходимо сравнить показатели балансового отчета по разным группам актива и обязательств.

Платежеспособность – это готовность организации погасить долги в случае одновременного предъявления требований о платежах со стороны всех кредиторов.

Поскольку в процессе анализа изучается текущая и перспективная платежеспособность, текущая платежеспособность за анализируемый период может быть определена путем сопоставления наиболее ликвидных средств и быстро реализуемых активов с наиболее срочными и краткосрочными обязательствами.

$$A1 + A2 \geq П1 + П2.$$

Текущая платежеспособность считается нормальной, если соблюдается данное условие, и это свидетельствует о платежеспособности (неплатежеспособности) на ближайший к рассматриваемому моменту промежуток времени:

Исходя из расчетов, приведенных, следует, что у анализируемого организации очень низкая текущая ликвидность, т.е. низкая платежеспособность. Данный вывод можно сделать, сравнивая наиболее ликвидные средства и быстро реализуемые активы с наиболее срочными обязательствами и краткосрочными пассивами.

$$2013\text{г.}: (1813 + 6866) - (2908 + 1378) = 4393 \text{ тыс. руб.}$$

$$2014\text{г.}: (908 + 3294) - (2653 + 1081) = 468 \text{ тыс. руб.}$$

$$2015\text{г.}: (920 + 3324) - (4779 + 684) = -1219 \text{ тыс. руб.}$$

В 2013 году платежеспособность составляла 4393 тыс. руб., в 2014 году она снизилась до 468 тыс. руб., в 2015 году платежеспособность стала отрицательной и составила -1219 тыс. руб., т.е. 2015 году ООО «Элгуд» было неплатежеспособным.

Такая отрицательная динамика наблюдается в связи со снижением в 2015 году по сравнению с 2013 годом на 52 % дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев и с ростом кредиторской задолженности на 64 %. Так же этому повлияли

наиболее ликвидные активы, объем выручки снизился с 2013 года по 2015 год на 49 %.

Сравнение медленно реализуемых активов с долгосрочными и среднесрочными пассивами отражает перспективную ликвидность.

Перспективная платежеспособность характеризуется условием:

$$A3 \geq ПЗ.$$

$$2013г.: 6980 > 0.$$

$$2014г.: 7527 > 0.$$

$$2015г.: 7521 > 0.$$

Сравнение медленно реализуемых активов с долгосрочными обязательствами показало, что за весь анализируемый период у организации перспективная платежеспособность удовлетворительна, а это значит, что в долгосрочной перспективе ООО «Элгуд» будет платежеспособным организациям и сможет покрыть активами свои обязательства, расплатившись с долгами.

Вторая стадия анализа — расчет финансовых коэффициентов ликвидности, который производится путем поэтапного сопоставления отдельных групп активов с краткосрочными пассивами на основе данных баланса.

Традиционно расчеты начинают с определения коэффициента абсолютной ликвидности, который рассчитывается как отношение наиболее ликвидных активов к сумме наиболее срочных обязательств и краткосрочных пассивов (сумма кредиторской задолженности и краткосрочных кредитов):

$$K_{ал} = (Д + ЦБ) / (К + З + УЗ + ПР_{КО}) = A1 / (П1 + П2),$$

где Д — денежные средства, тыс. руб.;

ЦБ — краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги), тыс. руб.;

К — кредиторская задолженность, тыс. руб.;

З — краткосрочные заемные средства, тыс. руб.;

УЗ — задолженность перед участниками по выплате доходов, тыс. руб.;

ПР_{КО} – прочие краткосрочные обязательства, тыс. руб.

$$K_{ал2013} = 1813 / 4286 = 0,42;$$

$$K_{ал2014} = 908 / 3734 = 0,24;$$

$$K_{ал2015} = 920 / 5463 = 0,17.$$

Нормальное ограничение — $K_{ал} = 0,2—0,5$.

Коэффициент абсолютной ликвидности показывает, какая часть текущей задолженности может быть погашена в ближайшее к моменту составления баланса время, что является одним из условий платежеспособности.

В динамике уменьшение коэффициента абсолютной ликвидности говорит об уменьшении платёжеспособности организации. Так рекомендуемая нижняя граница этого коэффициента равна 0,2, а коэффициент абсолютной ликвидности на 2015 год 0,17. Следовательно, организация не способна погасить имеющуюся краткосрочная задолженность за 2-5 дней.

Следующим коэффициентом является коэффициент критической ликвидности (или промежуточный коэффициент покрытия) — он рассчитывается как частное от деления величины денежных средств, краткосрочных финансовых вложений (ценных бумаг), дебиторской задолженности, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты и прочих оборотных активов на сумму краткосрочных обязательств организации.

В этом случае к сумме активов, используемых для погашения краткосрочных обязательств, добавляют краткосрочную дебиторскую задолженность и определяют либо возможность полного покрытия краткосрочных обязательств этими активами, либо долю обязательств, которые могут быть покрыты в данной ситуации.

$$K_{кл} = (Д + ЦБ + ДЗ_к + ПР_{ОА}) / (К + З + УЗ + ПР_{КО}) = (А1 + А2) / (П1 + П2),$$

где Д — денежные средства, тыс. руб.;

ЦБ — краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги), тыс. руб.;

ДЗ_к — краткосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.;

ПР_{ОА} — прочие оборотные активы, тыс. руб.;

К — кредиторская задолженность, тыс. руб.;

З — краткосрочные заемные средства, тыс. руб.;

УЗ — задолженность перед участниками по выплате доходов, тыс. руб.;

ПР_{КО} — прочие краткосрочные обязательства, тыс. руб.

$$K_{\text{кл}2013} = 8679 / 4286 = 2,02;$$

$$K_{\text{кл}2014} = 4202 / 3734 = 1,13;$$

$$K_{\text{кл}2015} = 4244 / 5463 = 0,78.$$

Коэффициент критической ликвидности отражает прогнозируемые платежные способности организации при условии своевременного проведения расчетов с дебиторами. Теоретически оправданное значение этого коэффициента $\approx 0,8$.

В динамике коэффициента критической ликвидности есть видимая отрицательная тенденция, в 2013 и 2014 года значения коэффициента были очень высоки от нормативных, (2,02 и 1,13 соответственно), но в 2015 году организация ухудшило свои показатели и значение коэффициента даже стало ниже нормативного теоретически оправданного значение (0,78). Следовательно, если ООО «Элгуд» будет своевременно погашать кредиторскую задолженность, то сможет своевременно отвечать по своим краткосрочным обязательствам.

На заключительном этапе анализа рассчитывают коэффициент текущей ликвидности (или коэффициент покрытия).

$$K_{\text{тл}} = T_a / T_o = (A1 + A2 + \text{строка } 1210) / (П1 + П2),$$

где T_a - текущие активы, тыс. руб.;

T_o — текущие обязательства, тыс. руб.

$$K_{\text{тл}2013} = (8679 + 6980) / 4286 = 3,65;$$

$$K_{\text{тл}2014} = (4202 + 7527) / 3734 = 3,14;$$

$$K_{\text{тл}2015} = (4244 + 7521) / 5463 = 2,15.$$

Нормальным значением для данного показателя считается 2.

Коэффициент текущей ликвидности показывает, в какой степени текущие активы покрывают краткосрочные обязательства. Он характеризует платежные возможности организации, оцениваемые при условии не только своевременных расчетов с дебиторами и благоприятной реализации готовой продукции, но и продажи в случае нужды прочих элементов материальных оборотных средств.

Коэффициент текущей ликвидности характеризует ожидаемую платежеспособность организации на период, равный средней продолжительности одного оборота всех оборотных средств.

В большей мере по коэффициенту текущей ликвидности оценивают финансовую устойчивость покупателя и держатели акций организации.

Выполнение этого норматива организацией означает, что на каждый рубль его краткосрочных обязательств приходится на полтора рублей ликвидных средств. Значения коэффициентов текущей ликвидности в 2013, 2014 и 2015 годах до норматива дотягивали, но, к тому же имели тенденцию к снижению (от 3,65; 3,14 до 2,15 соответственно).

Выполнение установленного норматива не создает угрозу финансовой нестабильности ввиду различной степени ликвидности активов и возможности их срочной реализации в случае одновременного обращения кредиторов. Превышение установленного норматива свидетельствует о том, что организация располагает достаточным объемом свободных ресурсов, формируемых за счет собственных источников. С точки зрения кредиторов, подобный вариант формирования оборотных средств является наиболее предпочтительным.

Проведем факторный анализ прибыли от реализации услуг. Для проведения факторного анализа прибыли от реализации услуг необходимо рассчитать показатели по базису на фактически реализованную продукцию по индексу инфляции:

$$B(p_0q_1) = 26172 / 1,12 = 23367,857 \text{ тыс. руб.}$$

$$C/c(z_0q_1) = 13336 / 1,12 = 11907,143 \text{ тыс. руб.}$$

Таблица 12 - Исходные данные для факторного анализа прибыли от реализации услуг

Показатели	На начало периода (по базису)	По базису на фактически реализованную продукцию	На конец периода (фактические данные)
1. Выручка от реализации (В), тыс. руб.	20690	23367,857	26172
2. Себестоимость реализованных услуг (С/с), тыс. руб.	9586	11907,143	13336
3. Прибыль от реализации (П), тыс. руб.	11104	11460,714	12836

Прибыль за анализируемый период выросла на 1732 тыс.руб.:

$$\Delta П = 12836 - 11104 = 1732$$

1. Если сравнивать сумму прибыли на начало периода и прибыль, рассчитанную исходя из фактического объема и ассортимента, но при ценах и себестоимости продукции на начало периода, то разница между ними показывает насколько произошло изменение прибыли за счет объема и структуры продукции отчетного периода:

$$\Delta П(P) = 11460,714 - 11104 = 356,714 \text{ тыс.руб.}$$

2. Чтобы найти влияние только объема продаж, необходимо прибыль на начало периода умножить на процент роста объема производства, который определяется делением выручки от реализации рассчитанной, исходя из базисной цены и фактического объема реализованной продукции на выручку от реализации на начало периода:

Процент роста объема производства: $k=23367,857:20690*100\% -100\% = 12,94\%$

$\Delta\Pi(B)=11104*12,94\%=1436,858$ тыс.руб.

3. Определим влияние структурного фактора:

$\Delta\Pi(\text{уд.в}) = 356,714 - 1436,858 = -1080,144$ тыс.руб.

4. Влияние изменения полной себестоимости на сумму прибыли устанавливается сравнением затрат, полученных при фактическом объеме реализации и себестоимости единицы продукции на начало периода и полной фактической себестоимостью на конец периода:

$\Delta\Pi(C/c) = 11907,143 - 13336 = - 1428,857$ тыс.руб.

5. Изменение суммы прибыли за счет отпускных цен на продукцию определяется сопоставлением фактической выручки от реализации на конец отчетного периода с выручкой от реализации, рассчитанной при фактических объемах продаж и ценах на начало периода:

$\Delta\Pi(\text{ц}) = 26172 - 23367,857 = 2804,143$ тыс.руб.

Общее изменение прибыли от данных факторов находится как суммирование полученных результатов:

$\Delta\Pi = 1436,858 - 1080,144 - 1428,857 + 2804,143 = 1732$ тыс.руб.

В результате проведенного факторного анализа прибыли от реализации услуг можно сделать вывод, что в составе реализованной продукции увеличился удельный вес продукции с меньшим уровнем доходности. Отрицательное воздействие на прибыль от реализации услуг было за счет себестоимости услуг. На сумму прибыли оказало положительное влияние увеличение объема продаж, так же за счет повышения реализационных цен. Следовательно, резервами роста прибыли организации являются рост объема продаж, увеличение доли более рентабельных видов продукции в общем объеме реализации и снижение себестоимости услуг.

Проведем факторный анализ рентабельности организации.

Общее изменение рентабельности:

$$\Delta_r = \frac{12836}{13336} - \frac{11104}{9586} = -19,58\%$$

в том числе:

а) из-за изменения цен:

$$\Delta_u = \frac{12836}{13336} - \frac{26172 - 11907,143}{13336} = -10,71\%$$

б) из-за изменения себестоимости:

$$\Delta_{c/c} = \frac{26172 - 11907,143}{13336} - \frac{11460,714}{11907,143} = 10,71\%$$

в) из-за изменения структуры услуг:

$$\Delta_q = \frac{11460,714}{11907,143} - \frac{11104}{9586} = -19,58\%$$

Рентабельность организации снизилась на 19,58 %. Наибольшее влияние отрицательной рентабельности произошло из-за изменения структуры услуг. Изменение рентабельности за счет изменения цен перекрыло изменение рентабельности за счет себестоимости.

2.4. Экономическая характеристика основной деятельности и конкурентоспособности организации

Деятельность организации за период 2013 по 2015 года повысилась, о чем показывают показатели выручки от продажи продукции и оказание услуг (таблица 14). Выручка за 2013 год по основному виду деятельности составила 18132 тыс. руб., в 2014 году этот показатель повысился на 3,8%, в 2015 году по сравнению с 2014 годом – на 7,6%. Цены на услуги и продукцию организация повышает не значительно, т.к. конкурентность в этом виде деятельности высокая. Значительное увеличение произошло лишь в 2015 году, т.к. повысилась цена поставщиков из-за влияния курса доллара.

Таблица 13 – Оценка реализации единицы услуг

Продукция, услуги	2013г.				2014г.				2015г.			
	Реализовано услуг		Средняя цена реализации, руб.	Затраты, руб.	Реализовано услуг		Средняя цена реализации, руб.	Затраты, руб.	Реализовано услуг		Средняя цена реализации, руб.	Затраты, руб.
	всего, усл.	на сумму тыс.руб.			всего, усл.	на сумму тыс.руб.			всего, усл.	на сумму тыс.руб.		
1.Ремонт ХОЛОДИЛЬНИ- КОВ	3288	5077	1544	957	2751	4707	1711	1112	2283	5478	2399	1727
2.Ремонт СМА	3701	3808	1029	638	2563	3201	1249	812	2127	5002	2352	1693
3.Ремонт АВ/МБТ	5061	8522	1684	1044	3897	8473	2174	1413	3234	10241	3167	2280
4.Продажа запасных частей к быт. технике	590	725	1229	762	1731	2447	1414	919	1437	3096	2154	1551
ИТОГО	12640	19881	-	-	10942	20690	-	-	9081	26172	-	-

Таблица 14 - Состав и структура затрат на оказываемые услуги в 2015г.

Продукция и статья затрат	Всего затрат	
	Сумма, тыс.руб.	Структура, %
Ремонт холодильников		
1. Материалы	471	11
2. Запасные части	1338	31
Итого	1809	42
3. Заработная плата	1542	36
4. Отчисления на социальное страхование	463	11
Итого	2005	47
5. Расходы на подготовку к ремонту	43	1
6. Цеховые расходы	43	1
7. Общезаводские расходы	43	1
Итого	129	3
Производственная себестоимость	3943	93
Внепроизводственные (коммерческие) расходы	339	7
Полная себестоимость	4282	100
Ремонт СМА		
1. Материалы	196	5
2. Запасные части	1317	34
Итого	1513	39
3. Заработная плата	1486	38
4. Отчисления на социальное страхование	446	12
Итого	1932	50
5. Расходы на подготовку к ремонту	39	1
6. Цеховые расходы	78	2
7. Общезаводские расходы	39	1
Итого	156	4
Производственная себестоимость	3601	93
Внепроизводственные (коммерческие) расходы	310	7
Полная себестоимость	3911	100
Ремонт АВ/МБТ		
1. Материалы	400	5
2. Запасные части	4030	52
Итого	4564	57
3. Заработная плата	2082	26
4. Отчисления на социальное страхование	625	8
Итого	2707	34
5. Расходы на подготовку к ремонту	80	1
6. Цеховые расходы	80	1
7. Общезаводские расходы	80	1
Итого	240	3
Производственная себестоимость	7374	94
Внепроизводственные (коммерческие) расходы	634	6
Полная себестоимость	8008	100

Из данных таблицы 13 видно, что с 2013 по 2015 годы количество предоставляемых услуг снизилось. Этому повлиял экономический кризис, за

время которого стоимость запасных частей к ремонтам увеличилось по сравнению с 2013 годом. ООО «Элгуд» стал делать больший упор на продажу запасных частей, как видно, в 2015 году количество продаж запасных частей увеличилось по сравнению с 2013 годом в 2,5 раза и составил 1437 заявок.

Уровень конкуренции у организации ООО "Элгуд" весьма высокий.

На сегодняшний день на рынке представлены сотни компаний, занимающихся идентичной деятельностью, что и организация ООО "Элгуд".

Основными конкурентами ООО "Элгуд" являются организации, такие как ООО "Радуга" (старое наименование ООО "РИТ-сервис"), ООО "ДС", ООО "РСС-Ижевск", ЗАО "Нео-сервис" и многие другие.

Рыночная доля организации ООО "Элгуд" составляет примерно 30% в г. Ижевске.

Таблица 15 - Анализ рынка услуг по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей

Основные экономические характеристики отрасли	Место организации в отрасли, особенности ее поведения	Благоприятные факторы отрасли	Неблагоприятные факторы отрасли
Размер рынка (объем продаж в отрасли)	30 % рынка в регионе. Объем потребления услуг по ремонту бытовой техники составляет	Не предвидится никаких новых конкурентов	Стоимость услуг конкурент снизит до минимума
Темп роста и стадия жизненного цикла	Темп роста 10 % в год, стадия жизненного цикла от становления к зрелости	Учитывая увеличение в перспективе платежеспособного спроса, в этом сегменте имеются значительные резервы роста	
Число конкурентов и их относительные размеры	Лидер рынка – ООО «Радуга» - 40%, ООО «Элгуд» - 30%, ООО «ДС» - 20%	ООО «Элгуд» имеет все тенденции развития за счет использования современного оборудования и технологий.	Не достаточное количество договоров на сервисное обслуживание
Количество и структура покупателей, их финансовые возможности	Работает во всех сегментах рынка (дешевом, среднем, дорогом)	Спрос среди покупателей услуг данного сегмента увеличивает темп роста организации	Безработица, низкий уровень доходов, кризис в стране
Легкость вхождения в отрасль и выхода из нее	Достаточно слаботрудненный вход в отрасль с конкуренцией близкой к совершенной, высокой мобильностью капитала, свободного приобретения материалов. Выход из отрасли связан со значительными издержками	Фирмам данной отрасли выгоднее допускать вхождение на рынок новичков, нежели нести затраты по возведению новых барьеров	Может возникнуть большое количество конкурентов
Характеристика услуг отрасли	Ремонт бытовой техники по гарантии. Платные услуги по не гарантийным случаям. Установка и демонтаж бытовой техники.	ООО «Элгуд» по всем параметрам проходят сертификацию крупных вендеров	Необходимость расширения других видов деятельности

Изобразим структуру рынка по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей на рис. 5

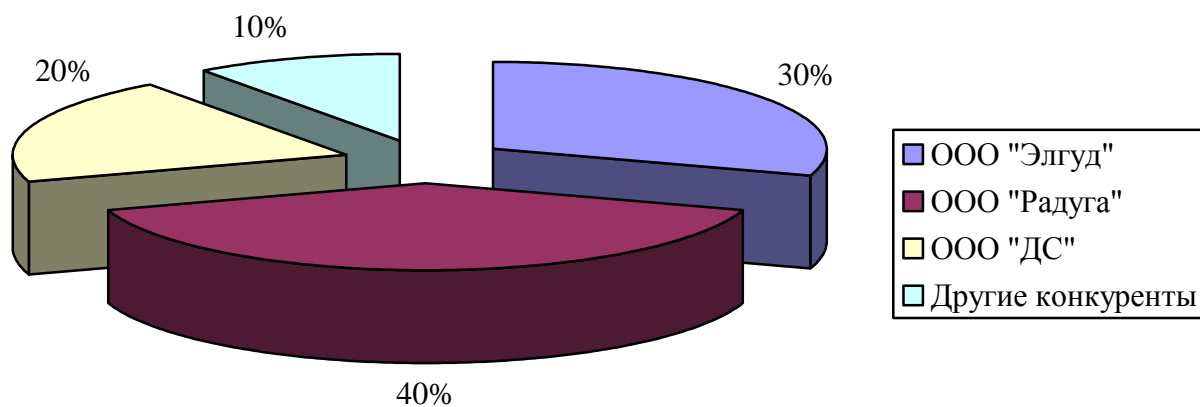


Рис. 5 Структура рынка по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей в г. Ижевске, %

Основные достоинства и недостатки конкурентов организации ООО "Элгуд" на рынке услуг по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей приведены в таблице 16.

Таблица 16 - Основные достоинства и недостатки конкурентов на рынке услуг по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей

Наименование конкурента	Достоинства конкурента	Недостатки конкурента
ООО "Радуга"	1) широкий ассортимент вендоров для гарантийных ремонтов; 2) достойный уровень качества ремонта.	1) некачественное обслуживание; 2) база приемки бытовой техники и база ремонта расположены в разных местах; 3) отказ от платных ремонтов.
ООО "ДС"	1) широкий ассортимент вендоров для гарантийных ремонтов; 2) запасные части в наличии; 3) база приемки бытовой техники и база ремонта расположены на одной территории.	1) долгий срок ремонтов; 2) высокие цены на диагностику и ремонт ЭБТ; 3) средний уровень качества.
ООО "РСС-Ижевск"	1) средний уровень цен; 2) высокий уровень работ.	1) специализация в основном на оргтехнике; 2) меньшее количество вендоров.
ЗАО "Нео-сервис"	1) ремонт всех видов сотовых телефонов; 2) высокий уровень работ.	1) узкий ассортимент услуг; 2) высокая цена на услуги.

Сочетание высококачественных услуг по ремонту ЭБТ, конкурентных цен и индивидуальной работы с каждым клиентом позволило организации ООО "Элгуд" не только развить взаимовыгодные отношения с существующими клиентами, но и привлечь в последнее время значительное количество новых. Для того, чтобы быть выше своих конкурентов на рынке услуг по ремонту ЭБТ и продаже запасных частей, организации ООО "Элгуд" необходимо расширять свой круг сотрудничества с вендорами, улучшать торговую сеть и сотрудничать со средствами массовой информации.

Анализируя возможности основного конкурента «Элгуд», наша организация выбирает стратегию, которая представляет собой объединение двух конкурентных стратегий: стратегия прочного внедрения на рынок продукции и стратегия внедрения новшеств. Стратегия прочного внедрения

на рынок предполагает снижение цен на оказываемые услуги по сравнению с сервисным центром «ДС» с целью привлечения клиентов и захвата доли рынка.

При достижении устойчивой конкурентоспособности организация предусматривает некоторое повышение цен на услуги, более востребованные в данном сезоне, и снижение цен на услуги, мало востребованные. Уровень цен «Элгуд» несколько ниже средних цен основного конкурента (приложении 2, 3). "Базовыми" ценами на различные виды услуг приведены в сравнении в таблице 17.

Таблица 17 - Сравнение стоимости услуг

Виды обрабатываемых изделий	ООО «Элгуд»	ООО «ДС»
Ремонт мелкой бытовой техники	300	500
Ремонт средней бытовой техники	500	700
Ремонт крупной бытовой техники	1000	1300
Выезд на дом	150	300

Цена на данный вид услуги складывается из оплаты работы мастера и доставки техники в помещение мастерской (если это необходимо), стоимости диагностики и ремонта без учета запасных частей, необходимых для ремонта. Вызов мастера на дом (в случае крупногабаритной техники) оценивается исходя из стоимости проезда мастера плюс стоимость самого ремонта. Стоимость ремонта колеблется в зависимости от стоимости технического изделия, и составляет примерно 10% от его цены. А детали поставляют фирмы, с которыми заключены контракты.

Согласно модели М. Портера на деятельность ООО "Элгуд" воздействуют пять сил внешнего конкурентного окружения: борьба с существующими конкурентами (основная конкуренция), угрозы со стороны новичков, угрозы со стороны товаров-заменителей, зависимость от покупателей и от поставщиков.

Услуги отрасли имеет стабильный спрос (но подвержен сезонности), который несколько снизился с экономическим кризисом. В настоящее время

значительно уменьшилась вероятность риска несения убытков из-за нестабильной политической ситуации. Услуги ООО «Элгуд» и услуги конкурентов однообразны и рассчитаны на одинаковые рыночные сегменты. Каждая организация предлагает услуги, рассчитанные на аналогичный сегмент, что увеличивает степень конкурентной борьбы. Спрос на рынке насыщен, поэтому фирмы склонны к проведению агрессивных стратегий, отсюда следует, что интенсивность конкуренции высокая. Появление на рынке крупного лидера в ближайшее время маловероятно. Недостаток высококвалифицированных специалистов снижает заинтересованность потенциальных конкурентов.

Рыночная позиция действующих фирм - более стабильна. Фирмы имеют постоянных клиентов, маркетинговые предложения для привлечения новых клиентов, системы скидок и т.д.

В тоже время в отрасли усиливаются потенциальные угрозы со стороны поставщиков и потребителей. Конкурентное положение компаний в большей степени определяется силой рыночной власти их поставщиков и потребителей.

Факторы внешней среды, оказывающие благоприятное и неблагоприятное воздействие на изучаемую организацию, ранжированные по убыванию степени их воздействия на организацию.

Таблица 18 - Благоприятные и не благоприятные факторы внешней среды ООО «Элгуд».

№ п/п	Благоприятные факторы (возможности)	Неблагоприятные факторы (угрозы)
1.	Доля рынка по ремонту ЭБТ в г. Ижевск (около 30%)	Появление новых конкурентов
2.	Репутация организации	Изменение законодательства (увеличение налоговых ставок)
3.	Высокое качество услуг	Курс валют
4.	Наличие новых производителей бытовой техники	Структура доходов и расходов
5.	Месторасположение	Цены на запасные части и материалы
6.	Квалификация персонала	Зависимость от рынка потребителей

Анализ благоприятных и неблагоприятных факторов внешней среды показал, что ООО «Элгуд» занимает значительную долю рынка по ремонту ЭБТ в г. Ижевске (30 %). Положительным фактором является репутация организации, ООО «Элгуд» на рынке по ремонту ЭБТ находится с 1999г. и зарекомендовало себя как стабильная организация, предоставляющая качественные услуги по ремонту бытовой техники. Неблагоприятным фактором для ООО «Элгуд» является курс валют, при повышении курса валют увеличивается стоимость запасных частей и материалов, необходимых для ремонта бытовой техники.

Таблица 19 - Анализ внутренней среды организации ООО «Элгуд»

№ п/п	Сильные стороны	Слабые стороны
1.	квалификация руководителей - средний уровень, что позволяет им справляться с вопросами планирования и контроля	руководителей и специалистов по важным сферам деятельности организации нет, в частности отсутствуют отдел по стратегическому развитию, планированию,
2.	регулярное повышение квалификации персонала (в собственном учебном центре, в центрах обучения вендеров, стажировки, курсы повышения квалификации в городах РФ)	организация мотивирует персонал удовлетворительным уровнем заработной платы, премиями, но для молодых специалистов практически отсутствуют такой вид стимула, как предоставление жилья
3.	создание новых рабочих мест	наблюдается нарушение трудовой дисциплины со стороны работников организации (приход на работу в состоянии алкогольного опьянения, опоздания)
4.	грамотно-построенная система найма, подбора, адаптации и развития персонала	отсутствие эффективной системы информирования персонала, делегирования полномочий приводит к высокой степени загрузки линейных руководителей, до сотрудников доводятся только плановые задачи;
5.	на предприятии распределены права и обязанности работников, что отражено в должностных инструкциях	на предприятии недостаточно уделено внимания проведению рекламных кампаний, вследствие отсутствия отделов маркетинга, рекламы и развития
6.	проводится модернизация производства, закупается новое оборудование для диагностики и ремонта бытовой техники	
7.	большое внимание уделяется внедрению технологий бережливого ремонта (вентиляция мастерской)	
8.	на предприятии внедрена современная система менеджмента качества	
9.	организация использует возможности долгосрочного и краткосрочного капитала	
10.	осуществляет финансовые вложения	
11.	учет на предприятии находится на высоком уровне благодаря высокой квалификации сотрудников и современному программному обеспечению	
12.	для организации характерна высокая финансовая устойчивость, платежеспособность	

Анализ внутренней среды организации показал (таб. 19), что ООО «Элгуд» имеет высококвалифицированный персонал, оказывает широкий ассортимент услуг по ремонту бытовой техники, выполняет услуги качественно. Широкий ассортимент услуг организация добилась путем заключения договоров на ремонт бытовой техники с вендорами. Для работы с новыми вендорами организация обновляет свое оборудование для правильной и быстрой диагностики в нарушении работы бытовой техники. Слабой стороной ООО «Элгуд» является не достаточная рекламная компания в сети интернет. Отсутствует отдел маркетинга.

Таблица 20 - SWOT- анализ

	Положительные факторы	Негативные факторы
Внутренняя среда	<ol style="list-style-type: none"> 1) широкий ассортимент оказываемых услуг по ремонту электробытовой техники 2) гарантийное обслуживание 3) постгарантийное обслуживание 4) возможность регулирования ценовой политики 5) узнаваемая организация 6) команда высококвалифицированных специалистов 7) наличие системы профессионального обучения и повышения квалификации 8) многолетнее партнерство с вендорами ("Samsung", "LG", "Electrolux", "Beko", "Ardo", "Бирюса", "Pozis", "Philips" и др.) 9) кредиторская задолженность 10) местонахождение (пункт приема техники в центральном районе города) 11) большой срок работы в области ремонта электробытовой техники (с 1999г.) 12) наличие собственного интернет сайта 13) выполнение постоянных маркетинговых исследований 14) использование системы мотивации работы персонала 	<ol style="list-style-type: none"> 1) далекое расположение мастерской по ремонту электробытовой техники 2) система принятия решений – централизованная, это мешает оперативно осуществлять производственные задачи 3) арендуемые основные средства (здания, сооружения) 4) недостаток финансовых средств (оборотных, для осуществления срочных платежей) 5) непостоянство денежного потока из-за большого периода оборота дебиторской задолженности 6) низкая рентабельность оказания услуг организации из-за слабой организации снабжения и технического сервиса механизмов 7) высокие издержки 8) слабая маркетинговая политика 9) емкость рынка
Внешняя среда	<ol style="list-style-type: none"> 1) высокое качество услуг 2) гибкие конкурентноспособные цены 3) улучшение качества оказываемых услуг 4) особые цены для клиентов форума 5) наличие новых производителей бытовой техники (новых вендоров) 	<ol style="list-style-type: none"> 1) недостаточная рекламная политика 2) неблагоприятная экономическая ситуация в стране 3) система налогообложения 4) усилие позиций компаний-конкурентов 5) существенная зависимость от рынка потребителей

В многолетней работе по ремонту бытовой техники ООО «Элгуд» использует современное оборудование, удобное расположение пункта приемки техники в ремонт, высококвалифицированный персонал. Большое количество заключенных договоров на ремонт бытовой техники с вендорами, позволяет организации быть конкурентоспособным. Ценовая политика ООО

«Элгуд» направлена на снижение стоимости услуг по сравнению с кокурентами, снижение затрат.

Анализ миссии организации - это анализ того, что является для организации самым важным в восприятии себя и своего предназначения. Анализируемым объектом является организация ООО «Элгуд», субъектом - миссия ООО «Элгуд». Целью данного анализа миссии ООО «Элгуд» является выявление недостатков в формировании миссии организации.

Анализ показал, что в ООО «Элгуд» отсутствует разработанная формулировка миссии организации.

Основной целью деятельности ООО «Элгуд» является получение прибыли. Это достигается конкретными целями ООО «Элгуд», к которым относятся:

- сохранение позиций на целевых рынках;
- эффективное управление денежными и материальными ресурсами для получения прибыли.

Сегодня у населения в домах находится большое количество бытовой техники, которая в течение срока служба неоднократно ломается, и нуждаются в ремонте. В связи с этим этот вид деятельности является наиболее перспективным рынком сбыта, так как при высоком уровне спроса и среднем уровне конкуренции доля потребителей, готовых купить данный вид услуг, достаточно высока. По разным данным ниша рынка составляет от 20% до 35%.

Доходы, получаемые от ремонта технических средств в настоящее время практически стабильны, поскольку не зависят от сезона и других природных факторов. Услуги рассчитаны на жителей Удмуртской республики, а так же соседних республик. Вызов мастера может производиться в любой район Удмуртской Республики. Основными

потребителями являются физические лица (около 90%), а остальную часть(10%) составляют юридические лица.

Экономические характеристики отрасли по ремонту бытовой техники.

Размеры рынка: валовой объем 24 млн. руб.

Темпы прироста размеров рынка: 2-3% в год.

Стадия жизненного цикла отрасли: зрелость.

Число конкурентов: около 5-7 компаний.

Доля компаний на рынке: около 30%.

Потребители: около 40000 в год.

Прибыльность: примерно на среднем уровне и сильно зависит от спроса.

Интенсивному развитию организаций по ремонту бытовой техники способствует все возрастающий спрос на такой вид услуг как ремонт бытовых изделий, как со стороны корпоративных клиентов – банков, офисных и торговых центров, так и со стороны частных лиц. Спрос на данный вид услуг в последние годы увеличивается на 25–30% ежегодно и обусловлен тем, что курс валют увеличился, стоимость бытовой техники увеличилась. Населению выгоднее отремонтировать бытовую технику, сэкономя на покупке новой.

Данный факт позволяет полагать, что, несмотря на оптимистичные показатели развития отрасли бытовых услуг в России, уже в ближайшие годы тенденция бурного роста может приостановиться, поскольку рынок столкнется с ограничениями спроса.

Чтобы удержать свои позиции, организациям, действующим на российском рынке бытовых услуг, необходимо организовывать грамотный менеджмент, разрабатывать эффективные бизнес-решения. Бизнес, связанный с предоставлением бытовых услуг населению, является одним из наиболее сложных в сфере услуг. Сложность ведения этого вида бизнеса связана с невысокой рентабельностью, которая даже у лучших предприятий редко поднимается выше 10%.

Опыт показывает, что в сложившихся условиях наиболее эффективно работают сервисные центры, имеющие техническую базу для ремонта всего спектра бытовой техники: от кофемолки до холодильника, посудомоечных машин, телевизоров и музыкальных центров, в том числе сервисные центры при торговых центрах. Таких центров в Москве немного, однако, чтобы услугами таких предприятий смогли воспользоваться все жители столицы, необходимо развивать сеть приемных пунктов, в том числе в районах массовой жилой застройки.

Широкий ассортимент и высокий технический уровень современной бытовой техники требуют соответствующего уровня подготовки кадров, что в настоящее время является одной из основных проблем.

Выводы и предложения:

- услуги по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов остро востребованы населением;
- основной проблемой данного вида услуг является необходимость широкого развития сети предприятий и приемных пунктов, особенно в районах массовой жилой застройки;
- для малообеспеченных категорий населения по данному виду услуг необходима прямая адресная помощь через систему аккредитованных предприятий;
- необходимо повышать уровень обслуживания населения, обеспечивать безопасность услуг, а также качество предлагаемых услуг, в том числе через внедрение системы добровольной сертификации бытовых услуг;
- целесообразно рассмотреть вопрос о подготовке кадров для предоставления населению услуг по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и приборов.

3 Глава. Мероприятия по повышению конкурентоспособности организации

3.1. Совершенствование кадровой политики на основе оптимизации профессионального подбора персонала

Мероприятия по совершенствованию кадровой политики будем рассматривать на примере отдела обслуживания клиентов по телефону (диспетчеры) и обслуживания клиентов на приемке сервисного центра (приемщики), т.к. здесь данная система применяется наиболее полно.

При принятии на работу нового сотрудника используют четыре вида адаптации:

- организационная;
- социальная;
- профессиональная;
- психофизическая.

В организации имеют место все данные этапы и реализуются они на высоком уровне и в полной мере. Однако, третий этап, а именно профессиональная адаптация, в отделе обслуживания клиентов как приемщиков, так и диспетчеров, занимает слишком большой промежуток времени.

После собеседования о приеме на работу новый кандидат проходит курс подготовки. Работа специалистов данного отдела связана непосредственно с предоставлением информации клиентам быстро, качественно и объективно. Кандидаты проходят теоретическое обучение, которое включает в себя основы грамотности по бытовой технике и комплектующих к ним, разъяснение условий работы услуг, некоторые юридические аспекты деятельности и т.д. Затем, после тестирования на предмет овладения материалом, наступает этап практического закрепления

информации. Данный этап проходит непосредственно в отделе, кандидат закрепляется за наставником, задача которого — показать на собственном примере, как необходимо строить разговор с клиентом, как правильно и в каком порядке предоставлять информацию и как выходить из конфликтных ситуаций.

Первый этап, теоретическое обучение, длится около месяца, и затем практическое освоение профессии занимает около двух недель. Это не совсем целесообразно, т.к. в это время организация не получая никакой отдачи только лишь тратит средства на подготовку, а ведь некоторые кандидаты могут и не пройти итоговые тесты. То есть организация полтора месяца, обучая новых кандидатов, не имеет никакой прибыли от этого, только затраты.

Если глубже рассмотреть теоретический этап, то можно отметить, что информация при обучении специалистов предоставляется очень подробно и это отнимает большое количество времени. Безусловно, это важно, но базовые услуги можно изучить и самостоятельно, например, такие, как тарифы на услуги по ремонту бытовой техники, изучение компаний вендоров, с кем заключены договора на сервисное обслуживание, а также некоторые базовые вопросы: знание ПК, закон о защите прав потребителей. То есть можно разработать схемы ознакомления с услугами либо видео-курс, который кандидаты могли бы изучать дома. Тем самым лектор не тратил бы дни на предоставление данной информации и сэкономил как свое время (т.к. обучение проводят сотрудники организации «Элгуд», которым вменено обучение новых сотрудников), так и время, предоставленное на обучение кандидатов, а соответственно при более быстром рассмотрении теории можно быстрее перейти к практике.

Безусловно, при сокращении сроков обучения может возникнуть вопрос о недостаточно качественной проработке материала либо об отсеивании

кандидатов на периоде обучения. Но данная проблема имеет место и при действующей программе.

Набор в отдел обслуживания клиентов происходит по мере возникновения потребности, но не реже раза в полугодие. В таблице 21 приведены данные о текучести кандидатов.

Таблица 21 - Данные о текучести кандидатов

Показатели, человек	2015 год		Итого за год
	1 полугодие	2 полугодие	
Поступило к обучению	8	10	18
Выбыло по собственному желанию	1	2	3
Выбыло по итогам тестирований	4	6	10
Итого допущено к практической части	3	2	5

Исходя из данных таблицы 21, можно сделать вывод о том, что при действующей системе обучения выбытие кандидатов носит повторяющийся, постоянный характер (как по причине ухода по собственному желанию так и по итогам тестирования). При этом большинство, как мы видим, не проходят итоговый тест на освоение изученного материала. 43 % кандидатов не способны эффективно запомнить предлагаемый материал, возможно недостаточна их заинтересованность в получении работы. То есть средства на данных кандидатов организация затрачивает «впустую».

Соответственно нужно несколько пересмотреть методы отбора кандидатов, т.к. если уже на данном этапе с максимальной точностью понять правильного ли человека подобрали, возможно, в дальнейшем не нужно будет проводить отбор новых сотрудников, т.к. в первую очередь сократится число выбывших кандидатов.

Наибольшее внимание стоит обратить на отбор кандидатов по фактору способности к запоминанию больших объёмов информации. На собеседовании кандидату можно предложить пройти один из тестов из

категории «На память»: «Хорошая ли у вас память?», методика «Заучивание десяти слов», «Внимательный или невнимательный?», методика определения нервно-психической устойчивости и риска дезадаптации в стрессе «Прогноз» и т.д.

Вот, например, простейший тест, который не займет много времени, но даст глубокое понимание способностей кандидата. Упражнения выполняются для исследования долговременной памяти и определения скорости запоминания и воспроизведения не связанных по смыслу слов. Скорость запоминания не связанных по смыслу слов определяется по объему заученных слов за фиксированное время. Испытуемому предъявляются 20, не связанных друг с другом, слов в течение 40 сек. Слова следует запомнить. После сигнала необходимо записать либо повторить то, что запомнено в любой последовательности. Вместо набора слов можно предложить для прочтения текст, связанный с услугами организации. Тест показывает насколько быстро и качественно кандидат способен запоминать информацию и адаптироваться к стрессовой ситуации.

Методика определения нервно-психической устойчивости и риска дезадаптации в стрессе «Прогноз» применяется при подборе лиц, пригодных для работы в экстремальных условиях. Диспетчера можно отнести к данной категории, т.к. его работа связана со стрессовыми ситуациями, большими нервно-психическими нагрузками. Инструментарий содержит 84 вопроса, на каждый из которых предлагается дать ответ «да» или «нет». Результат анкетирования определяется по пятибалльной шкале, на основании которой выносится заключение о группе нервно-психической устойчивости. Общее время 20 минут. По итогам теста получаем один из результатов (таблица 22):

Таблица 22 - Результаты теста «Прогноз»

Группа	Прогноз
1) Высокая нервно-психическая устойчивость	Благоприятный
2) Хорошая нервно-психическая устойчивость	Благоприятный
3) Удовлетворительная нервно-психическая устойчивость	Относительно благоприятный
4) Неудовлетворительная нервно-психическая устойчивость	Неблагоприятный

Согласно данным таблицы 22 по итогам теста дальнейшее сотрудничество продолжаем с кандидатами группы один и два.

По результатам исследований, проводимых специалистами одной из компаний по подбору персонала г. Москвы, при наличии у соискателя высокой степени долговременной памяти и заинтересованности в получении работы, по итогам теоретического обучения процент выбывших может сократиться до 5-11 %, а из группы набора в 10 человек — это один, два кандидата. Если данная часть приступит к практическому обучению и в дальнейшем станет сотрудником организации, то потребность в новых наборах снизится минимально в два раза. Так как до ввода тестов организация могла получить 10 новых сотрудников за два набора, при условии предварительного тестирования во время собеседования 10 новых сотрудников приступят к работе после первого отбора. Соответственно нет необходимости затрачивать дополнительные средства на новый поиск, подбор, обучение, адаптацию.

Этап набора и обучение претендентов включает в себя подэтапы:

- 1) Размещение информации о вакансии на сайте организации и сайтах по поиску работы
- 2) Отбор соискателей по средствам полученных резюме

- 3) Проведение собеседований
- 4) Обработка полученной информации о кандидатах
- 5) Выбор 7-11 претендентов
- 6) Теоретическое обучение сотрудниками организации
- 7) Практическое обучение — наставничество
- 8) Итоговое тестирование

По стоимости данные этапы, кроме седьмого, не несут для организации дополнительных затрат. Размещение информации о вакансиях на сайтах является бесплатным. Мероприятия, проводимые на этапах со второго по шестой и восьмом, являются прямыми должностными обязанностями соответствующих сотрудников организации, которым вменены обязанности по обучению новых сотрудников. Этап семь будет для организации затратным: так наставник за данную работу получает доплату к часовой тарифной ставке тридцать процентов. Наставничество занимает 8 часов в день, 14 рабочих дней. Если до практического обучения будет допущено в среднем 9 стажеров, это значит необходимо 2 наставника, часовая тарифная ставка для наставничества равна 156 рублей, то:

$$156 \text{ руб./час.} \times 8 \text{ часов} = 1248 \text{ руб./день}$$

$$1248 \times 14 \text{ дней} \times 2 \text{ наставника} = 34944 \text{ руб./период}$$

Таким образом, при введении предложенных методов тестирования на этапе отбора новых сотрудников, в организации можно будет реализовать программу сокращения сроков теоретического обучения кандидатов. Как было указано выше, теоретическое обучение занимает в среднем четыре недели. Предлагается сократить период до двух с половиной, трех недель, либо проводить обучение не целый день, а пол рабочего дня (вторую половину дня предлагается посвятить практическому овладению профессией) за счет самостоятельного изучения некоторой информации.

Кандидат сможет изучить материал дома, после чего при необходимости на лекции отводится время (около часа) на разъяснение возникших вопросов. Соответственно вместо того, чтобы тратить на рассмотрение материала весь либо часть рабочего дня, сотрудник тратит на это один час. В дальнейшем, можно предлагать кандидатам материал, который будет изучаться ими на следующей лекции, первоначально для домашнего изучения. Тем самым обучающиеся уже будут подготовлены к восприятию определенной информации, и время обучения также будет сокращаться.

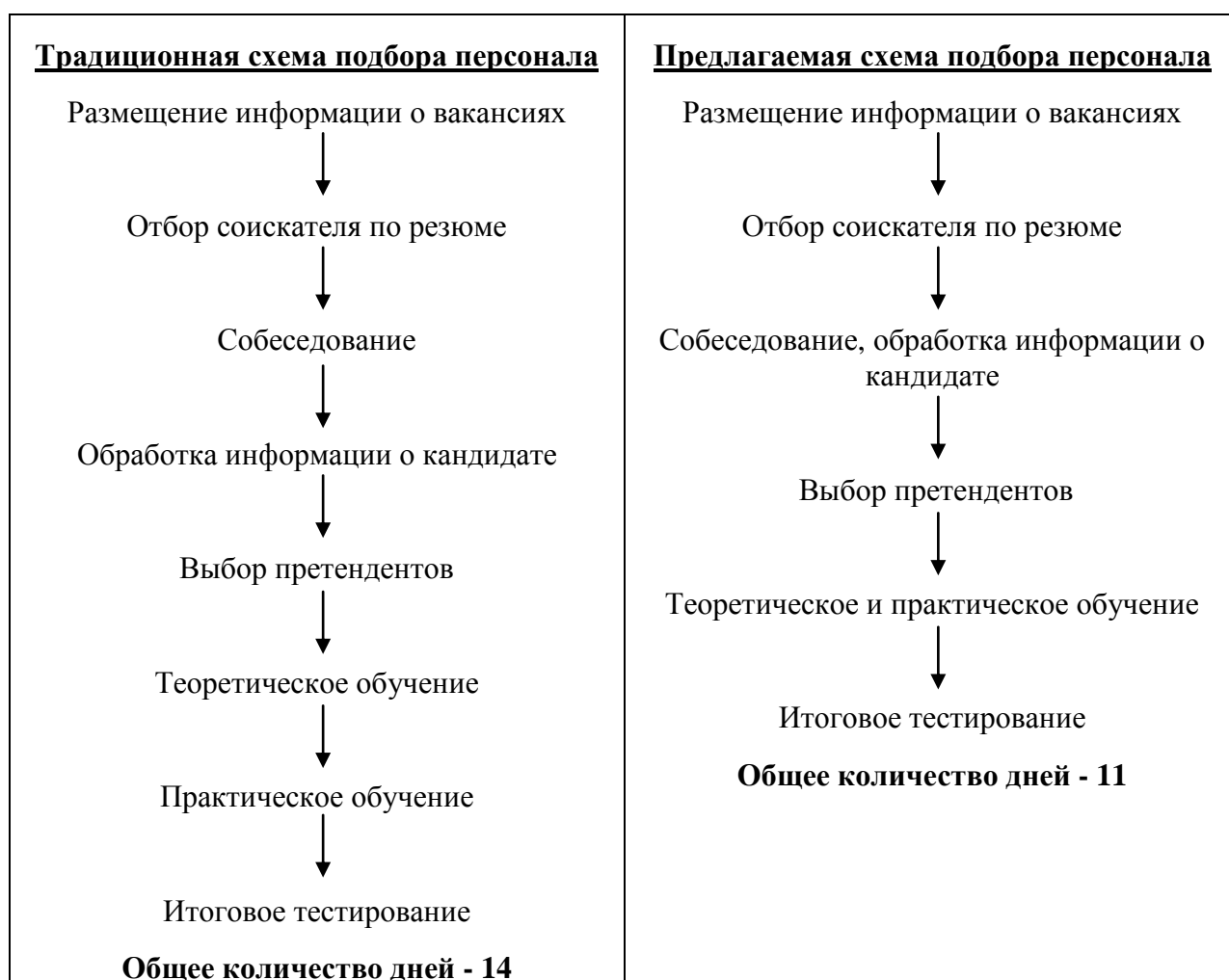


Рис. 6 Этапы подбора персонала в отдел обслуживания клиентов

Экономический эффект от сокращения срока обучения будет выражаться для организации в следующем: в то время как идет теоретическое и практическое обучение кандидатов организация только вкладывает в это денежные средства, ничего не получая взамен. При этом при практическом обучении также не повышается производительность

наставника, тем самым снижается количество обслуживаемых клиентов, может расти неудовлетворенность из-за трудности дозвона, а также снижаются продажи услуг. Чем быстрее пройдет обучение сотрудника, тем быстрее он начнет приносить организации прибыль в виде повышения числа обслуживаемых клиентов и новых продаж.

Предлагается также сократить сроки практического обучения за счет того, что т.к. сократиться время теоретического обучения, часть дня можно посвящать практике и постепенному вхождению в коллектив. Кандидата помещают рядом с работающим сотрудником отдела по обслуживанию клиентов по телефону или на приемке, который, не отвлекаясь на дополнительное обучение и не снижая при этом своей продуктивности, позволяет стажеру получать навыки построения разговора, понимание, как применять теоретические знания на практике. Здесь применяется метод пассивного слушания, при необходимости и снижении загруженности диспетчера или приемщика кандидат может задать возникшие вопросы. За счет этого возможно будет в дальнейшем сократить время практического обучения, т.к. кандидат уже будет иметь представление о методах ведения разговора и быстрее сам начнет консультировать клиентов.

В таблице 23 приведены данные, отражающие среднюю выручку, которую приносит организации сотрудник отдела обслуживания клиентов при различных условиях деятельности.

Таблица 23 - Средняя выручка, которую приносит организации сотрудник отдела обслуживания клиентов

Наименование показателя	Статус сотрудника		Отклонение от плана
	Наставник	Наставник со стажером	
Количество принятых звонков и обслуженных людей в день, чел.	70	49	-21
Средняя возможная выручка от звонка, руб.	50	50	0
Итого выручка, приносимая 1 сотрудником в день, руб.	3500	2450	-1050
Выручка, приносимая 3 сотрудниками в день, руб.	10500	7350	-2100
Итого выручка, по истечении 14 дней, руб.	147000	102900	-44100

По данным таблицы 23 рассматривается 2 наставников, т.к. на каждого наставника приходится около 4 человек (предполагаемое количество допущенных кандидатов — 9). 11 дней — средний срок обучения практического обучения. Проанализировав данные, делаем вывод, что при работе наставников со стажерами, организация теряет в день 1050 руб. выручки. Учитывая то, что на линии работает 2 наставника, упущенная выгода в день составит 2100 руб. Таким образом, по истечении 14 рабочих дней организация может потерять до 44100 руб.

Если за счет сокращения теоретического обучения практический этап сократится примерно на два-четыре дня, то возможные потери организации соответственно сократятся на: $1050 \times 3 \text{ дня} \times 2 \text{ наставников} = 6300 \text{ руб.}$

Помимо сокращения потерь организация также начнет получать выручку от новых сотрудников (таблица 24).

Таблица 24 - Средняя выручка, приносимая организации новыми сотрудниками

Наименование показателя	Полученный итог
Количество новых сотрудников, чел.	3
Количество принятых звонков за три дня, шт.	$70 \times 3 = 210$
Средняя возможная выручка от 1 звонка, руб.	50
Итого выручка, приносимая сотрудником за 3 дня, руб.	10500
Итого выручка от 3 работников, руб.	$10500 \times 3 = 31500$

Исходя из расчетов, приведенных в таблице 24, выручка за три дня, принесенная новыми сотрудниками составит 94500 руб.

Итого при сокращении сроков теоретического обучения, за счет правильного подбора кандидатов и передачи некоторых тем для домашнего изучения, сократится срок практического обучения, что повлечет за собой повышение выручки организации.

Таблица 25 - Экономический эффект от совершенствования кадровой политики на основе оптимизации профессионального подбора персонала

Показатель	2015 год (за 14 дней)	По проекту (за 11 дней)	Изменение
Выручка на период обучения, тыс. руб.	102,90	112,35	9,45
Затраты (заработная плата, отчисления на соц. нужды, аренда) тыс. руб.	51,80	47,24	-4,56
Прибыль от предоставления услуг, тыс. руб.	51,1	65,11	14,01
Уровень рентабельности, %	98,65	137,83	39,18

По данным таблицы 25 видно, что в результате этих мероприятий объем выручки по предоставленным услугам повысился, снизились затраты за счет сокращения периода обучения на 3 дня. Повысилась рентабельность за счет совершенствования кадровой политики по оптимизации профессионального подбора персонала на 39,18%.

3.2 Оптимизация производственных площадей

Для своей работы предприятие ООО «Элгуд» арендует 2 (два) помещения: производственную базу, далее по тексту «База» и помещение для осуществления приема товара на ремонт, далее по тексту «Приемка».

База используется мастерами, для ремонта бытовой техники, приемка – для обслуживания клиентов, так же на приемке находится отдел бухгалтерии

и отдел обеспечения сервиса. Общая площадь помещения приемки составляет 150 м². Схема помещения в приложении 5.

Таблица 26 - Распределение площади приемки по отделам

Отдел	Площадь, м ²
1. Директор	15
2. Приемщики	35
3. Бухгалтерия	20
4. Отдел обеспечения сервиса	35
5. Площади общего назначения	15
6. Склад хранения	30

Склад хранения используется как склад хранения мелкой бытовой техники, которую необходимо отправить на базу для дальнейшего ремонта.

Площадь, занимаемая мастерами по ремонту мелкой бытовой техники на базе, составляет 70 м², в которой в частности находится как сама мастерская, так и склад для хранения мелкой бытовой техники: после ремонта; ожидающих ремонта; ожидающих запасных частей для последующего ремонта.

Для достижения эффективного использования мастерской по ремонту мелкой бытовой техники предлагается перевести склад хранения на приемке в мастерскую по ремонту мелкой бытовой техники. По кадровым данным на предприятии мастеров по ремонту мелкой бытовой техники составляет 4 (четыре) единицы. Для каждого мастера площадь составит 7,5 м². Расположить стеллаж на площади, занимаемой приемщиками, для мелкой бытовой техники после ремонта. Так же расположить стеллаж на площадях отдела обеспечения сервиса для мелкой бытовой техники, ожидающих ремонта, т.к. количество сотрудников отдела обеспечения составляет 5 (пять) человек, для которых необходимая площадь составляет 30 м².

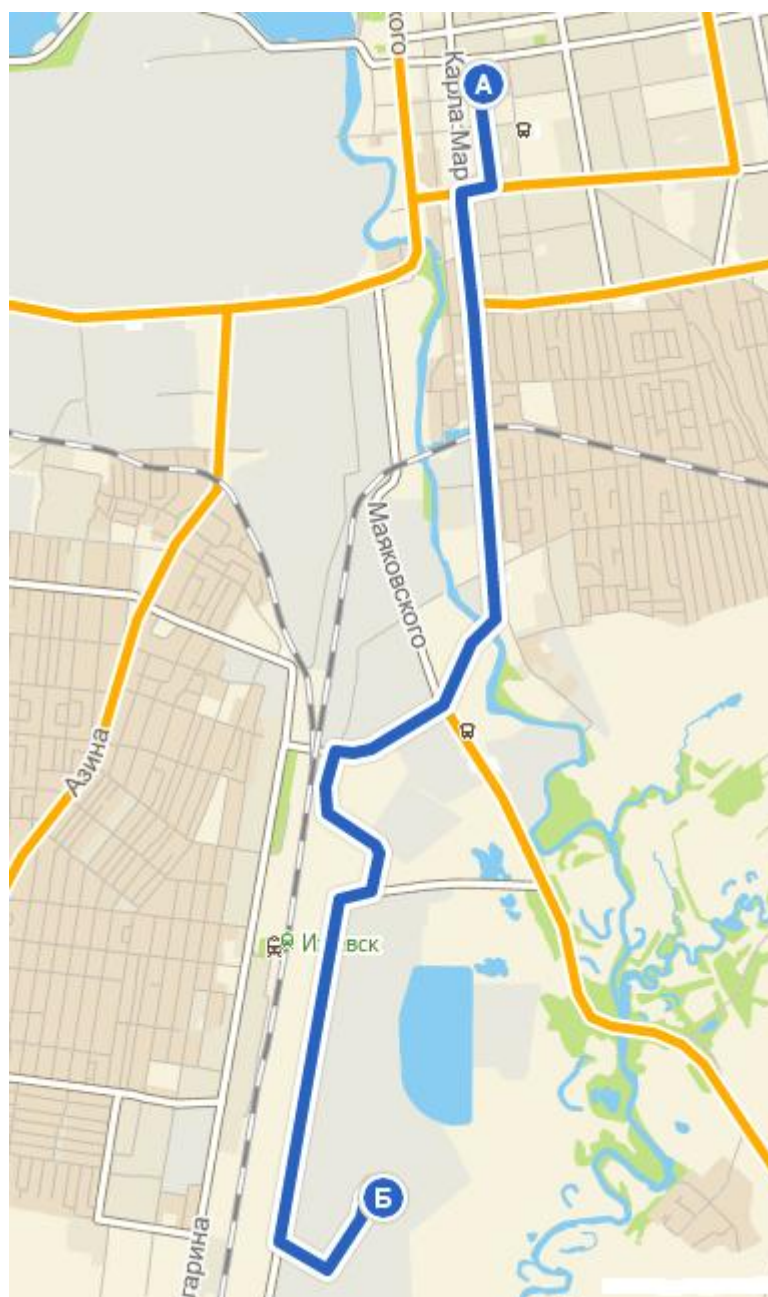


Рис. 7 Схема проезда с приемки до базы.

Общая протяженность с приемки ул. Вадима Сивкова, 152 (пункт А) до базы ул. Пойма, 65 (пункт Б) составляет 8 км. При внедрении данного мероприятия организация будет экономить на транспортных услугах, на времени ремонта.

Рассчитаем эффективность мероприятия.

Таблица 27 - Затраты при нахождении мастерской по ремонту мелкой бытовой техники на базе и приемке

Показатель	Затраты		Изменение, (+;-)
	база	приемка	
Арендуемая площадь мастерской по ремонту мелкой бытовой техники, м ²	70	30	40
Затраты на аренду, тыс. руб./мес.	42	11,7	-30,3
Затраты на доставку техники с приемки на базу, тыс. руб./день	0,3	0	-0,3
Затраты на доставку техники с приемки на базу, тыс. руб./мес.	6,3	0	-6,3
ИТОГО	48,3	11,7	-36,6

Экономия при смене нахождения мастерской по ремонту мелкой бытовой техники составит:

$$48,3 - 11,7 = 36,6 \text{ (тыс. руб./мес.)}$$

$$36,6 \times 12 = 439,2 \text{ (тыс. руб./год)}$$

Планируется увеличение объемов оказания услуг, соответственно увеличение выручка от оказания услуг на 20%. Этому поспособствует:

- уменьшение времени движения запасных частей с приемки на базу, т.к. запасные части поставляются на приемку;
- уменьшение времени работы по перемещению бытовой техники между приемкой и базой.

Таблица 28 - Экономическая эффективность мероприятия, направленного на оптимизацию производственных площадей мастеров по ремонту мелкой бытовой техники

Показатель	2015 год	Плановые показатели	Абсолютное изменение, (+;-)
Выручка от оказания услуг по ремонту мелкой бытовой техники, тыс. руб.	10241	12289	2048
Затраты, тыс. руб.	5218	5740	522
Прибыль, тыс. руб.	5023	6549	1526
Уровень рентабельности, %	96,3	114,1	17,8

Изменения по оптимизации производственных площадей мастеров по ремонту мелкой бытовой техники изобразим наглядно на рисунке 8.

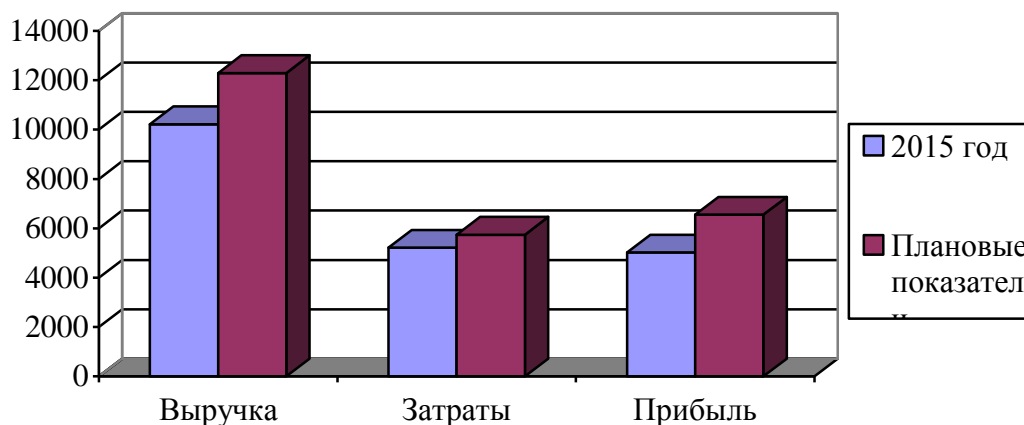


Рис.8 Изменения выручки, затрат и прибыли после проведенного мероприятия, тыс. руб.

Годовой эффект от реализации мероприятия по оптимизации мастерской по ремонту мелкой бытовой техники составил 1965,2 тыс. руб.

3.3. Расширение деятельности организации за счет создания дополнительной приемки бытовой техники в ремонт и выдачи отремонтированной техники

Организация ООО «Элгуд» ориентирована на развитие своей деятельности, а, следовательно, на расширение своей доли рынка. Это возможно за счет увеличения числа авторизованных пунктов приемки бытовой техники в ремонт и выдачи отремонтированной техники клиентам в городе Ижевск.

Для определения местоположения нового пункта приемки рассмотрим районы г. Ижевска, количество населения каждого района.

Таблица 29 - Районы и население города Ижевск

Район	Площадь района, км ²	Количество населения, тыс. чел.	Количество населения на 1 км ² , тыс. чел.
Ленинский	130,0	125,5	1,0
Октябрьский	87,8	135,1	1,5
Индустриальный	35,5	119,6	3,4
Устиновский	24,3	136,2	5,6
Первомайский	49,5	126,0	2,6

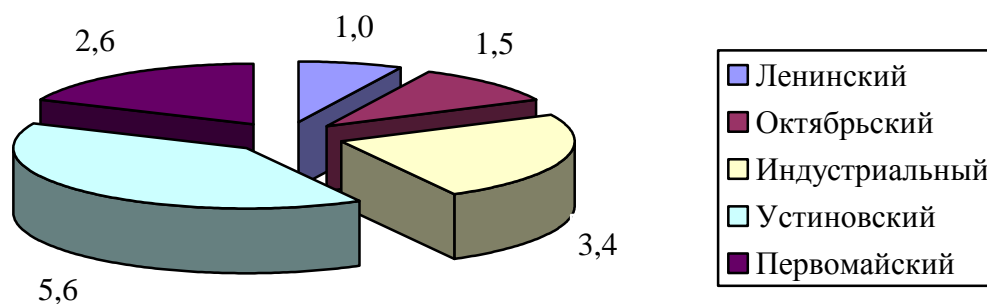


Рис. 9 Плотность населения на 1 км² г. Ижевска, тыс. чел.

Анализ районов г. Ижевска показал, что выгодным районом для открытия нового пункта приемки будет являться Устиновский район, в котором большое количество населения на 1 км², позволит успешно провести данное мероприятие. Местоположение нового пункта приемки предлагается создать по адресу: г. Ижевск, ул. Им. Петрова, 8. Новый пункт приемки будет располагаться между двумя торговыми центрами ТЦ «Столица» и ТРЦ «Петровский», в которых осуществляется продажа бытовой техники.

Капитальных вложений, необходимых для организации нового пункта приемки не требуется, все необходимое ООО «Элгуд» имеет.

Необходимо принять 1 человека – приемщика, для работы в новом пункте приемки.

Составим прогноз годовых издержек.

Таблица 30 - Годовые издержки дополнительной приемки, тыс. руб.

Постоянные издержки	Сумма
Аренда помещения (уборка помещения и пульт охранной сигнализации входит в стоимость аренды)	144,0
Заработная плата (1 приемщик x 15000 руб./мес., включая отчисления на соц. нужды)	180,0
Прочие расходы (услуги телефонной связи, интернет)	12,0
Доставка техники в рабочие дни	74,1
Итого	410,1

Основными статьями затрат при открытии нового пункта приемки являются аренда помещения и заработная плата работника.

Выручка, приносимая приемщиками, существующей приемки за 2015 год составила 4713 тыс. руб. Затраты составляют 40% от выручки – 1885,2 тыс. руб.

Планируется, что выручка, приносимая приемщиками, по проекту увеличится на 30% и будет составлять 6126,9 тыс. руб., также увеличатся затраты до 2262,2 тыс. руб.

Прогноз поступления прибыли от предоставления услуг по проекту представлен в таблице 31.

Таблица 31 - План поступления прибыли от предоставления услуг новым пунктом приемки

Показатель	2015 год	По проекту	Изменение, (+, -)
Выручка, тыс. руб.	4713,0	6126,9	1413,9
Затраты, тыс. руб.	1885,2	2262,2	377,0
Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.	2417,7	3266,0	848,3
Уровень рентабельности, %	128,2	144,4	16,2

По данным таблицы 31 видно, что в результате этих нововведений объем предоставляемых услуг повышается быстрыми темпами, чем себестоимость услуг. Вследствие чего уровень рентабельности возрос до 144,4 %.

Представим сводную таблицу по всем разработанным мероприятиям.
Таблица 32 - Сравнительный анализ показателей эффективности предлагаемых мероприятий

Показатель	2015 год	По проекту	Изменение
Выручка, тыс. руб.	26172,00	29643,35	3471,35
Затраты, тыс. руб.	13336,00	14130,44	894,44
Прибыль от реализации услуг, тыс. руб.	12836,00	15412,91	2576,91
Уровень рентабельности, %	96,25	108,31	12,06

По данным таблицы 32 построим диаграмму сравнения показателей эффективности предлагаемых мероприятий.

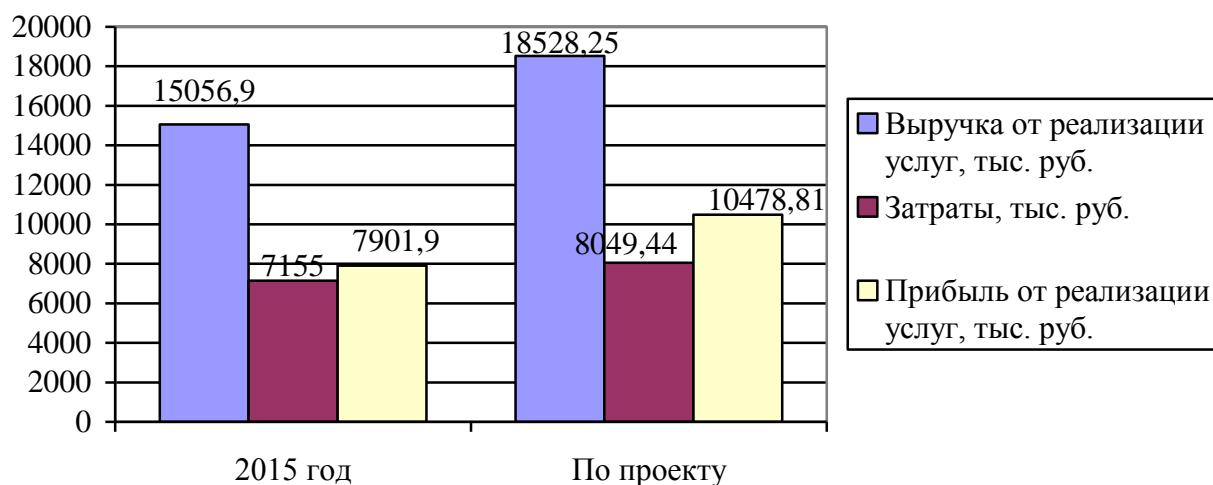


Рис. 10 Сравнение показателей эффективности предлагаемых мероприятий

На рис. 10 наглядно изображен значительный прирост по всем показателям эффективности, в частности, выручка от реализации услуг увеличивается на 13%, а себестоимость – на 7%. Вследствие разработанных мероприятий прибыль возрастает на 20 % и составляет по проекту 15412,91 тыс. руб./год. Благодаря внедрению рекомендованных мероприятий совокупный показатель рентабельности увеличивается на 12,06%.

Можно сделать вывод, что при дальнейшем использовании своих конкурентных преимуществ и внедрении предложенных мероприятий ООО «Элгуд» может значительно повысить свою конкурентоспособность, а, следовательно, и прибыль.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. Наиболее успешным участником такого соревнования является тот, кто способен выдерживать конкурентную борьбу на отечественном и внешнем рынках.

Оценка конкурентоспособности необходима для обоснования принимаемых руководством организации решений по управлению его деятельностью.

В данном дипломном проекте было проведено исследование конкурентоспособности ООО «Элгуд» и возможностей ее повышения на основе теоретической базы и практических данных по рыночной деятельности организации за счет совершенствования кадровой политики по профессиональному подбору персонала, открытия дополнительного пункта приемки бытовой техники в ремонт, а оптимизации производственных площадей.

В первой главе работы были представлены теоретико-методологические основы определения конкурентных преимуществ организации для повышения эффективности деятельности и конкурентоспособности организации. Были определены методы экономической оценки конкурентоспособности организации, особенности и критерии ее оценки.

Во втором разделе настоящей дипломной работы, был проведен комплексный анализ исследуемой организации - ООО «Элгуд», состоящий из общей характеристики данной организации, организационной структуры управления организацией, экономической оценки наличия и использования ресурсного потенциала организации, анализа финансового состояния и платежеспособности, экономической оценки деятельности общества, а также

анализа внутренней среды деятельности, SWOT-анализа, а также оценки конкурентных преимуществ данной организации и сравнение их с конкурентами.

На основе проведенного анализа финансово - хозяйственной деятельности было установлено, что финансовое состояние предприятия является не устойчивым и у ООО «Элгуд» нет возможности проведения независимой финансовой политики. Для повышения уровня конкурентоспособности и улучшения финансового состояния организации необходимо развивать новые конкурентные преимущества.

Особое внимание было уделено характеристике и анализу деятельности исследуемого предприятия ООО «Элгуд», а также исследованию его внешней и внутренней среды. На основании чего были определены конкурентные преимущества по сравнению с конкурентами, а также факторы, снижающие конкурентоспособность и выработаны предложения по её повышению.

В третьем разделе дипломной работы были сформулированы и экономически обоснованы мероприятия, нацеленные на существенное повышение конкурентных преимуществ общества – это:

1. Совершенствование кадровой политики на основе профессионального подбора персонала.
2. Оптимизация производственных площадей.
3. Расширение деятельности организации за счет создания дополнительной приемки бытовой техники в ремонт и выдачи отремонтированной техники

Внедрение проектных мероприятий будет способствовать росту конкурентных преимуществ общества, что позволит значительно повысить уровень конкурентоспособности ООО «Элгуд».

В результате предлагаемых мероприятий выручка от реализации услуг увеличивается на 13%, а себестоимость – на 7%. Вследствие разработанных мероприятий прибыль возрастает на 20 % и составляет по проекту 15412,91 тыс. руб./год. Благодаря внедрению рекомендованных мероприятий совокупный показатель рентабельности увеличивается на 12,06%.

Предлагаемые мероприятия имеют большое значение для исследуемой организации, так как несут положительную экономическую и социальную эффективность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алексейчева Е.Ю. Основные пути и факторы повышения конкурентоспособности производственных предприятий России / Е.Ю. Алексейчева / Вестник ТИСБИ. – 2008. - №2. – С.41-45.
2. Костин И.М., Фасхиев Х.А. Измерение конкурентоспособности предприятий // Менеджмент организации XXI века: Тезисы докл. Междунар науч.-практ. конф. – Наб. Челны: КамПИ, 2001. – с. 115-117
3. Фасхиев Х.А., Попова Е.В. Как измерить конкурентоспособность предприятия? // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. - №4(36). – с. 53-68
4. Андреева О.Д. Методы оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг / Маркетинг в России и за рубежом, 2002, №6, с. 42.
5. Андрианов В.С. Конкурентоспособность России в мировой экономике / Мировая экономика и международные отношения. -2000, №3, с.47-57.
6. Баева Д.А. Управление конкурентоспособностью предприятия: автореферат дис. к.э.н.: 08.00.05. / Южно.-Уральск. гос. ун-т, 2009
7. Багиев Г. Л. Маркетинг: Учебник для ВУЗов / Г.Л.Багиев – М.: “Экономика”, 2000, 451 с.
8. Баринаева, В.А. Развитие предприятия в конкурентной среде / В.А. Баринаева, А.В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. – 2004. – №6. – С.30-34.
9. Беседина, В.Н. Оценка финансового состояния и управление прибылью на предприятии: Учебное пособие / В.Н. Беседина. – Курск: Курский факультет МГУК, 2008. – 415 с.
10. Брун М. Национальный индекс удовлетворенности клиентов: построение и использование. / Проблемы теории и практики управления. – 2001, 198 с.
11. Бухалков М. Внутрифирменное планирование / М.Бухалков- М: Инфра-М, 2001, 400 с.

12. Виханский, О.С. Менеджмент / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - М.: Тардарики, 2008. – 438 с.
13. Царев В.В., Кантарович А.А., Чернышев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие, 2012. – 799с.
14. Курбанов В.В. Конкурентоспособность российских предприятий в мировой экономике / Лаборатория книги, 2012г. – 239 с.
15. Грищенко, О.В. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности предприятия / О.В. Грищенко. - Таганрог: ТГРТУ, 2006. – 350 с.
16. Гурков И.Б. Тенденции изменения конкурентоспособности отечественной продукции /И.Б. Гурков, Н.Л.Титова. Маркетинг. – 2003, 263 с.
17. Завьялов П.С. Конкурентоспособность и маркетинг / Российский экономический журнал, 2005, № 12, с.50.
18. Ковалев В.В. Финансовый анализ: методы и процедуры. – М.: Финансы и статистика, 2003.– 544 с.
19. Коммерческое товароведение и экспертиза: Уч. пособие для ВУЗов / Г.А. Васильев, Л. И. Ибрагимов, Н. Г. Нагапетьянц и др.; Под ред. Г. А. Васильева и Н. А. Нагапетьянца. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2007.
20. Конкурентные преимущества фирмы / Азоев Г.Л., Челенков А.П. – М.: ОАО Типография "Новости", 2005. -256 с.
21. Котлер, Ф. Маркетинг Менеджмент / Ф.Котлер. - СП-б.: Питер, 2005. – 630с.
22. Казначевская, Г. Б. Менеджмент: учебник / Г. Б. Казначевская. – Ростов-н-Дону: Феникс, 2012. – 452 с.
23. Криворотов, В.В. Принципы и факторы построения системы показателей конкурентоспособности предприятия / В.В. Криворотов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - №1. – С.29-31.

24. Кротков, А.М. Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. – № 6. – С.42-45.
25. Лифсиц, И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифсиц. – М.: Юрайт-М, 2001. – 523 с.
26. Максимова И.В. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг, 1996, № 3, стр.33-39
27. Портер М.Э. Конкуренция / Майкл Э. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003. – 610 с.
28. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. - Минск: ИП «Экоперспектива», 2008. – 544 с.
29. Савицкая Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты. – 2-е изд., испр. – М.: Новое знание, 2004, 487 с.
30. Саманов Ю., Хоменко В. Возможности повышения эффективности производства / Экономист, 2007, № 10 – С. 35-39.
31. Тарасова И.А. Потребитель выбирает / Маркетинговые исследования в России и за рубежом, 2006, № 4. — стр. 15
32. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. М.: Инфра - М, 2000. - 312 с
33. Чкалова О.В., Семенычева Е.А. Выбор местоположения для торгового предприятия/ Маркетинг в России и за рубежом, № 1, 2002, с. 91-101
34. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д.Шеремет, Е.В.Негашев. – М.: Инфра – М, 2008. – 516 с.
35. Шевченко, И.К. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие / И.К. Шевченко. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2007. – 451с.

Приложение 1

№ 1

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2015 г.

Организация ООО "Элгуд"

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической
деятельности

Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с
ограниченной ответственностью/Частная собственность

Единица измерения: тыс. руб.

Местонахождение (адрес) 426000, Удмуртская респ, г.Ижевск, ул.Им вадима сивкова, д.

Дата (число, месяц, год)

Форма по ОКУД

по ОКПО

ИНН

по

ОКВЭД

по ОКФС / ОКФС

по ОКЕИ

Коды		
0710001		
30	3	2016
24500598		
1835024194		
95.22.1		
65		16
384		

152

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2015 г. ³	На 31 декабря 2014 г. ⁴	На 31 декабря 2013 г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Нематериальные активы	1110	701	535	521
	Результаты исследований и разработок	1120	-	-	-
	Нематериальные поисковые активы	1130	-	-	-
	Материальные поисковые активы	1140	-	-	-
	Основные средства	1150	2 798	3 065	3 106
	Доходные вложения в материальные ценности	1160	-	-	-
	Финансовые вложения	1170	-	-	-
	Отложенные налоговые активы	1180	-	-	-
	Прочие внеоборотные активы	1190	-	-	-
	Итого по разделу I	1100	3 499	3 600	3 627
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	7 521	7 527	6 980
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	-	-	-
	Дебиторская задолженность	1230	3 324	3 294	6 866
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	-	-	-
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	920	908	1 813
	Прочие оборотные активы	1260	-	-	-
	Итого по разделу II	1200	11 765	11 729	15 659
	БАЛАНС	1600	15 264	15 329	19 286

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 31 декабря 2015 г. ³	На 31 декабря 2014 г. ⁴	На 31 декабря 2013 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	1 000	1 000	1 000
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	(-) ⁷	(-)	(-)
	Переоценка внеоборотных активов	1340	-	-	-
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350	-	-	-
	Резервный капитал	1360	873	718	657
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	7 928	9 877	13 343
	Итого по разделу III	1300	9 801	11 595	15 000
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410	-	-	-
	Отложенные налоговые обязательства	1420	-	-	-
	Оценочные обязательства	1430	-	-	-
	Прочие обязательства	1450	-	-	-
	Итого по разделу IV	1400	-	-	-
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	684	1 081	1 378
	Кредиторская задолженность	1520	4 779	2 653	2 908
	Доходы будущих периодов	1530	-	-	-
	Оценочные обязательства	1540	-	-	-
	Прочие обязательства	1550	-	-	-
	Итого по разделу V	1500	5 463	3 734	4 286
	БАЛАНС	1700	15 264	15 329	19 286

Руководитель _____ Зеленин А.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 2016 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться общей суммой с раскрытием в пояснениях к бухгалтерскому балансу, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетная дата отчетного периода.
4. Указывается предыдущий год.
5. Указывается год, предшествующий предыдущему.
6. Некоммерческая организация именуется указанный раздел "Целевое финансирование". Вместо показателей "Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)", "Собственные акции, выкупленные у акционеров", "Добавочный капитал", "Резервный капитал" и "Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)" некоммерческая организация включает показатели "Паевой фонд", "Целевой капитал", "Целевые средства", "Фонд недвижимого и особо ценного движимого имущества", "Резервный и иные целевые фонды" (в зависимости от формы некоммерческой организации и источников формирования имущества).
7. Здесь и в других формах отчетов вычитаемый или отрицательный показатель показывается в круглых скобках.

Приложение 2

№ 1 2

Приложение № 1
к Приказу Министерства финансов
Российской Федерации
от 02.07.2010 № 66н
(в ред. Приказа Минфина России
от 05.10.2011 № 124н,
от 06.04.2015 № 57н)

Отчет о финансовых результатах за 2015 г.

Организация ООО "Элгуд"

Идентификационный номер налогоплательщика

Вид экономической
деятельности

Организационно-правовая форма / форма собственности Общества с

ограниченной ответственностью/Частная собственность

Единица измерения: тыс. руб.

	Коды		
Форма по ОКУД	0710002		
Дата (число, месяц, год)	30	3	2016
по ОКПО	24500598		
ИНН	1835024194		
по ОКВЭД	95.22.1		
по ОКФС / ОКФС	65	16	
по ОКЕИ	384		

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2015 г. ³	За 2014 г. ⁴
	Выручка ⁵	2110	26 172	20 690
	Себестоимость продаж	2120	(13 336)	(9 586)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	12 836	11 104
	Коммерческие расходы	2210	(14 186)	(13 582)
	Управленческие расходы	2220	(208)	(177)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	(1 558)	(2 655)
	Доходы от участия в других организациях	2310	-	-
	Проценты к получению	2320	12	18
	Проценты к уплате	2330	(57)	(93)
	Прочие доходы	2340	44	66
	Прочие расходы	2350	(114)	(498)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(1 673)	(3 162)
	Текущий налог на прибыль	2410	(-)	(371)
	в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	-	-
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-	-
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-	-
	Прочее	2460	-	-
	Чистая прибыль (убыток)	2400	(1 673)	(3 533)

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	За 2015 г. ³	За 2014 г. ⁴
	Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2510	-	-
	Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода	2520	-	-
	Совокупный финансовый результат периода ⁶	2500	(1 673)	(3 533)
	СПРАВОЧНО			
	Базовая прибыль (убыток) на акцию	2900	-	-
	Разводненная прибыль (убыток) на акцию	2910	-	-

Руководитель _____ Зеленин А.В.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 30 " марта 2016 г.

Примечания

1. Указывается номер соответствующего пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о финансовых результатах.
2. В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету "Бухгалтерская отчетность организации" ПБУ 4/99, утвержденным Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 июля 1999 г. № 43н (по заключению Министерства юстиции Российской Федерации № 6417-ПК от 6 августа 1999 г. указанным Приказ в государственной регистрации не нуждается), показатели об отдельных активах, обязательствах могут приводиться в отчете о прибылях и убытках общей суммой с раскрытием в пояснениях к отчету о прибылях и убытках, если каждый из этих показателей в отдельности несущественен для оценки заинтересованными пользователями финансового положения организации или финансовых результатов ее деятельности.
3. Указывается отчетный период.
4. Указывается период предыдущего года, аналогичный отчетному периоду.
5. Выручка отражается за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
6. Совокупный финансовый результат периода определяется как сумма строк "Чистая прибыль (убыток)", "Результат от переоценки внеоборотных активов, не включаемый в чистую прибыль (убыток) периода" и "Результат от прочих операций, не включаемый в чистую прибыль (убыток) отчетного периода".

УТВЕРЖДАЮ
 Директор ООО «Элгуд»
 Зеленин А.В.
 01.01.2017

Выдержка из прейскуранта на выполнение работ
 по обслуживанию и ремонту бытовой техники

6 Услуги по ремонту и техническому обслуживанию
 мелкой бытовой и аудио-, видеотехники.

№	Наименование аппарата	Примечание	Ремонт	Выявление причины недостатка (диагностика) с выдачей акта	Ремонт со скидкой 10%	Выявление причины недостатка (диагностика) с выдачей акта со скидкой 10%	Срок гарантии на услугу, мес.
1	Автомобильная магнитола		700	500	630	450	1 месяц
2	Аудиосистема активная		500	300	450	270	1 месяц
3	Аудиосистема пассивная		300	200	270	180	1 месяц
4	Аэрогриль		600	300	540	270	1 месяц
5	Блендер		300	200	270	180	1 месяц
6	Вафельница		300	200	270	180	1 месяц
7	Вентилятор		300	200	270	180	1 месяц
8	Видеокамера		1000	500	900	450	1 месяц
9	Видеокамера	miniDV	1300	600	1170	540	1 месяц
10	Видеомагнитофон		600	300	540	270	1 месяц
11	Видеоплеер		500	200	450	180	1 месяц
12	Видеорегистратор		600	300	540	270	1 месяц
13	Вытяжка		500	300	450	270	1 месяц
14	Гриль		500	300	450	270	1 месяц
15	Домашний кинотеатр		1000	500	900	450	1 месяц
16	Измельчитель		200	100	180	90	1 месяц
17	Кофеварка		300	200	270	180	
18	Кофеварка	автоматич.	1600	850	1440	765	
19	Кофеварка	эспрессо	600	450	540	405	
20	Кофемолка		200	250	180	225	1 месяц
21	Кухонный комбайн		400	200	360	180	1 месяц
22	Магнитола		600	300	540	270	1 месяц
23	Масл. обогреватель		400	200	360	180	1 месяц
24	МБТ		от 100	100	от 90	90	1 месяц
25	МВП		600	300	540	270	1 месяц
26	Микрофон проводной		200	100	180	90	1 месяц
27	Микрофон радио		400	200	360	180	1 месяц
28	Миксер		200	100	180	90	1 месяц
29	Минимясорубка		200	150	180	135	1 месяц
30	Мобильный телефон		500	250	450	225	1 месяц
31	Мобильный смартфон (коммуникатор)		800	400	720	360	1 месяц
32	Монитор	LCD	1200	600	1080	540	1 месяц
33	Моноблок		800	500	720	450	1 месяц
34	Музыкальный центр		600	300	540	270	1 месяц
35	Музыкальный центр DVD		800	300	720	270	1 месяц
36	Мультиварка		500	300	450	270	1 месяц
37	Мясорубка		400	200	360	180	1 месяц
38	Навигатор		600	300	540	270	1 месяц
39	Ноутбук		1200	600	1080	540	1 месяц
40	Планшетный компьютер		1500	800	1350	720	1 месяц
41	Оргтехника, офисная техника		400	300	360	270	1 месяц
42	Отпариватель		600	300	540	270	1 месяц
43	Плеер	CD MP3	600	400	540	360	1 месяц
44	Плеер цифровой	MP3	500	300	450	270	1 месяц
45	Проигрыватель	DVD	600	300	540	270	1 месяц
46	Проигрыватель	DVD + VHS	800	400	720	360	1 месяц
47	Проигрыватель с записью DVD		1200	500	1080	450	1 месяц
48	Пульт ДУ		250	100	225	90	1 месяц
49	Пылесос		400	200	360	180	1 месяц
50	Пылесос	мощный	600	300	540	270	1 месяц
51	Радар-детектор		600	300	540	270	1 месяц
52	Ресивер		1000	500	900	450	1 месяц
53	Робот-пылесос		1000	400	900	360	1 месяц
54	Системный блок		1000	500	900	450	1 месяц
55	Соковыжималка		300	200	270	180	1 месяц

56	Телевизор	14"-22"	600	300	540	270	1 месяц
57	Телевизор	25"-29"	700	300	630	270	1 месяц
58	Телевизор	30" и более	800	500	720	450	1 месяц
59	Телевизор LCD	до 22"	800	500	720	450	1 месяц
60	Телевизор LCD	от 22" до 26"	1000	500	900	450	1 месяц
61	Телевизор LCD	от 32" до 50"	1200	500	1080	450	1 месяц
62	Телевизор LCD	от 51"	2000	500	1800	450	1 месяц
63	Телевизор LCD ремонт панели		2500	500	2250	450	1 месяц
64	Телевизор проекционный/плазменный		От 3000	1000	От 2700	900	1 месяц
65	Телевизор цифровой (CRT более 100Гц)	14"-21"	1000	500	900	450	1 месяц
66	Телевизор цифровой (CRT более 100Гц)	25" и более	1300	500	1170	450	1 месяц
67	Телефон беспроводной		400	300	360	270	1 месяц
68	Телефон проводной		300	200	270	180	1 месяц
69	Теплоventильатор		300	200	270	180	1 месяц
70	Термопот		500	300	450	270	1 месяц
71	Тостер		200	200	180	180	1 месяц
72	Увлажнитель воздуха		300	200	270	180	1 месяц
73	Усилитель НЧ		800	400	720	360	1 месяц
74	Утюг		300	200	270	180	1 месяц
75	Фен		300	200	270	180	1 месяц
76	Фотоаппарат цифровой		1000	600	900	540	1 месяц
77	Фритюрница		400	300	360	270	1 месяц
78	Хлебопечь		600	300	540	270	
79	Чайник		300	200	270	180	1 месяц
80	Чейнджер	CD	600	400	540	360	1 месяц
81	Швейная машина		800	200	720	180	
82	Эл. бритва		400	200	360	180	1 месяц
83	Эл. сушка		300	200	270	180	1 месяц



ООО «ДКС», ИНН 1831107851, р/с 40702810910570001960 ФИЛИАЛ №818 ВТБ 24 (ПАО) №С 30101810700000000955, БИК 043602856, ОГРН 1061802369156
426000, г. Ижевск, ул. К. Маркса, 393, тел +7(3412) 87-03-77, факс 43-39-89, E-mail: client@dcsl8.ru, internet: www.dcsl8.ru

ПРЕЙСКУРАНТ
на услуги по ремонту и техническому обслуживанию бытовой и аудио-видеотехники
(для физических лиц)

Утверждаю:

Чезганов Ф.В.

28.08.2016

Аэрогриль	1000	500	500	250
Блендер	500	250	250	125
Вентилятор	500	250	250	125
Весы напольные	500	250	250	125
Воздухоочиститель/Мойка воздуха	2000	1000	1000	500
Измельчитель	500	250	250	125
Кипятильник	500	250	250	125
Конвектор	1000	500	500	250
Кофеварка	1000	500	500	250
Кофеварка эспрессо	1500	750	750	375
Кофеварка-автоматическая	3000	2000	1500	1500
Кофемашина встраиваемая	5000	2500	2500	1250
Кофемолка	500	250	250	125
Кухонный комбайн	1000	500	500	200
Люстра	1000	500	500	100
Машинка для стрижки волос	500	250	250	125
Миксер	500	250	250	125
Молокоотсос	1000	500	500	250
Мультиварка	1000	500	500	250
Мультиварка премиум класса	1500	750	750	375
Мясорубка	1000	500	500	250
Мясорубка отечественная	500	250	250	100
Обогреватель масляный	1000	500	500	250
Отпариватель	1500	750	750	375
Пароварка	500	250	250	125
Паромашина	2000	1000	1000	500
Пылесос	800	400	400	200
Пылесос моющий	1600	800	800	400
Радионяня	1500	750	750	375
СВЧ-печь	1000	500	500	250
СВЧ-печь инверторная (профессиональная)	2000	1000	1000	500
Соковыжималка	1000	500	500	250
Тепловентилятор	500	250	250	125
Термопот	600	300	300	150
Тостер	500	250	250	125
Увлажнитель воздуха	1000	500	500	250
Утюг	500	250	250	125
Фен	500	250	250	125
Фритюрница	1000	500	500	250
Хлебопечь	1000	500	500	250
Шипцы для укладки волос	500	250	250	125
Электрическая зубная щетка	1000	500	500	250
Электробритва	1000	500	500	250
Электробритва аккумуляторная	1000	500	500	250
Электронож	300	150	150	50
Эпилятор	1000	500	500	250
Телевизор LCD LED PLAZMA	100 руб. за дюйм	50 руб. за дюйм	50 руб. за дюйм	25 руб. за дюйм
Телевизор LCD портативный	1500	750	750	375
Телевизор с кинескопом	60 руб. за дюйм	30 руб. за дюйм	30 руб. за дюйм	15 руб. за дюйм
Проекционный TV	5000	2500	2500	1000
Радиотелефон	600	300	300	150
Доп. трубка для радиотелефона	600	300	300	150
Телефон проводной	600	300	300	150
Факс	1500	750	750	375
Микросотовый цифровой радиотерминал DECT для мини-АТС	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Мини АТС аналоговая	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Мини АТС гибридная 6/16	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Мини АТС цифровая	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Мини АТС, гибридная	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Плата расширения 2/8 внутренних гибридных абонентов	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Плата расширения гибридная	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Плата расширения цифровая	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
Телефон гибридный ДЛЯ мини-АТС	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500

Телефон цифровой для мини-АТС	Определяется по результатам диагностики	1000	1000	500
MP FLASH ПЛЕЕР	1000	500	500	250
Авторегистратор	1000	500	500	200
Навигатор	1000	500	500	200
Плеер MP3	1000	500	500	200
Портативная игровая приставка	2000	1000	1000	400
Стационарная игровая приставка	3000	1500	1500	600
Электронная книга	1500	750	750	300
Электронинструмент	Отдельный прайс			
Бензоинструмент	Отдельный прайс			
Швейная машина	1000	500	500	250
ПУЛЬТ ДУ	500	250	250	125

Указанные цены не включают в себя стоимость запасных частей.

Ремонт - работы, связанные с заменой неисправных деталей, регулировкой, ремонтом механических частей и пропайкой электронных компонентов.

Профилактика - работы, связанные с чисткой и (или) смазкой техники.

Диагностика - определение неисправности с выдачей описания установленного дефекта и (или) при возможности, причин возникновения дефекта.

Осмотр/функциональная проверка - проверка оборудования на наличие заявленного смежного дефекта, проверка оборудования на наличие нарушений условий эксплуатации, проверка оборудования на функциональные, технические характеристики заявленные производителем, не включая в себя диагностику.

В случае применения техники клиентом в профессиональных целях, а также для организаций и юридических лиц, стоимость услуг, указанная в настоящем

Предсказание, увеличивается на 50%. Кроме категории техники "Ноутбук".

Приложение 5 Схема помещения

приемки

1 √ Ł° Ł 5
 ∅ Ł Ł 5E

