

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Прикладная экономика»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, главный бухгалтер

ООО СК «Сити XXI век»

_____ В.А. Цивилева

« ____ » _____ 2021 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н.

доцент

_____ Т.А. Худякова

« ____ » _____ 2021 г.

«Повышение конкурентоспособности предприятия ООО СК
«Сити XXI век» посредством улучшения качества продукции
за счёт проведения организационных мероприятий»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.01.2021.087.ПЗ ВКР

Руководитель работы

д.т.н, доцент

_____ С.В. Алюков

« ____ » _____ 2021 г.

Автор работы

студент группы ЭУ-568

_____ В.Л. Бурулёв

« ____ » _____ 2021 г.

Нормоконтролёр,

ст. преподаватель

_____ Н.В. Тихонова

« ____ » _____ 2021 г.

Челябинск 2021

АННОТАЦИЯ

Бурулёв В.Л., Повышение конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» посредством улучшения качества продукции за счёт проведения организационных мероприятий.– Челябинск: ЮУрГУ, ЭУз-568, 2021 год, 82 с., 40 ил., 20 табл., библиогр. список – 79 наим., 15л. раздаточного материала ф. А4.

Данная выпускная квалификационная работа выполнена с целью проведения анализа конкурентоспособности и разработки мероприятий для повышения конкурентоспособности ООО СК «Сити XXI век».

В первом разделе выпускной квалификационной работы проводится анализ теоретических и методологических аспектов конкурентоспособности организации: рассмотрена сущность конкурентоспособности; исследованы виды конкурентных преимуществ предприятия; рассмотрены методы оценки конкурентоспособности предприятия.

Во втором разделе выпускной квалификационной работы дана организационно-экономическая характеристика предприятия ООО СК «Сити XXI век», проведен стратегический анализ деятельности, а также оценка конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век».

В третьем разделе выпускной квалификационной работы разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе и дана экономическая оценка разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Структура выпускной квалификационной работы. Структурно выпускная квалификационная работа состоит из введения, основных частей, заключения, списка используемых источников и приложений.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|--|----|
| ВВЕДЕНИЕ | 7 |
| 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ..... | 9 |
| 1.1 Конкурентоспособность предприятия: понятие, сущность, виды | 9 |
| 1.2 Факторы конкурентоспособности предприятия..... | 16 |
| 1.3 Методики и направления оценки конкурентоспособности предприятия .. | 22 |
| 2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ ООО СК «СИТИ XXI ВЕК» | 28 |
| 2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО СК «Сити XXI век»..... | 28 |
| 2.2 Стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век»..... | 41 |
| 2.3 Оценка конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» | 48 |
| 3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО СК «СИТИ XXI ВЕК» ПОСРЕДСТВОМ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ..... | 56 |
| 3.1 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции. | 56 |
| 3.2 Экономическая оценка разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия..... | 60 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ | 70 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК | 75 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А Бухгалтерский баланс ООО СК «Сити XXI век» | 81 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б Отчет о финансовых результатах ООО СК «Сити XXI век» . | 82 |

ВВЕДЕНИЕ

В понятие конкурентоспособности организации вкладывается ее способность выпускать конкурентоспособную на конкретном рынке продукцию, ее преимущество по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри страны или за ее пределами. В масштабе страны конкурентоспособность означает эффективную интеграцию в мировое хозяйство, соответствующее функционирование всех его структур для обеспечения суверенитета и высокого качества жизни населения. Повышение конкурентоспособности организации – залог повышения конкурентоспособности страны. Во-первых, в условиях высококонкурентных рыночных отношений проблема достижения преимуществ организации становится все более актуальной. Если рассматривать конкурентоспособность как «входной билет» в отрасль, то конкурентное преимущество напрямую связано с преимуществами перед теми, кто такой «входной билет» уже имеет. Проблема в этом случае связана с поиском источников конкурентного преимущества.

Актуальность выбранной темы является в настоящее время особо важной, так как все предприятия и организации сталкиваются с такой проблемой как конкуренция. Поэтому чтобы выжить в таких условиях, а так же развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке, а так же принимать своевременные решения о проведении мероприятий по повышению конкурентоспособности.

Объект выпускной квалификационной работы – предприятие ООО СК «Сити XXI век».

Предмет выпускной квалификационной работы – конкурентоспособность предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Цель выпускной квалификационной работы – повышение конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» посредством улучшения качества продукции за счёт проведения организационных мероприятий.

Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд следующих задач:

1. Проанализировать теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия.

2. Рассмотреть факторы конкурентоспособности предприятия.

3. Изучить методики и направления оценки конкурентоспособности предприятия.

4. Дать организационно-экономическую характеристику предприятия ООО СК «Сити XXI век».

5. Провести стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век».

6. Провести оценку конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век».

7. Разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе

8. Провести экономическую оценку разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Теоретической, методологической и информационной основой исследования послужили фундаментальные и прикладные разработки отечественных и зарубежных ученых в области бизнес-планирования, стратегического менеджмента и маркетинга: Алешина И.В, Бараненко С.П., Белик И.А., Волкогонова О. Д., Зуб А.Т., Котлер Ф., Маркова В. Д., Сидоров М. Н. и пр.

Методы исследования. В работе нашли применение такие методы, как экономико-статистический метод, методы группировок, комплексного анализа, сравнительного и факторного анализа, а также другие приемы научного исследования.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1 Конкуренентоспособность предприятия: понятие, сущность, виды

В экономической и управленческой литературе уделено большое внимание вопросам конкуренции и конкурентоспособности предприятий всех отраслей и масштабов функционирования.

Вопросам изучения конкурентоспособности посвящены труды как отечественных, так и ров, зарубежных специалистов.

Большое количество существующих подходов к определению понимания категории «конкурентоспособность предприятия» вызывает сложности при установлении сущности данного определения и его основных элементов. Данные затруднения в свою очередь вызывают сложности при проведении анализа и оценки уровня конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

В нашей стране экономическая категория «конкуренция» имеет четкое определение, прописанное в нормативно-правовом акте. Согласно Закону «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», конкуренция предприятия это «сопоставительность хозяйствующих субъектов, когда их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможности каждого из них воздействовать на общие условия обращения товаров в данном рынке и стимулируют производство тех товаров, которые требуются потребителю» [39, с. 49].

Рассмотрим существующие подходы к определению категории «конкурентоспособность», предложенные зарубежными и российскими специалистами.

На рисунке 1 представлены определения понятия «конкурентоспособность» зарубежных авторов.

Котлер Ф., Бергер Р. и Бикхоф Н.

- Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию в сравнении с аналогичными объектами на данном рынке, а ключевая компетенция организации – компетенция, обеспечивающая конкурентное преимущество

Ламбен Ж.–Ж.

- Конкурентоспособность фирмы – ее способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают ее конкуренты

Макдоналд М., Данбар Я.

- Конкурентоспособность компании – это мера реальной силы организации в каждом сегменте, объективная оценка способности компании удовлетворить потребности каждого сегмента в сравнении с конкурентами

Портер М.

- Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений

Рисунок 1 – Определение понятия «конкурентоспособность» зарубежных авторов

На рисунке 2 представлены определения понятия «конкурентоспособность», содержащиеся в энциклопедических изданиях.

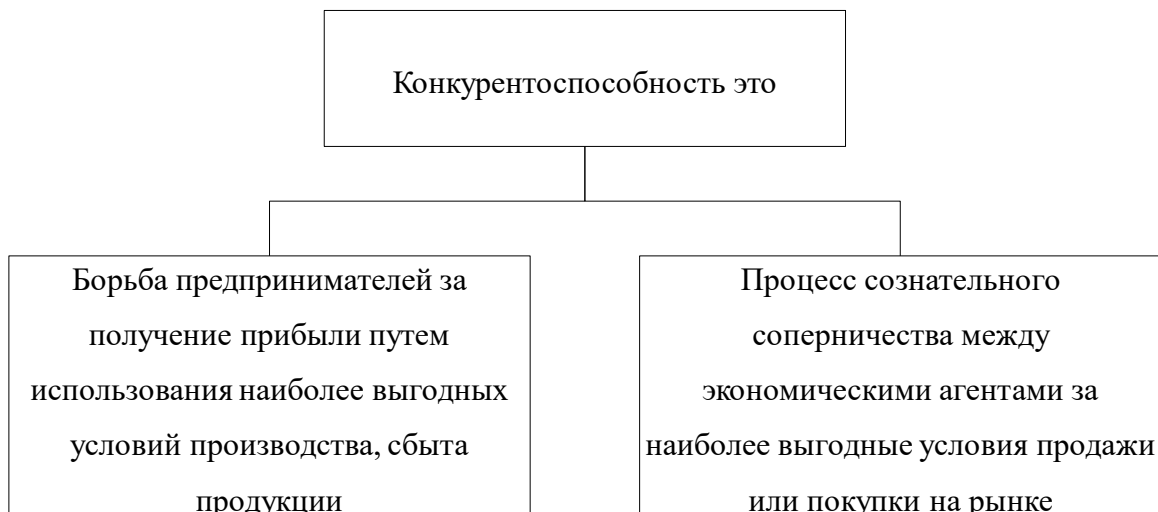


Рисунок 2 – Определения понятия «конкурентоспособность», содержащиеся в энциклопедических изданиях

На рисунке 3 представлены определения понятия «конкурентоспособность» отечественных авторов.

Баринов В.

- Конкурентоспособность объектов складывается из конкурентоспособности его элементов и их организованности для достижения цели

Блинов А.О.

- Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность создавать такое превосходство над конкурентами, которое позволяет достичь поставленных целей

Воронов Д. С.

- Конкурентоспособность предприятия есть уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов относительно эффективности использования экономических ресурсов конкурентами

Захаров А.Н.

- Конкурентоспособность организации – обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования

Татьянченко М.А.

- Конкурентоспособность – понятие относительное, четко привязанное к рынку и (для товаров сезонного спроса) времени продажи

Фатхутдинов Р.А

- Конкуренция – это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для достижения победы или других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях

Философова Т. Г.

- Конкуренция – это противоборство на рынке товаров и услуг, привлечение покупателей для более выгодной продажи, возможность выбора продавцов

Рисунок 3 – Определение понятия «конкурентоспособность» зарубежных авторов

Таким образом, на основе проведенного анализа существующих подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» можно сформулировать авторское определение: «конкурентоспособность предприятия представляет собой наличие таких свойств и критериев, которые существенным образом выделяют данное предприятие на существующем рынке и обеспечивают ему возможность длительного и эффективного противостояния существующим конкурентам».

На современном этапе развития конкурентоспособность предприятия понимается как определенное свойство рынка. Если рассматривать данное понятие не как соревновательный процесс между участниками рынка, а как наличие зависимости от действий, предпринимаемых различными компаниями-конкурентами.

Необходимо отметить, что понятие «конкурентоспособность предприятия» в экономической литературе как российских, так и зарубежных авторов, может интерпретироваться по трем направлениям.

Основные уровни конкурентоспособности представлены на рисунке 4.

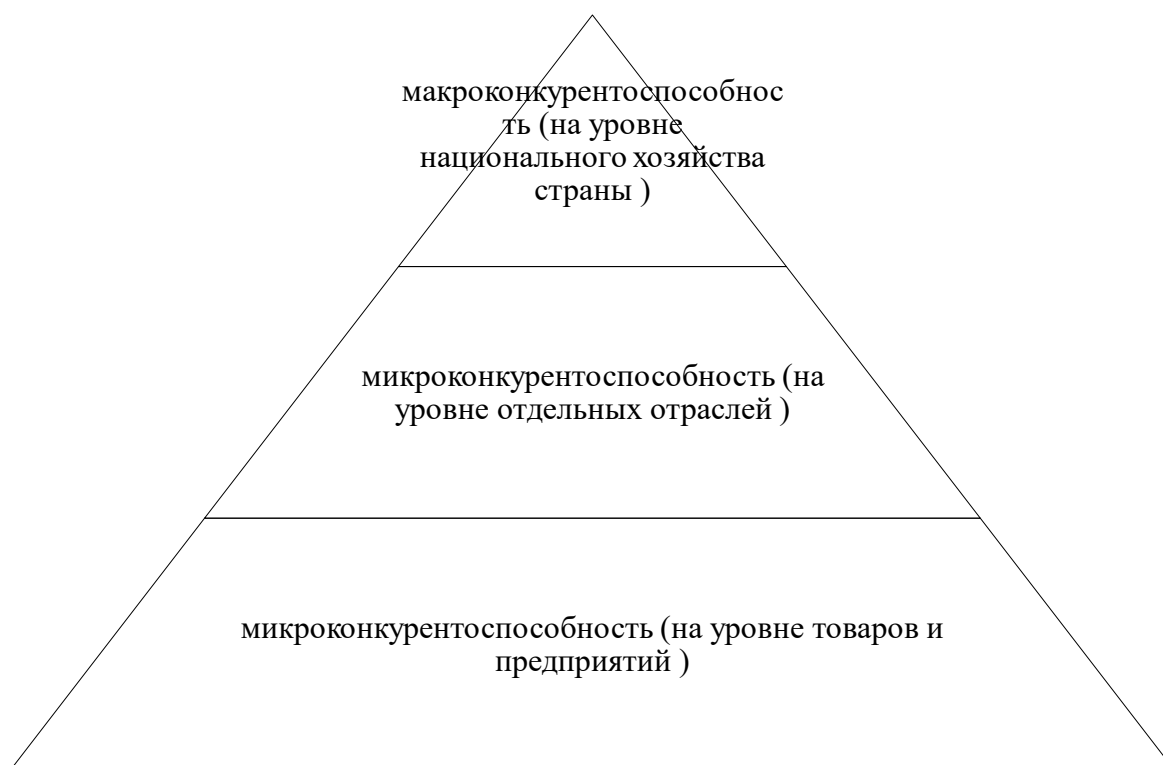


Рисунок 4 – Три уровня конкурентоспособности

Таким образом, по результатам проведенного обзора существующих подходов к определению понятия «конкурентоспособность» можно отметить отсутствие единого подхода, что обусловлено объективными причинами.

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что исследуемая категория «конкурентоспособность» представляет собой емкое, комплексное, многоэлементное понятие. Конкурентоспособность может рассматриваться и применительно к конкретной хозяйственной единице, и применительно к товару или услуге.

Исходя из представленных определений, «конкурентоспособность» может выступать в двух аспектах, показанных на рисунке 5.

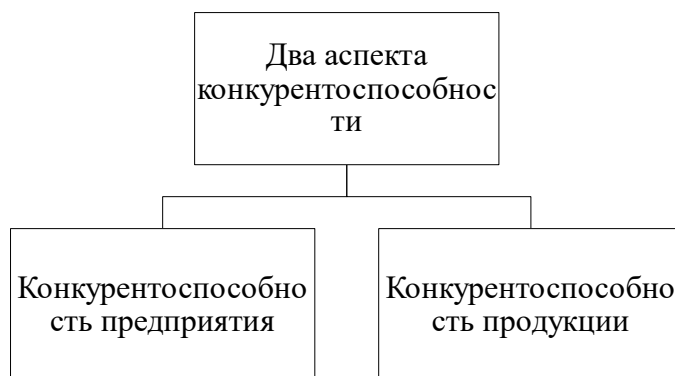


Рисунок 5 – Два аспекта конкурентоспособности

Если говорить о конкурентоспособности на уровне предприятия, то в данном случае это означает такую характеристику предприятия, которая позволяет ему иметь более выгодное рыночное положение по сравнению с компаниями-конкурентами за счет выпуска более качественных товаров и продукции, либо оказания услуг за счет эффективного использования имеющихся ресурсов (трудовых, материально-технических и пр.).

Говоря о конкурентоспособности на уровне товара, продукта либо услуги, в данном случае это означает наличие у такого товара (продукта/услуги) таких свойств и параметров, которые выделяют его на рынке по сравнению с товарами-аналогами.

В процессе управления конкурентоспособностью предприятия выделяют общие и частные цели, представленные на рисунке 6.



Рисунок 6 – Функции управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта

Целенаправленность и методичность процесса управления конкурентоспособностью будет направлена на рост конкурентоспособности предприятия.

Цели управления конкурентоспособностью предприятия показаны на рис. 7.



Рисунок 7 – Цели управления конкурентоспособностью предприятия

На рисунке 8 показаны этапы управления конкурентоспособностью.

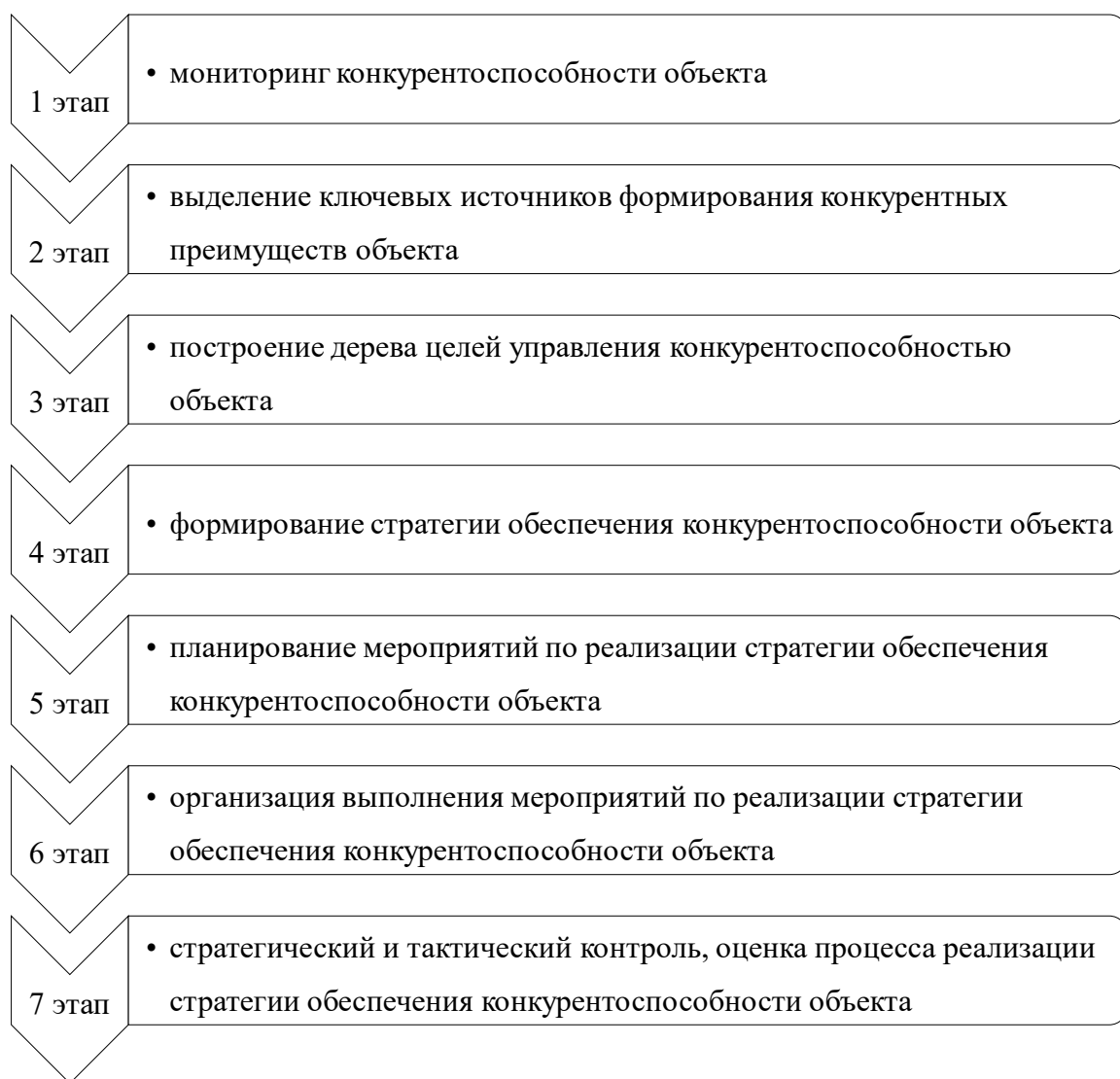


Рисунок 8 – Этапы процесса управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта

Таким образом, по результатам проведенного анализа теоретических аспектов конкурентоспособности предприятия можно отметить, что большое количество существующих подходов к определению понимания категории «конкурентоспособность предприятия» вызывает сложности при установлении сущности данного определения и его основных элементов.

На основе проведенного анализа существующих подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» можно сформулировать авторское определение: «конкурентоспособность предприятия представляет собой наличие таких свойств и критериев, которые существенным образом выделяют

данное предприятие на существующем рынке и обеспечивают ему возможность длительного и эффективного противостояния существующим конкурентам».

1.2 Факторы конкурентоспособности предприятия

Под критерием конкурентоспособности предприятия следует понимать количественные и/или качественные характеристики объекта, служащие основанием для оценки его конкурентоспособности [11, с. 122].

Критерии конкурентоспособности классифицируют по следующим признакам, показанным на рисунке 9.

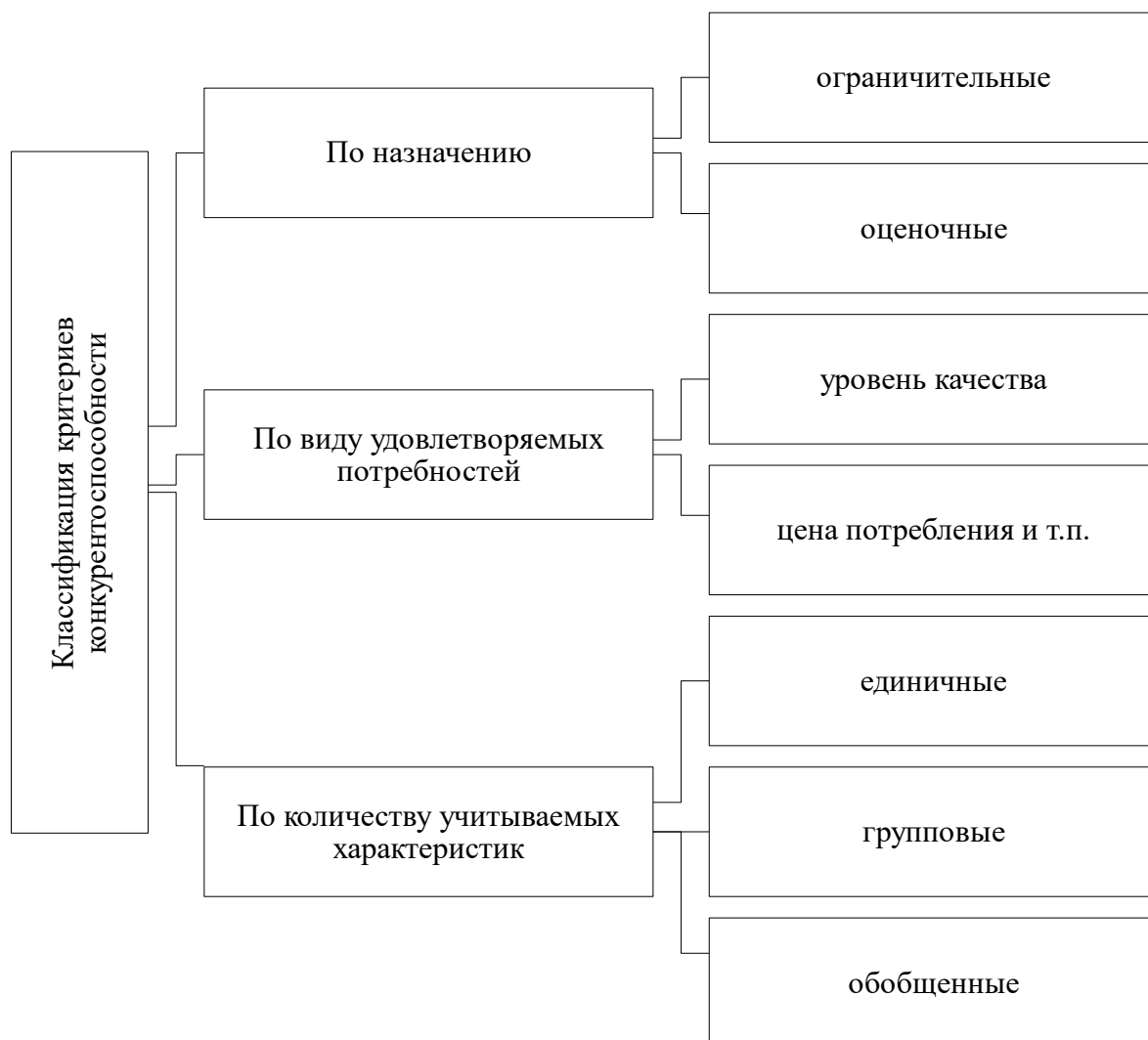


Рисунок 9 – Критерии конкурентоспособности

Н. Кано выделил пять классификационных групп характеристик объекта конкурентоспособности, соответствующих типам потребительских реакций, представленных в следующей таблице 1.

Таблица 1 – Группы характеристик объекта конкурентоспособности

| Группа | Свойства объекта конкурентоспособности, показатели |
|----------------|--|
| Обязательные | Свойства объекта, которые обязательно должны быть обеспечены, т.е. соблюдение изготовителем (поставщиком) требований в отношении обязательных характеристик товара не всегда способствует увеличению потребительской ценности товара, а их невыполнение – ее снижает |
| Количественные | Показатели, которые должны быть однозначно дозированы, при сопоставлении издержек на их достижение с прогнозом ожидаемого числа покупателей, обусловленным улучшением соответствующих свойств |
| Неожидаемые | Свойства объекта которые могут служить «изюминкой», привлекающей клиента к новинке |
| Малоценные | Свойства объекта, которые являются неважными или малоинтересными для потребителя, что в случае придания этих свойств товару может привести к необоснованным затратам при его покупке и дальнейшей эксплуатации |
| Проблемные | Противоречивые характеристики товара, который должен удовлетворять запросам и желаниям различных групп покупателей; взамен одного вида объекта конкурентоспособности целесообразно предлагать к реализации два разных предмета обмена, обладающих противоречивыми свойствами |

Факторы конкурентоспособности хозяйствующего субъекта представляют собой совокупность процессов, присущих предприятию в процессе осуществления его деятельности, направленных на максимально эффективное использование имеющихся у предприятия ресурсов.

К факторам конкурентоспособности предприятия можно отнести следующие, показанные на рисунке 10.



Рисунок 10 – Факторы конкурентоспособности предприятия

Конкурентоспособность предприятия складывается из следующих факторов, представленных на рисунке 11.

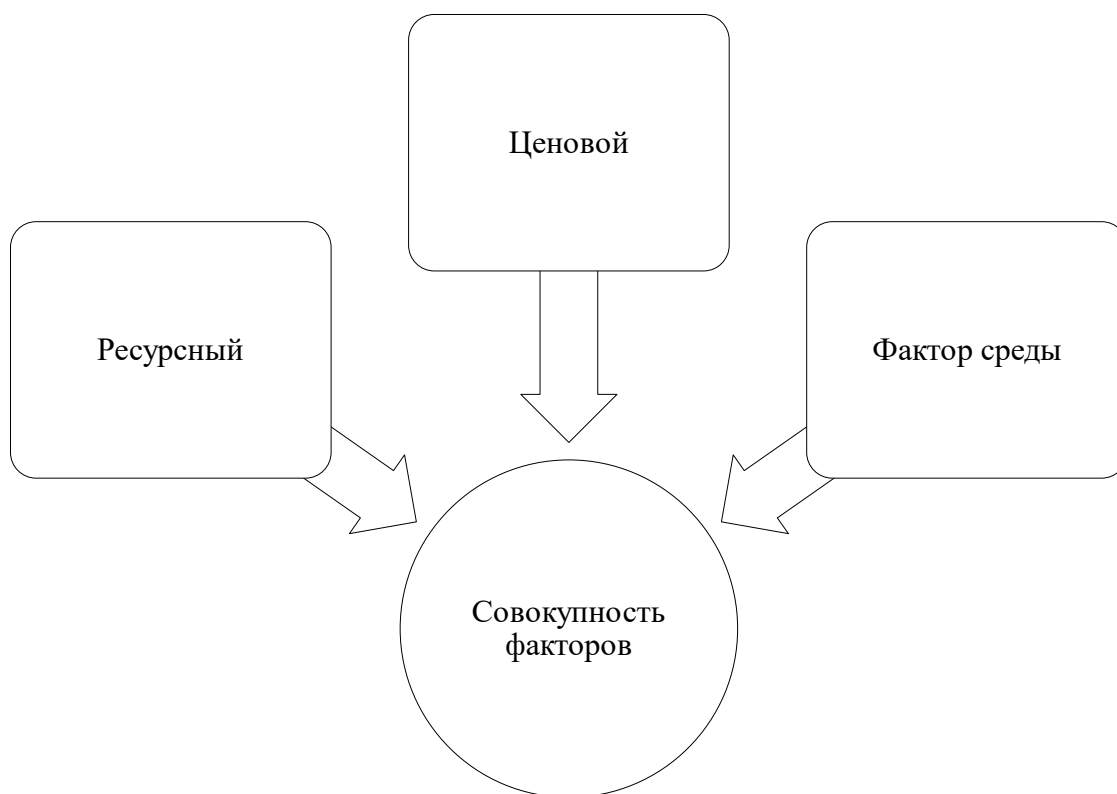


Рисунок 11 – Совокупность факторов конкурентоспособности

Рассмотрим каждый фактор подробнее.

Ресурсный фактор конкурентоспособности представляет собой объем затрат всей совокупности ресурсов (материальных, трудовых, производственных и пр.), необходимых для производства единицы готовой продукции. Поскольку данный ресурс является внутренним, предприятие имеет возможность воздействовать на него с помощью различных инструментов: оптимизировать затраты и расходы, внедрять энергосберегающие технологии и оборудования. Таким образом, воздействия на ресурсный фактор, руководство предприятия может существенно влиять на уровень конкурентоспособности компании [13, с. 111].

Ценовой фактор конкурентоспособности представляет собой инструмент ценообразования на продукцию (товары, услуги) предприятия. Данный фактор не всегда может быть изменен со стороны руководства предприятия, поскольку имеет зависимость от действий конкурентов, а также политикой государства.

На рисунке 12 показаны основные внутренние факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности предприятия.



Рисунок 12 – Внутренние факторы конкурентоспособности

Внешние факторы конкурентоспособности предприятия представляют собой совокупность инструментов, которые находятся вне воздействия руководства предприятия [16, с. 197].

Под внешними факторами следует понимать следующие факторы, показанные на рисунке 13.



Рисунок 13 – Внешние факторы конкурентоспособности

Кроме перечисленных выше факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности предприятия, можно выделить еще ряд параметров.

Например, существуют случайные факторы конкурентоспособности, которые были образованы сами по себе, по стечению ряда обстоятельств и без воздействия со стороны самого предприятия.

Неслучайные же факторы конкурентоспособности предприятия были созданы намеренно руководством и специалистами предприятия [17, с. 366].

1.3 Методики и направления оценки конкурентоспособности предприятия

Оценка конкурентоспособности предприятия представляет собой комплекс анализов, первым из которых является проведение анализа внешнего окружения хозяйствующего субъекта [21, с. 156].

Анализ конкурентоспособности состоит из 7 этапов, схематично изображенных на рисунке 14.



Рисунок 14 – Этапы анализа конкурентоспособности предприятия

Основной целью проведения ситуационного анализа является оценка внутренней среды и внешнего окружения предприятия [22, с. 54].

Для установления конкурентных позиций анализируемого предприятия применяются процедуры группировки. При этом критериями группировки могут выступать следующие:

- широта ассортимента выпускаемой продукции;
- направления сбытовой политики предприятия;
- уровень сервиса и послепродажного обслуживания;
- уровень качества продукции, товаров или услуг;
- уровень цен на продукцию, товары или услуги.

Процедура конструирования карты стратегической группировки и отнесения фирм к той или иной стратегической группе состоит из следующих этапов, показанных на рисунке 15.

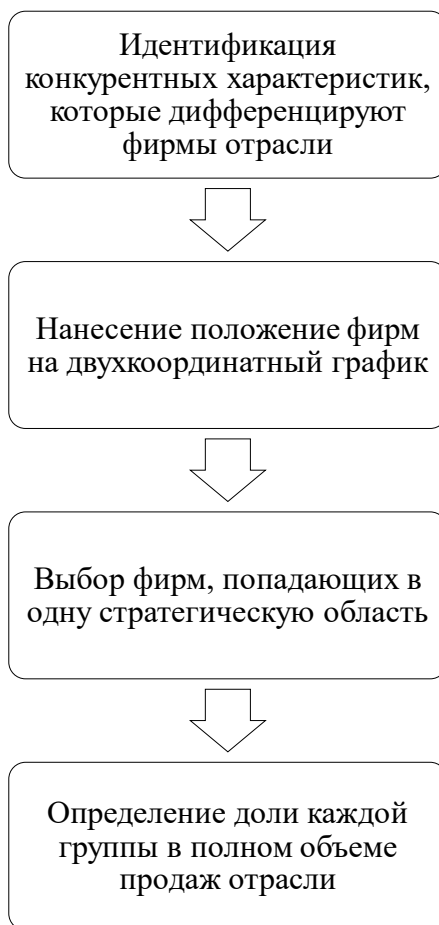


Рисунок 15 – Процедура конструирования карты стратегической группировки

Следующей методикой оценки конкурентоспособности предприятия является методика оценки конкурентоспособности Л.В. Баумгартена. Данный метод необходим для выявления существующих проблем, относительно предприятий – конкурентов, работающих на рынке города и установление значимости каждого из анализируемых показателей [24, с. 882].

Примерные критерии оценки конкурентоспособности предприятия представлены в следующей таблице 2. Где 1 балл (данный показатель не проявляется), 2 балла (показатель проявляется плохо), 3 балл(удовлетворительно), 4 балла(показатель проявляется хорошо),5 баллов,(показатель проявляется отлично, в полной мере)

Таблица 2 – Примерные критерии оценки конкурентоспособности предприятия

| Критерии оценки | 1 балл | 2 балла | 3 балла | 4 балла | 5 баллов |
|----------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Ассортимент продукции | Узкий ассортимент | Средний ассортимент | Широкий ассортимент | Расширенный ассортимент | Максимальный ассортимент |
| Уровень цен | Очень высокие | Высокие | Средние | Низкие | Очень низкие |
| Сроки производства | Очень долго | Долго | Средние | Быстрые сроки | Максимально сжатые сроки |
| Уровень качества продукции | Очень низкое | Низкое | Среднее | Высокое | Очень высокое |
| Наличие рассрочки | Нет | Есть, до 3 месяцев | Есть, до 6 месяцев | Есть, до 1 года | Есть, более 1 года |

Кроме того, целесообразно дополнить оценку конкурентоспособности анализом финансовых результатов предприятия [25, с. 98]. При общей оценке динамики выручки сравнивают ее сумму, полученную в отчетном периоде, с выручкой за соответствующий период прошлого года и находят абсолютное отклонение по формуле (1):

$$\Delta B = B_1 - B_0, \quad (1)$$

где ΔB – абсолютное отклонение по выручке;

B_1 – выручка за отчетный год;

B_0 – выручка за прошлый год.

Затем определяют относительное отклонение по темпу роста выручки по формуле (2) [26, с. 194]:

$$\Delta \text{Тр. в} = \frac{B_1}{B_0} \cdot 100\%, \quad (2)$$

где $\Delta \text{Тр}$ – относительное отклонение темпа роста выручки;

B_1 – выручка за отчетный год;

B_0 – выручка за прошлый год.

Аналогично рассчитывается динамика валовой прибыли по формуле (3):

$$\Delta \text{ВП} = \text{ВП}_1 - \text{ВП}_0, \quad (3)$$

где $\Delta \text{ВП}$ – абсолютное отклонение валовой прибыли;

ВП_1 – валовая прибыль за отчетный год;

ВП_0 – валовая прибыль за прошлый год [27, с. 103].

Затем определяют относительное отклонение по темпу роста по формуле (4):

$$\Delta \text{Тр. вп} = \frac{\text{ВП}_1}{\text{ВП}_0} \cdot 100\%, \quad (4)$$

где ВП_1 – валовая прибыль за отчетный год;

ВП_0 – валовая прибыль за прошлый год [27, с. 103].

$\Delta \text{Тр}$ – относительное отклонение темпа роста валовой прибыли [28, с. 411].

Аналогично рассчитывается динамика прибыли от продаж (формула 5):

$$\Delta\Pi\Pi = \Pi\Pi_1 - \Pi\Pi_0, \quad (5)$$

где $\Delta\Pi\Pi$ – абсолютное отклонение прибыли от продаж;

$\Pi\Pi_1$ –прибыль от продаж за отчетный год;

$\Pi\Pi_0$ – прибыль от продаж за прошлый год [29, с. 289].

Затем определяют относительное отклонение по темпу роста (формула 6):

$$\Delta\text{Тр. пп} = \frac{\Pi\Pi_1}{\Pi\Pi_0} \cdot 100\%, \quad (6)$$

где $\Pi\Pi_1$ –прибыль от продаж за отчетный год;

$\Pi\Pi_0$ – прибыль от продаж за прошлый год [29, с. 289].

$\Delta\text{Тр}$ – относительное отклонение темпа роста прибыли от продаж [30, с. 105].

Также важным является сравнение сумм и темпов изменения таких составляющих элементов прибыли до налогообложения, как прибыль от продажи товаров, прибыль от прочей деятельности. Оно позволяет определить факторы, оказавшие большее или меньшее влияние на прибыль до налогообложения [34, с. 77].

Таким образом, анализ конкурентных позиций предприятия на рынке предполагает выяснение не только его сильных и слабых сторон, но также и тех факторов, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию. Фактор – это основной ресурс как на уровне производственной деятельности предприятия, так и в экономике в целом; фактор – это движущая сила экономических, производственных процессов, оказывающих влияние на результат производственной, экономической деятельности [35, с. 39].

Выводы по первому разделу

В первой главе выпускной квалификационной работы проведен анализ теоретических и методологических аспектов оценки конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, по результатам проведенного анализа теоретических аспектов конкурентоспособности предприятия можно отметить, что большое количество существующих подходов к определению понимания категории «конкурентоспособность предприятия» вызывает сложности при установлении сущности данного определения и его основных элементов.

На основе проведенного анализа существующих подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» можно сформулировать авторское определение: «конкурентоспособность предприятия представляет собой наличие таких свойств и критериев, которые существенным образом выделяют данное предприятие на существующем рынке и обеспечивают ему возможность длительного и эффективного противостояния существующим конкурентам».

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что исследуемая категория «конкурентоспособность» представляет собой емкое, комплексное, многоэлементное понятие. Конкурентоспособность может рассматриваться и применительно к конкретной хозяйственной единице, и применительно к товару или услуге.

Если говорить о конкурентоспособности на уровне предприятия, то в данном случае это означает такую характеристику предприятия, которая позволяет ему иметь более выгодное рыночное положение по сравнению с компаниями-конкурентами за счет выпуска более качественных товаров и продукции, либо оказания услуг за счет эффективного использования имеющихся ресурсов (трудовых, материально-технических и пр.).

Говоря о конкурентоспособности на уровне товара, продукта либо услуги, в данном случае это означает наличие у такого товара (продукта/услуги) таких свойств и параметров, которые выделяют его на рынке по сравнению с товарами-аналогами.

2 АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ ООО СК «СИТИ XXI ВЕК»

2.1 Организационно-экономическая характеристика предприятия ООО СК «Сити XXI век»

Предприятие ООО СК «Сити XXI век» работает на строительном рынке города с 2013 года.

Основные реквизиты предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Основные реквизиты предприятия ООО СК «Сити XXI век»

| | |
|--|---|
| Полное наименование предприятия | Общество с ограниченной ответственностью строительная компания «Сити XXI век» |
| Краткое наименование предприятия | ООО СК «Сити XXI век» |
| ИНН | 7460009887 |
| Адрес | 454010, Челябинская, г. Челябинск, ул. Гагарина, д. 9 |
| Размер уставного капитала | 10 000,00 руб. |
| Среднесписочная численность работников | 29 человек |
| Основной вид деятельности | Производство пластиковых стеклопакетов 43.99.5 работы по монтажу стальных строительных конструкций |
| Критерий организации | Малое предприятие |

Далее проанализируем организационную структуру предприятия.

Организационная структура предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлена на рисунке 16.



Рисунок 16 – Организационная структура предприятия ООО СК «Сити XXI век»

Представленная организационная структура ООО СК «Сити XXI век» является линейной, и имеет как достоинства, так и недостатки. Данная организационная структура способствует лучшей координации работ и позволяет оперативно реагировать на изменения условий внешней среды в целях максимального удовлетворения потребностей клиентов.

Проанализируем величину и изменение финансовых результатов предприятия ООО СК «Сити XXI век» за 2018–2020 гг., динамика которых представлена на рисунке 17.

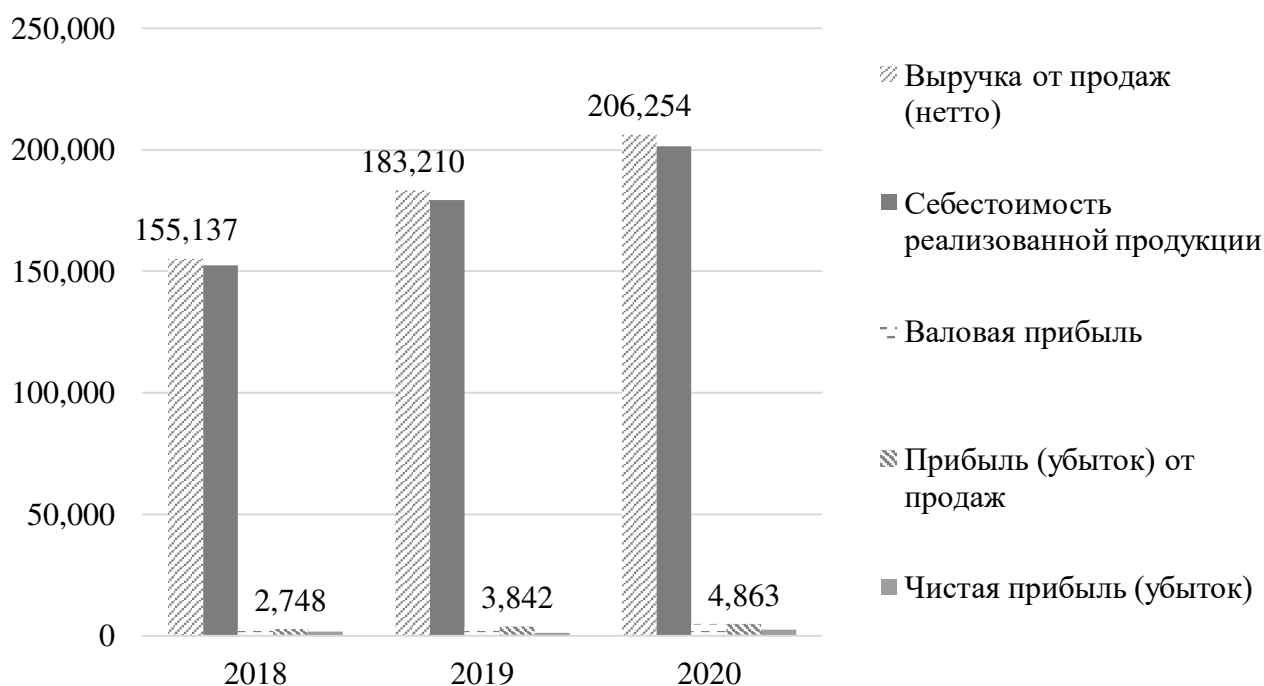


Рисунок 17 – Динамика финансовых результатов предприятия
ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода наблюдается существенное увеличение выручки предприятия ООО СК «Сити XXI век»: увеличение на 28 073 тыс. руб. за 2019 году и дальнейшее увеличение на 23 044 тыс. руб. за 2020 год. Темпы роста выручки составили 118,1% за 2019 год и 112,6% за 2020 год. Таким образом, несмотря на увеличение выручки в абсолютных единицах, темпы роста выручки снижаются, что заслуживает негативной оценки работы предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Также на протяжении рассматриваемого периода наблюдается увеличение себестоимости предприятия ООО СК «Сити XXI век»: рост на 26 979 тыс. руб. за 2019 год и дальнейшее увеличение на 22 023 тыс. руб. за 2020 год. Темпы роста себестоимости составили 117,7% за 2019 год и 112,3% за 2020 год. Таким образом, темпы роста себестоимости не превышают темпы роста выручки, что заслуживает положительной оценки.

Валовая прибыль предприятия ООО СК «Сити XXI век» также увеличивается на протяжении рассматриваемого периода: на 1094 тыс. руб. за 2019 год и на 1021 тыс. руб. за 2020 год.

Далее проанализируем показатели деловой активности предприятия ООО СК «Сити XXI век», которые показаны в таблице 4.

Таблица 4 – Показатели деловой активности предприятия

| Наименование показателя | 2018 г | 2019 г | 2020г |
|---|--------|--------|-------|
| Коэффициент общей оборачиваемости капитала, количество оборотов | 3,5 | 2,3 | 3,2 |
| Средняя продолжительность оборота совокупного капитала, дни | 101,6 | 156,6 | 110,9 |
| Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, количество оборотов | 4,0 | 2,4 | 3,4 |
| Средняя продолжительность обращения оборотных активов, дни | 89,6 | 149,6 | 107,3 |
| Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности, количество оборотов | 7,4 | 4,3 | 3,5 |
| Средний период обращения дебиторской задолженности, дни | 48,3 | 84,2 | 101,9 |
| Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, количество оборотов | 6,8 | 3,9 | 6,7 |
| Средний период обращения кредиторской задолженности, дни | 53,3 | 93,2 | 53,8 |
| Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств (запасов), количество оборотов | 8,9 | 5,5 | 67,0 |
| Средний период обращения материальных оборотных средств (запасов), дни | 40,6 | 65,3 | 5,4 |
| Коэффициент оборачиваемости собственного капитала, количество оборотов | 24,0 | 23,6 | 20,2 |
| Коэффициент оборачиваемости заёмного капитала, количество оборотов | 10,8 | 8,3 | 9,6 |
| Продолжительность операционного цикла, дни | 89 | 149 | 107 |
| Продолжительность финансового цикла, дни | 36 | 56 | 53 |

Проанализируем данные. Коэффициент общей оборачиваемости капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлен на рисунке.

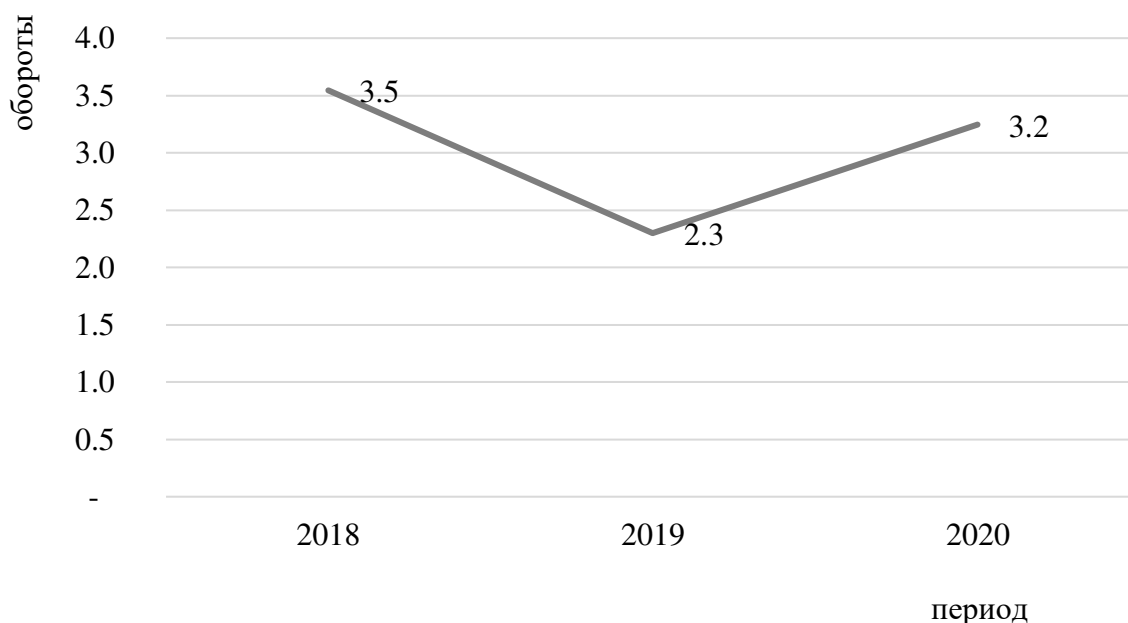


Рисунок 18 – Коэффициент общей оборачиваемости капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век»

За рассматриваемый период происходит колебание коэффициента оборачиваемости капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век»: снижение с 3,5 в 2018 году до 2,3 в 2019 году и дальнейший рост до 3,2 в 2020 году. Снижение коэффициента оборачиваемости капитала заслуживает негативной оценки и свидетельствует о снижении эффективности использования капитала предприятия. Однако дальнейшее увеличение показателя оборачиваемости капитала заслуживает положительной оценки. Соответственно, средняя продолжительность оборота совокупного капитала увеличивается со 101,6 дней в 2018 году до 110,9 дней в 2020 году, что также заслуживает негативной оценки.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлен на рисунке 19. На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание коэффициента оборачиваемости оборотных средств: снижение с 4 в 2018 году до 2,4 в 2019 году и дальнейший рост до 3,4 в 2020 году. Снижение показателя является негативным фактором работы предприятия.

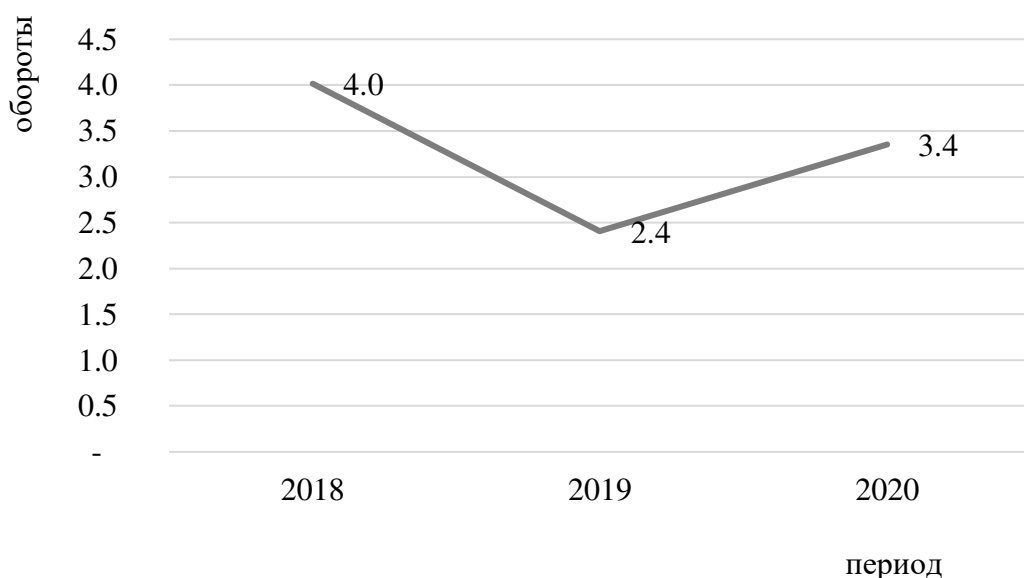


Рисунок 19 – Коэффициент оборачиваемости оборотных средств предприятия
ООО СК «Сити XXI век»

Следовательно, на протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение периода оборачиваемости оборотных активов предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 89,6 дней в 2018 году до 107,3 дней в 2020 году. Таким образом, увеличение периода оборачиваемости оборотных активов предприятия ООО СК «Сити XXI век» заслуживает негативной оценки.

Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлен на рисунке.

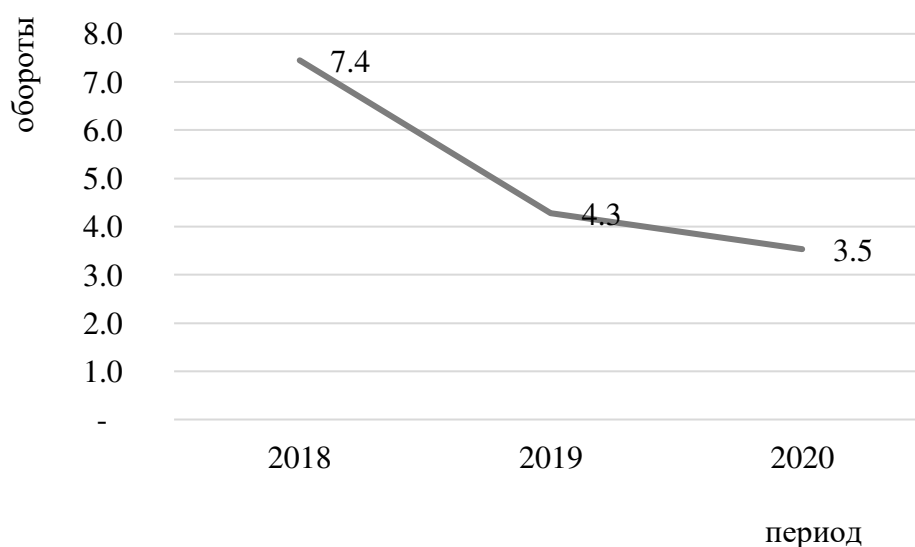


Рисунок 20 – Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности
предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности: с 7,4 в 2018 году до 4,3 в 2019 году и дальнейшее снижение до 3,5 в 2020 году. Снижение показателя оборачиваемости дебиторской задолженности является негативным фактором работы предприятия. Следовательно, на протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение периода оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия с 48,3 дней в 2018 году до 101,9 дней в 2020 году. Таким образом, увеличение периода оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия ООО СК «Сити XXI век» заслуживает негативной оценки.

Проанализируем коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности, показанный на рисунке 21.

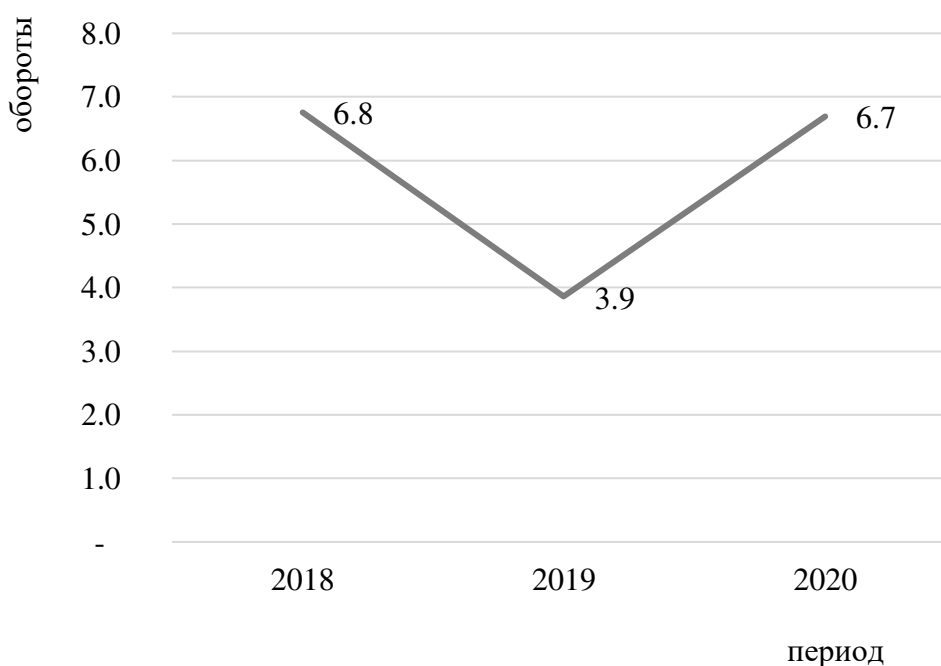


Рисунок 21 – Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности: снижение с 6,8 в 2018 году до 3,9 в 2019 году и дальнейший рост до 6,7 в 2020 году. Снижение показателя является негативным фактором работы предприятия. Следовательно,

на протяжении рассматриваемого периода происходит колебание периода оборачиваемости кредиторской задолженности предприятия.

Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств (запасов) предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлен на рисунке 22.

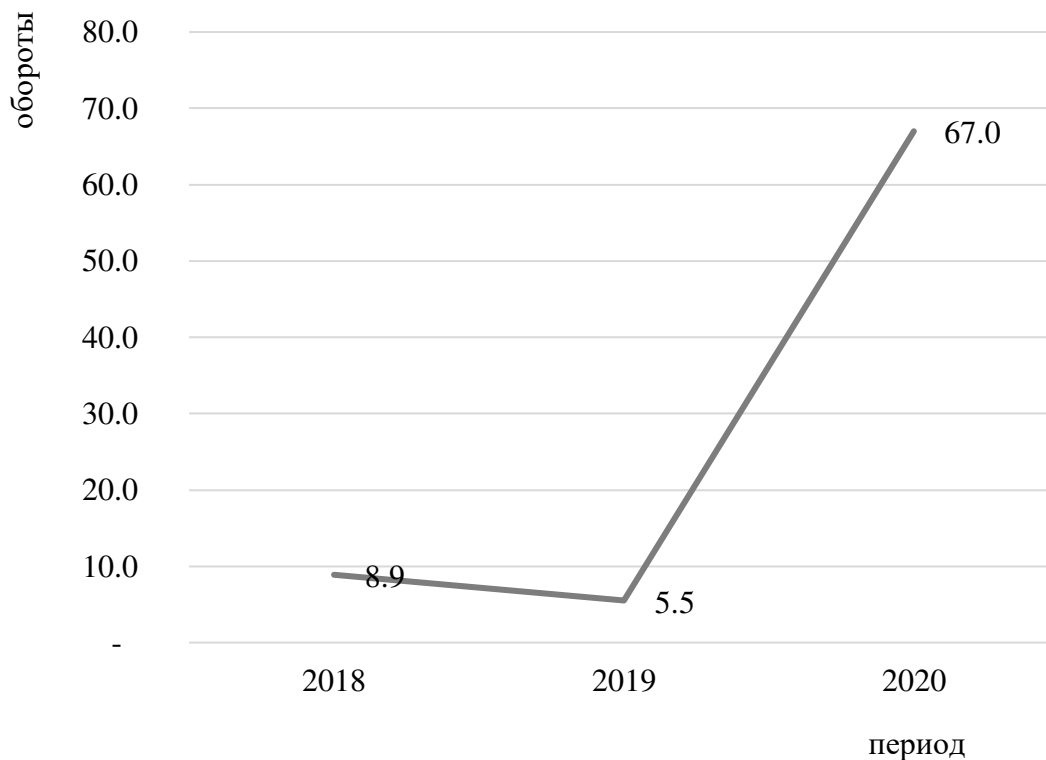


Рисунок 22 – Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных средств (запасов) предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание коэффициента оборачиваемости материальных запасов предприятия ООО СК «Сити XXI век»: снижение с 8,9 оборотов в 2018 году до 5,5 в 2019 году и дальнейший рост до 67 в 2020 году. Существенное увеличение показателя на конец периода обусловлено существенным снижением величины запасов. Соответственно, наблюдается снижение периода обращения материальных оборотных средств предприятия с 40,6 дней в 2018 году до 5,4 дней в 2020 году, что заслуживает положительной оценки.

Коэффициент оборачиваемости собственного капитала компании ООО СК «Сити XXI век» представлен на рисунке 23.

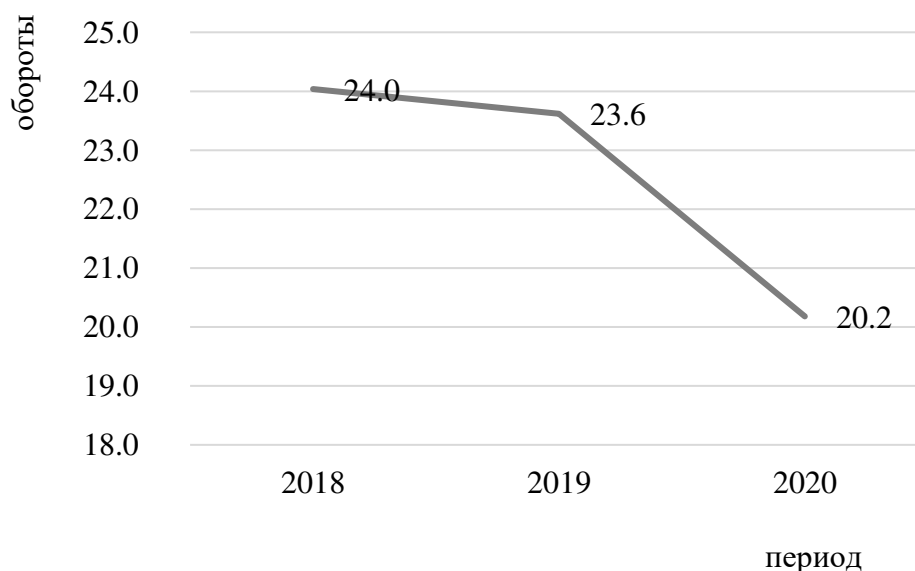


Рисунок 23 – Коэффициент оборачиваемости собственного капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век»

За рассматриваемый период происходит существенное снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 24 в 2018 году до 20,2 в 2020 году. Снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала предприятия свидетельствует о снижении эффективности работы предприятия и заслуживает негативной оценки.

Таким образом, по результатам анализа деловой активности предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно выделить как положительные, так и отрицательные тенденции.

К отрицательным тенденциям относятся:

- снижение коэффициента общей оборачиваемости капитала;
- снижение коэффициента оборачиваемости оборотных средств;
- снижение коэффициента оборачиваемости дебиторской задолженности;
- снижение коэффициента оборачиваемости кредиторской задолженности;
- снижение коэффициента оборачиваемости собственного капитала;
- снижение коэффициента оборачиваемости капитала;
- снижение коэффициента оборачиваемости заёмного капитала.

К положительной тенденции следует отнести только увеличение оборачиваемости материальных оборотных средств (запасов),

Далее проведем анализ рентабельности предприятия. В таблице 5 представлены показатели рентабельности предприятия.

Таблица 5 – Показатели рентабельности предприятия ООО СК «Сити XXI век»

| Показатели эффективности управления предприятия | Период | | | Темп роста, в % |
|---|--------|------|-------|-----------------|
| | 2018 | 2019 | 2020 | |
| Рентабельность активов | 3,9 | 1,6 | 3,9 | 98,4 |
| Рентабельность продукции | 1,1 | 0,7 | 1,2 | 108,1 |
| Рентабельность собственного капитала | 26,7 | 16,9 | 24,1 | 90,2 |
| Рентабельность внеоборотных активов | 33,6 | 36,5 | 118,5 | 353,1 |
| Рентабельность продаж | 1,1 | 0,7 | 1,2 | 107,5 |
| Рентабельность оборотных активов | 4,5 | 1,7 | 4,0 | 89,8 |
| Рентабельность издержек | 1,8 | 2,1 | 2,4 | 133,9 |
| Рентабельность производства | 1,8 | 2,1 | 2,4 | 133,9 |
| Рентабельность основных средств | 33,6 | 36,5 | 118,5 | 353,1 |
| Рентабельность капитала | 26,7 | 16,9 | 24,1 | 90,2 |

Проанализируем рентабельность активов предприятия ООО СК «Сити XXI век», показанную на рисунке 24.

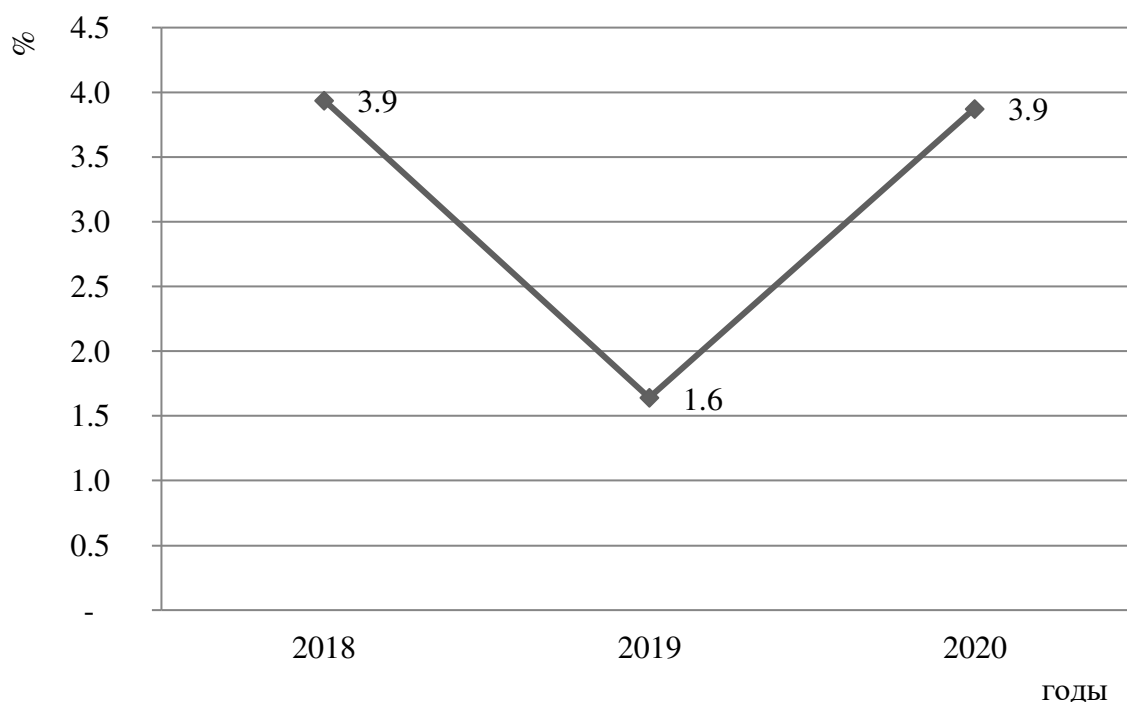


Рисунок 24 – Рентабельность активов предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание показателя рентабельности активов предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 3,9% в 2018 году до 1,6% в 2019 году и дальнейший рост до 3,9% в 2020 году. В целом можно отметить, что значение показателя остается на одном уровне.

На рисунке 25 представлена рентабельность продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» за 2019–2020 гг.

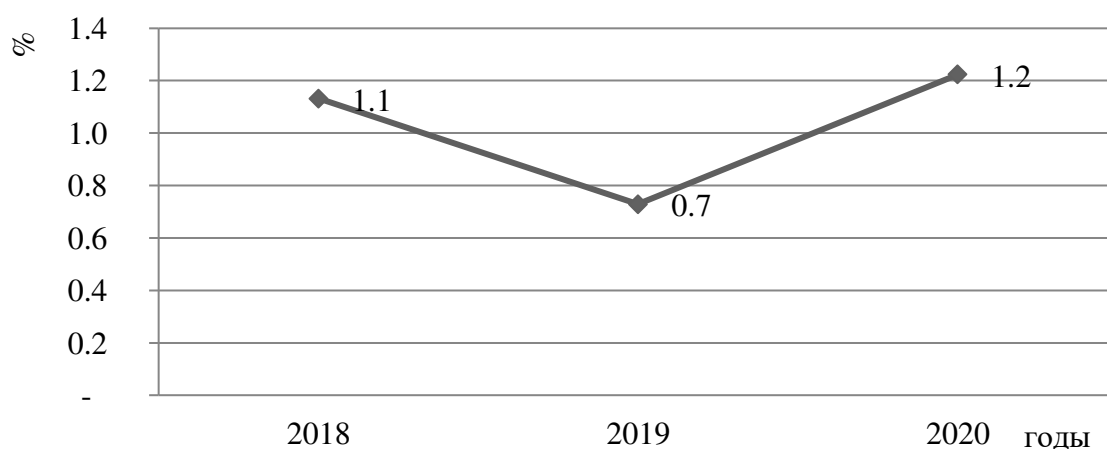


Рисунок 25 – Рентабельность продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание показателя рентабельности продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 1,1% в 2018 году до 0,7% в 2019 году и дальнейший рост до 1,2% в 2020 году. Таким образом, незначительное увеличение показателя на конец периода свидетельствует о повышении прибыли, которую приносит каждый вложенный рубль. Это заслуживает положительной оценки.

На рисунке 26 представлена рентабельность собственного капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век».

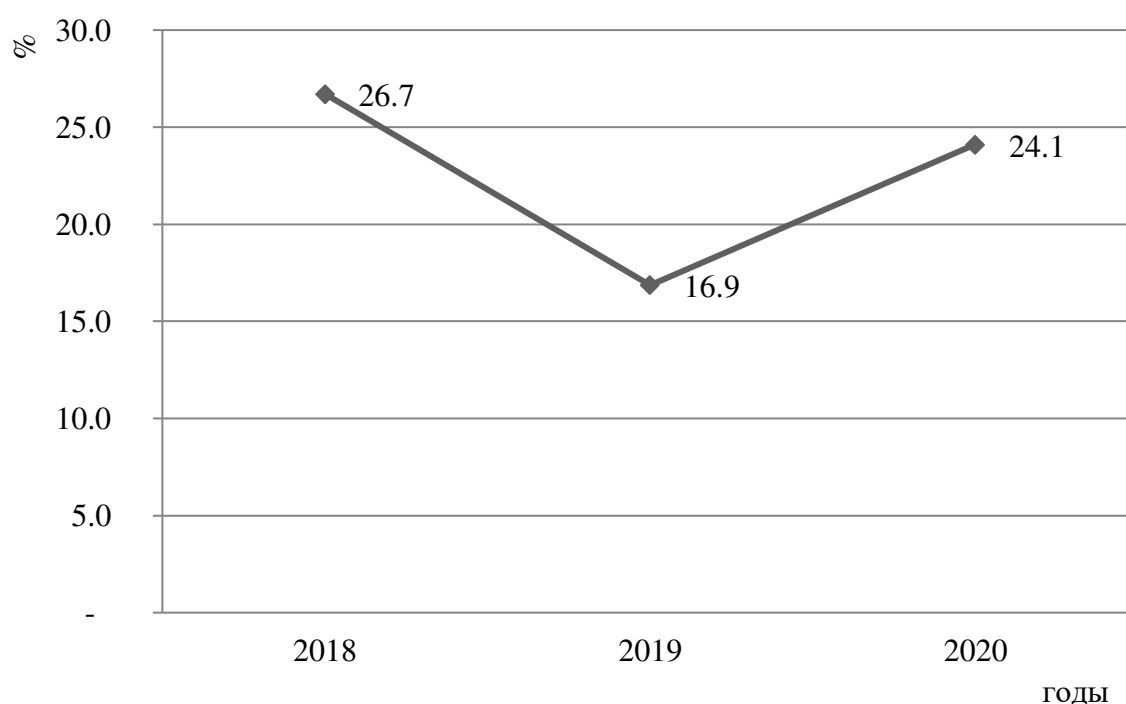


Рисунок 26 – Рентабельность собственного капитала ООО СК «Сити XXI век»

На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание показателя рентабельности собственного капитала предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 26,7% в 2018 году до 16,9% в 2019 году и дальнейший рост до 24,1% в 2020 году. В целом, незначительное снижение показателя является негативным фактором и свидетельствует о снижении отдачи на инвестиции собственников с точки зрения учетной прибыли.

Рентабельность продаж предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлена на рисунке 27.

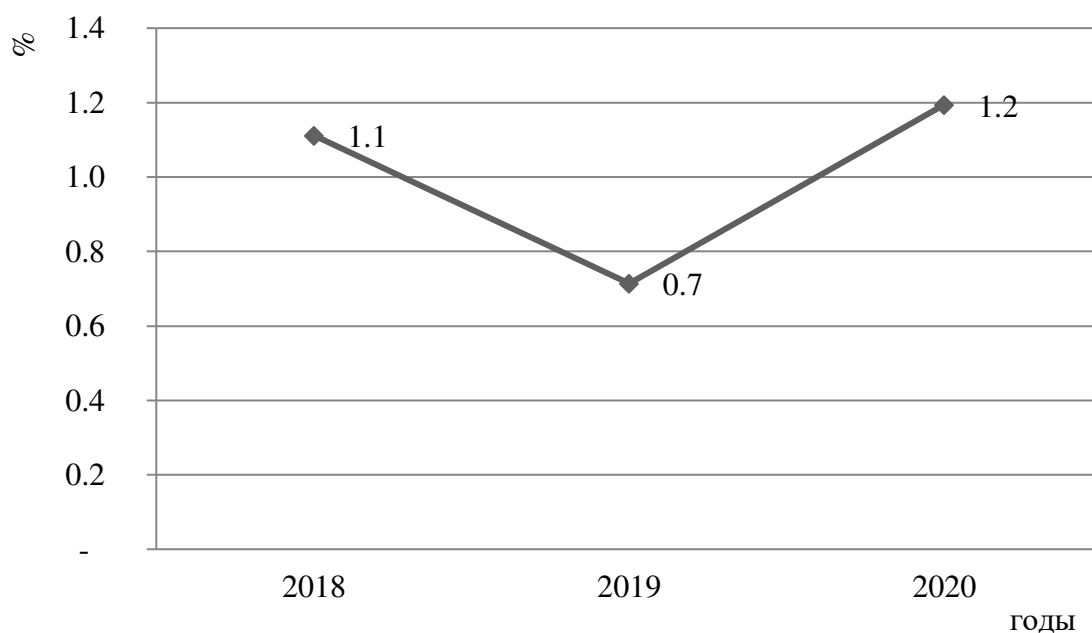


Рисунок 27 – Рентабельность продаж предприятия ООО СК «Сити XXI век», в %

Рентабельность продаж является индикатором ценовой политики компании и её способности контролировать издержки. На протяжении рассматриваемого периода происходит колебание показателя рентабельности продаж предприятия ООО СК «Сити XXI век» с 1,1% в 2018 году до 0,7% в 2019 году и дальнейший рост до 1,2% в 2020 году.

Таким образом, по результатам проведенного анализа рентабельности можно выделить следующие положительные тенденции:

- рост рентабельности продукции;
- рост рентабельности внеоборотных активов;
- рост рентабельности продаж;
- рост рентабельности издержек;
- рост рентабельности производства;
- рост рентабельности основных средств.

Негативные тенденции:

- снижение рентабельности собственного капитала;
- снижение рентабельности оборотных активов;
- снижение рентабельности капитала.

Далее проведем стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век».

2.2 Стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век»

На первом этапе в рамках стратегического анализа ООО СК «Сити XXI век» проведем СТЕP –анализ, представленный в таблице 6.

Таблица 6 – СТЕP–факторы, влияющие на предприятия ООО СК «Сити XXI век»

| Факторы | Важность для отрасли | Влияние на организацию | Оценка |
|---|----------------------|------------------------|--------|
| Возможности | | | |
| Принятие решений в сфере налоговой политики – снижение | 0,11 | 4 | 0,44 |
| Изменения в банковской сфере (изменение ключевой ставки) – снижение | 0,10 | 3 | 0,3 |
| Смена акцизов, наличие лицензии, ужесточение норм контроля | 0,12 | 3 | 0,36 |
| Увеличение доходов населения | 0,19 | 5 | 0,95 |
| Образ жизни | 0,18 | 4 | 0,72 |
| Общественные ценности | 0,05 | 3 | 0,15 |
| Постоянное усовершенствование технологий | 0,25 | 5 | 1,25 |
| Итого возможностей | 1 | – | 4,17 |
| Угрозы | | | |
| Принятие решений в сфере налоговой политики – рост | 0,11 | 5 | 0,55 |
| Изменения в банковской сфере (изменение ключевой ставки) – рост | 0,12 | 5 | 0,6 |
| Смена акцизов, наличие лицензии, ужесточение норм контроля | 0,13 | 4 | 0,52 |
| Повышение стоимости сырья со стороны поставщиков | 0,13 | 5 | 0,65 |
| Резкое снижение покупательской способности населения | 0,37 | 5 | 1,85 |
| Скачкообразная политика ценообразования | 0,14 | 5 | 0,7 |
| Итого угроз | 1 | – | 4,87 |

Опишем каждый фактор.

Принятие решений в сфере налоговой политики. В случае роста ставки налога компания увеличит выплаты по налогам и сократит прибыль; в случае роста снижения налога предприятие ООО СК «Сити XXI век» увеличит выплаты по налогам и сократит финансовые результаты.

Изменения в банковской сфере (изменение ключевой ставки). Рост ставки рефинансирования негативно повлияет на деятельность предприятия ООО СК «Сити XXI век», так как в случае привлечения заемных средств ставка будет высокой. Снижение же ключевой ставки положительно повлияет на деятельность предприятия ООО СК «Сити XXI век», так как в случае привлечения заемных средств ставка будет снижена.

Увеличение доходов населения. Оказывает положительное влияние, так как увеличивается спрос продукцию и услуги предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Образ жизни. Положительное влияние – люди стараются улучшать качество жизни за счет обращения к надежным проверенным компаниям, к которым можно отнести и ООО СК «Сити XXI век».

Общественные ценности. Покупатели выбирают компании с устойчивым брендом.

Резкое снижение покупательской способности населения. Негативное влияние, так как предполагает снижение спроса и выручки компании ООО СК «Сити XXI век» соответственно.

Скачкообразная политика ценообразования у поставщиков. Негативное влияние, так как не позволяет организации осуществлять эффективную систему планирования.

Ужесточение требований по кредитным обязательствам со стороны банков. Негативное влияние, так как требует от организации погашения задолженности в определенный срок.

На следующем рисунке 28 представлен профиль внешней среды предприятия ООО СК «Сити XXI век».

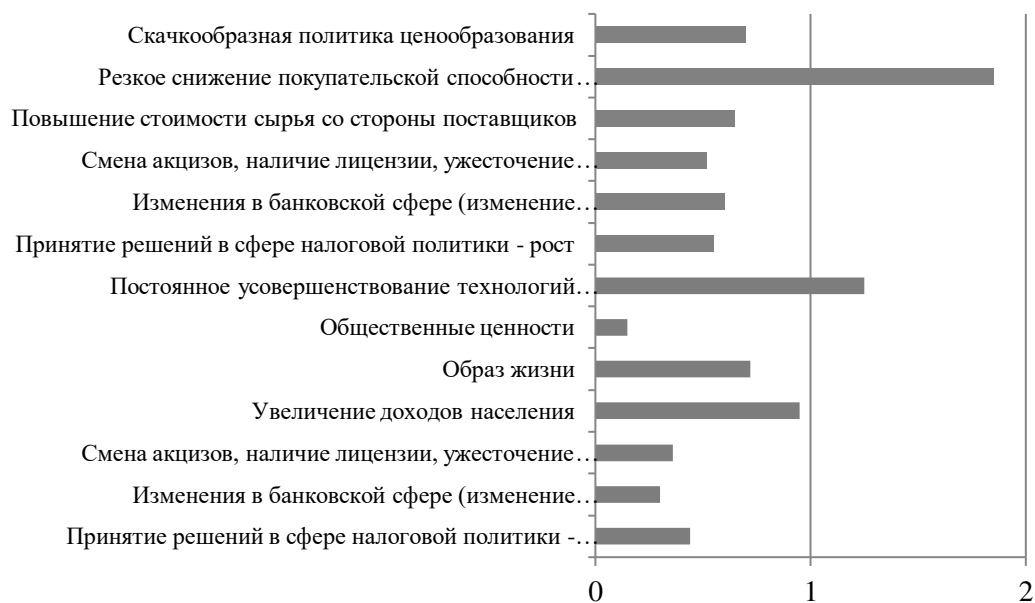


Рисунок 28 – Профиль внешней среды предприятия ООО СК «Сити XXI век»

По результатам проведенного анализа внешней среды предприятия можно сделать вывод, что наибольшее влияние оказывают угрозы (сумма баллов составляет 4,87, а сумма возможностей – 4,17).

Проанализируем внутреннюю среду с помощью модели Мак–Кинси «7С», представленную в таблице 7.

Таблица 7 – Факторы внутренней среды

| Жесткие факторы | Мягкие факторы |
|--|--|
| Стратегия (strategy): стратегия развития продукта | Способности: умение достигать поставленные цели точно в срок |
| Структура управления: линейно–функциональная | Совместные ценности (shared values): корпоративный дух, совместные праздники |
| Системы (system): Информационные системы, системы поощрения, продаж, система ведения бухгалтерского учета и отчетности и пр. | Сотрудники предприятия (staff): основа предприятия |
| | Стиль (style): Демократический стиль |

В следующей таблице 8 показана качественная оценка факторов внутренней среды компании ООО СК «Сити XXI век».

Таблица 8 – Качественная оценка факторов внутренней среды

| Внешние стратегические факторы | Вектор воздействия +/- | Пояснение |
|-------------------------------------|---------------------------|--|
| Стратегия (strategy) | + | Предполагает решение задачи роста за счет внедрения новых услуг |
| Структура управления | + | Представленная организационная структура предприятия ООО СК «Сити XXI век» является линейной, и имеет как достоинства, так и недостатки. Данная организационная структура способствует лучшей координации работ и позволяет оперативно реагировать на изменения условий внешней среды в целях максимального удовлетворения потребностей клиентов |
| Системы (system) | + | Положительное влияние всех используемых информационных систем, поскольку их применение позволяет оптимизировать бизнес-процессы и прочие процессы предприятия |
| Способности | + | Положительное влияние: Умение решать задачи в условиях неопределенности внешней среды Умение достигать поставленные цели точно в срок |
| Совместные ценности (shared values) | + | Отношение к работе, соревновательный дух и дух сотрудничества среди работников и поддержание связи с руководством компании |
| Сотрудники предприятия (staff) | + | Подбор персонала и его производительность являются основными определяющими факторами настоящего и будущего стратегического успеха |
| Стиль (style) | + | Демократический стиль управления |

Далее, на основе факторов PEST–анализа, составим бальную оценку факторов микросреды. В следующей таблице 9 представлена бальная оценка факторов макросреды предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Таблица 9 – Количественная оценка факторов внутренней среды предприятия
ООО СК «Сити XXI век»

| Факторы | Важность для отрасли | Влияние на организацию | Оценка |
|-------------------------------------|----------------------|------------------------|--------|
| Возможности | | | |
| Структура управления | 0,14 | 5 | 0,70 |
| Системы (system) | 0,16 | 5 | 0,80 |
| Способности | 0,11 | 5 | 0,55 |
| Стратегия (strategy) | 0,15 | 5 | 0,75 |
| Сотрудники предприятия (staff) | 0,26 | 5 | 1,30 |
| Совместные ценности (shared values) | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Стиль управления | 0,09 | 4 | 0,36 |
| Итого возможностей | 1,00 | – | 4,82 |
| Угрозы | | | |
| – | 0 | 0 | 0 |
| Итого угроз | 0 | – | 0 |

Завершающим этапом стратегического анализа предприятия является анализ его сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, то есть SWOT-анализ (таблица 10).

Таблица 10 – Исходная матрица SWOT –анализа

| | |
|---|--|
| S сильные стороны | W–слабые стороны |
| Выгодное месторасположение Положительная репутация среди покупателей Качественные услуги | Уязвимость по отношению к конкурентам Высокие затраты Отсутствие рекламных мероприятий |
| O– возможности | T–угрозы |
| Изменения в законодательстве Снижение цены у конкурентов Поддержка со стороны государства | Снижение цены у конкурентов Падение уровня доходов населения Появление новых конкурентов |

Далее, после установления сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз предприятия, следует дать всем этим характеристикам количественную оценку, которая представлена в таблице 11.

Таблица 11 – Количественная оценка сильных и слабых сторон предприятия

| Факторы SWOT | | Сильные стороны | | | Слабые стороны | | | Итого |
|--------------|---|----------------------------|---|---------------------|---------------------------------------|-----------------|----------------------------------|-------|
| | | Выгодное месторасположение | Положительная репутация среди покупателей | Качественные услуги | Уязвимость по отношению к конкурентам | Высокие затраты | Отсутствие рекламных мероприятий | |
| Угрозы | Изменения в законодательстве | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 22 |
| | Сложившиеся теплые отношения покупателей с конкурентами | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 23 |
| | Снижение цены у конкурентов | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 19 |
| Возможности | Изменение потребительских предпочтений | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 25 |
| | Улучшение уровня жизни | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 30 |
| | Поддержка со стороны государства | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 26 |
| Итого | | 27 | 25 | 25 | 24 | 25 | 19 | |

Следующим этапом проводимого SWOT-анализа является формирование проблемного поля, показанное в таблице 12.

Таблица 12 – Формирование проблемного поля в рамках SWOT –анализа

| Факторы SWOT | | Сильные стороны | | | Слабые стороны | | |
|--------------|---|--|---|---|---|-----------------|----------------------------------|
| | | Выгодное месторасположение | Положительная репутация среди покупателей | Качественные услуги | Уязвимость по отношению к конкурентам | Высокие затраты | Отсутствие рекламных мероприятий |
| Угрозы | Изменения в законодательстве | Повышение конкурентоспособности за счет роста качества продукции | | | Предоставление | | |
| | Сложившиеся теплые отношения покупателей с конкурентами | | | | | | |
| | Снижение цены у конкурентов | | | | | | |
| Возможности | Изменение потребительских предпочтений | | | | | | |
| | Поддержка со стороны государства | | | | | | |
| | Улучшение уровня жизни | | | | | | |
| | | | | Поддержание положительной репутации среди потребителей | Мониторинг потребительских предпочтений и своевременное представление новых товаров | | |
| | | | | Более рациональное использование торговых площадей (увеличение процента выкладки товара на витрину, уменьшение остатка) | | | |

Заключительным этапом SWOT–анализа является составление ранжированного списка решений (проблем), направленных на улучшение финансово–экономического состояния ООО СК «Сити XXI век».

Ранжированный список мероприятий по улучшению экономического состояния и повышения эффективности работы предприятия ООО СК «Сити XXI век» представлен в таблице 13.

Таблица 13 – Количественная оценка проблем проекта

| Наименование мероприятия | Оценка |
|--|--------|
| Повышение конкурентоспособности за счет повышения качества продукции | 77 |
| Более рациональное использование торговых площадей | 25 |
| Предоставление скидоч | 19 |
| Мониторинг потребительских предпочтений | 12 |
| Поддержание положительной репутации среди потребителей | 12 |

Результаты таблицы 13 отражают количественную оценку важности каждого из мероприятий, реализация которых будет направлена на повышение эффективности деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Таким образом, наиболее целесообразным мероприятием является «Повышение конкурентоспособности за счет роста качества продукции» (данная альтернатива набрала 77 баллов).

2.3 Оценка конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век»

Далее проведем оценку конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» экспертным методом (таблица 14).

Таблица 14 – Критерии оценки конкурентоспособности ООО СК «Сити XXI век»

| Критерии оценки | 1 балл | 2 балла | 3 балла | 4 балла | 5 баллов |
|----------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| Ассортимент продукции | Узкий ассортимент | Средний ассортимент | Широкий ассортимент | Расширенный ассортимент | Максимальный ассортимент |
| Уровень цен | Очень высокие | Высокие | Средние | Низкие | Очень низкие |
| Сроки производства | Очень долго | Долго | Средние | Быстрые сроки | Максимально сжатые сроки |
| Уровень качества продукции | Очень низкое | Низкое | Среднее | Высокое | Очень высокое |
| Наличие рассрочки | Нет | Есть, до 3 месяцев | Есть, до 6 месяцев | Есть, до 1 года | Есть, более 1 года |

Основные конкуренты предприятия ООО СК «Сити XXI век» были определены экспертным методом (метод опроса руководства предприятия).

К основным конкурентам предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отнести: ООО «Тандем»; ООО «Евроцвет»; ООО «Профигрупп».

Далее, на основе приведенной выше методике, проведем количественную оценку организации и ее основных конкурентов, которая показана в таблице 15.

Таблица 15 – Количественная оценка предприятия ООО СК «Сити XXI век» и ее основных конкурентов

| Показатель | ООО СК «Сити XXI век» | ООО «Тандем» | ООО «Евроцвет» | ООО «Профигрупп» |
|----------------------------|-----------------------|--------------|----------------|------------------|
| Ассортимент продукции | 4 | 3 | 5 | 4 |
| Уровень цен | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Сроки производства | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Уровень качества продукции | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Наличие рассрочки | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Итого | 20 | 21 | 22 | 21 |

Представим результаты оценки конкурентоспособности на рисунке 23.

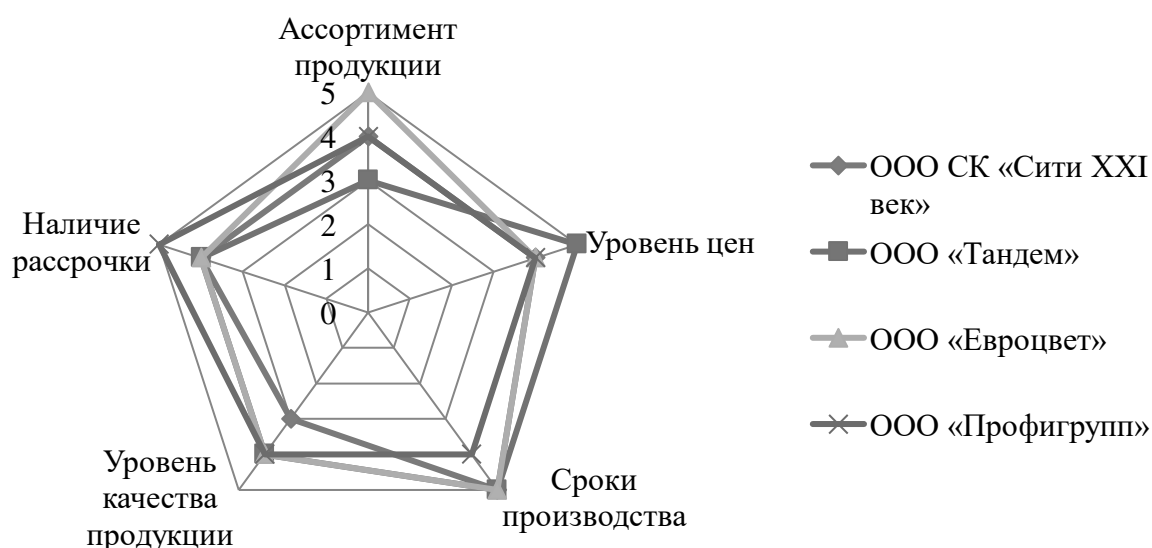


Рисунок 29 – Бальная оценка ООО СК «Сити XXI век» и ее основных конкурентов

Таким образом, исходя из проведенного анализа можно сделать следующие выводы: максимальное число баллов имеет предприятие ООО «Евроцвет» (22 балла, лидирует по срокам и ассортименту), по 21 баллу набрали предприятия ООО «Тандем» (лидирует по уровню цен и срокам производства) и ООО «Профигрупп» (лидирует по условиям предоставления рассрочки).

Таким образом, анализируемое предприятие ООО СК «Сити XXI век» оказалось наименее конкурентоспособной (20 баллов, слабые места: качество продукции).

Из анализа конкурентоспособности видно, что наиболее слабой стороной предприятия ООО СК «Сити XXI век» является недостаточно высокое качество продукции.

В следующей таблице 16 представлены показатели качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» за 2 последних года.

Таблица 16 – Показатели качества продукции ООО СК «Сити XXI век»

| Показатель, ден. ед. | Предыдущий год | Отчетный год |
|--|----------------|--------------|
| Стоимость окончательно брака | 2 870 | 3 726 |
| Расходы по исправлению брака | 402 | 559 |
| Абсолютный размер брака | 3 272 | 4 285 |
| Стоимость брака по цене использования | 3 358 | 4 396 |
| Суммы, удержанные с виновников | 84 | 123 |
| Суммы, взысканные с поставщиков | 115 | 149 |
| Абсолютный размер потерь | 3 073 | 4 013 |
| Валовая продукция по пр-ой себестоимости | 3 842 | 4 863 |
| Относительный размер брака | 74,7% | 76,6% |
| Относительный размер потерь от брака | 80,0% | 82,5% |

Для наглядности представим данные в графическом виде.

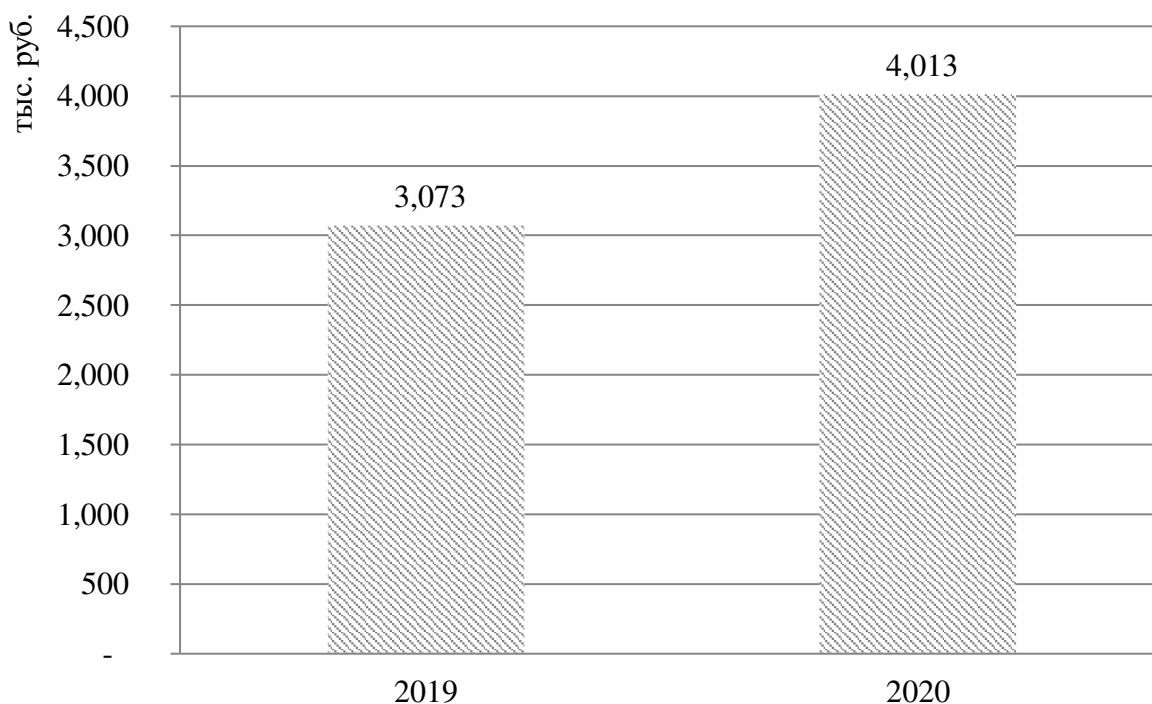


Рисунок 30 – Абсолютный размер потерь от брака, в тыс. руб.

На протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение абсолютного размера потерь от брака с 3073 тыс. руб. в 2019 году до 4013 тыс. руб. в 2020 году. Данное увеличение заслуживает негативной оценки.

На следующем рисунке представлена величина относительного размера брака.

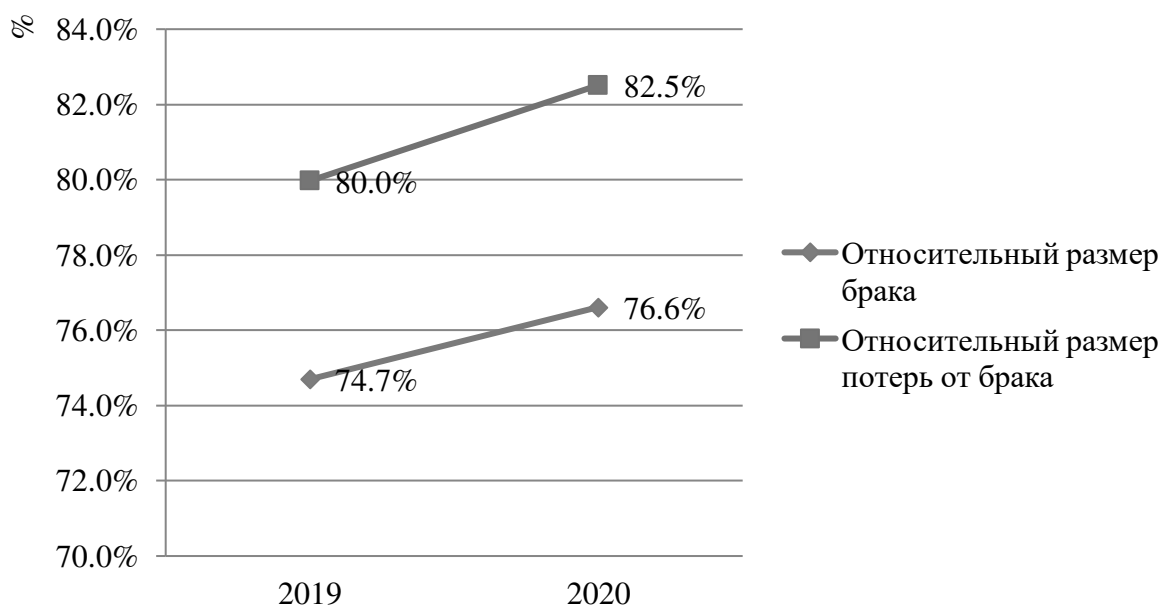


Рисунок 31 – Относительные показатели брака, в %

На протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение относительного размера брака с 74,7% в 2019 году до 76,6% в 2020 году. Также увеличивается относительный размер потерь от брака с 80% в 2019 году до 82,5% в 2020 году. Данное увеличение заслуживает негативной оценки.

На следующем рисунке показаны основные причины, вызывающие брак и снижающие качество продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век».

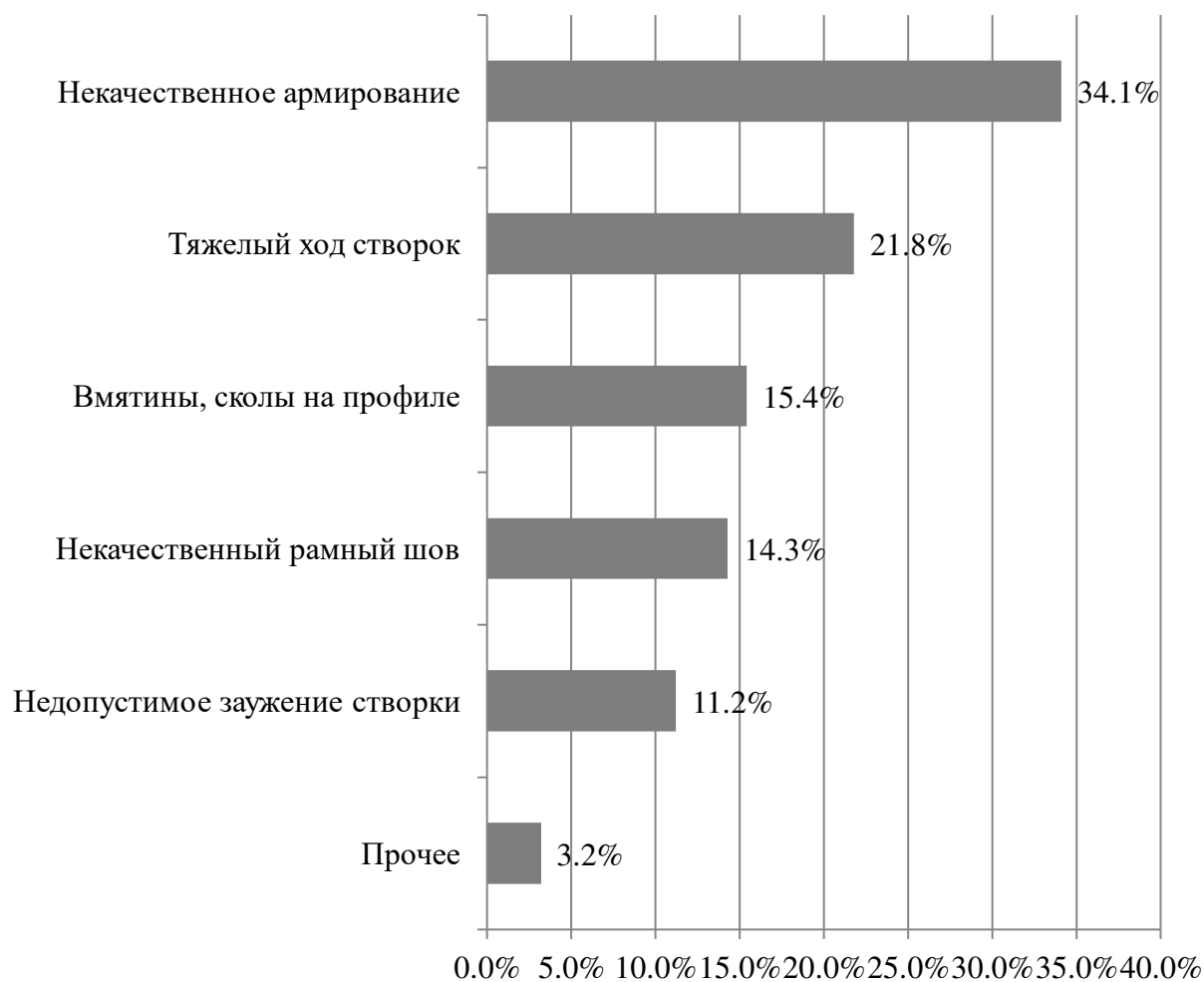


Рисунок 32 – Причины снижения качества продукции предприятия, в %

Говоря о причинах, вызвавших брак и снижающих качество продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отметить, что большая часть приходится на некачественное армирование (34,1%).

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод о низком уровне конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

Выводы по второму разделу

Во второй главе выпускной квалификационной работы был проведен анализ конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век». Предприятие ООО СК «Сити XXI век» работает на строительном рынке города с 2013 года. Основным видом деятельности компании является производство пластиковых окон.

По результатам проведенного анализа рентабельности можно выделить следующие положительные тенденции:

- рост рентабельности продукции;
- рост рентабельности внеоборотных активов;
- рост рентабельности продаж;
- рост рентабельности издержек;
- рост рентабельности производства;
- рост рентабельности основных средств.

Негативные тенденции:

- снижение рентабельности собственного капитала;
- снижение рентабельности оборотных активов;
- снижение рентабельности капитала.

На следующем этапе был проведен стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век».

По результатам проведенного анализа внешней среды предприятия можно сделать вывод, что наибольшее влияние оказывают угрозы (сумма баллов составляет 4,87, а сумма возможностей – 4,17).

В рамках стратегического анализа был проведен SWOT-анализ предприятия. Результаты SWOT-анализа дают количественную оценку важности каждого из мероприятий, реализация которых будет направлена на повышение эффективности деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век». Таким образом, наиболее целесообразным мероприятием является «Повышение

конкурентоспособности за счет роста качества продукции» (данная альтернатива набрала 77 баллов).

На следующем этапе исследования был проведен анализ конкурентоспособности предприятия. Основные конкуренты предприятия ООО СК «Сити XXI век» были определены экспертным методом (метод опроса руководства предприятия). К основным конкурентам предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отнести: ООО «Тандем»; ООО «Евроцвет»; ООО «Профигрупп».

Таким образом, исходя из проведенного анализа можно сделать следующие выводы: максимальное число баллов имеет предприятие ООО «Евроцвет» (22 балла, лидирует по срокам и ассортименту), по 21 баллу набрали предприятия ООО «Тандем» (лидирует по уровню цен и срокам производства) и ООО «Профигрупп» (лидирует по условиям предоставления рассрочки).

Анализируемое предприятие ООО СК «Сити XXI век» оказалось наименее конкурентоспособной (20 баллов, слабые места: качество продукции). Из анализа конкурентоспособности видно, что наиболее слабой стороной предприятия ООО СК «Сити XXI век» является недостаточно высокое качество продукции. В результате этого увеличивается объем бракованной продукции.

Заключительным этапом работы стал анализ бракованной продукции. На протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение абсолютного размера потерь от брака с 3073 тыс. руб. в 2019 году до 4013 тыс. руб. в 2020 году. Данное увеличение заслуживает негативной оценки.

На протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение относительного размера брака с 74,7% в 2019 году до 76,6% в 2020 году. Также увеличивается относительный размер потерь от брака с 80% в 2019 году до 82,5% в 2020 году. Данное увеличение заслуживает негативной оценки.

Говоря о причинах, вызвавших брак и снижающих качество продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отметить, что большая часть приходится на некачественное армирование (34,1%).

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод о низком уровне конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ПОВЫШЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО СК «СИТИ XXI ВЕК» ПОСРЕДСТВОМ УЛУЧШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ

3.1 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

По результатам анализа, проведенного во второй главе работы, было определено, что предприятие ООО СК «Сити XXI век» характеризуется низким уровнем конкурентоспособности, обусловленным наличием проблем в системе обеспечения качества продукции.

Основной причиной брака и снижения качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» является некачественное армирование (34,1%). В связи с этим разработаем ряд рекомендаций, направленных на повышение качества продукции за счет снижения уровня брака по причине некачественного армирования.

Причины появления брака вследствие некачественного армирования показаны на рисунке.

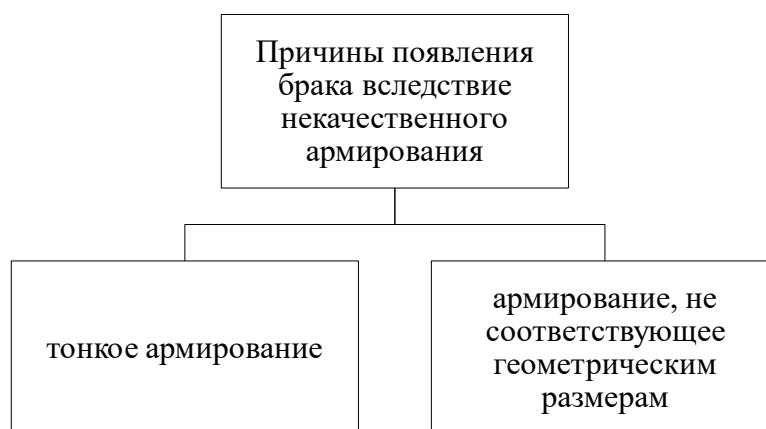


Рисунок 33 – Причины появления брака вследствие некачественного армирования

На следующем рисунке показаны виды брака, появляющиеся при использовании некачественного армирования на предприятии ООО СК «Сити XXI век».



Рисунок 34 – Проявление брака при использовании некачественного армирования

Негативные последствия на второй рабочей операции при производстве продукции на предприятии ООО СК «Сити XXI век» представлены на следующем рисунке.

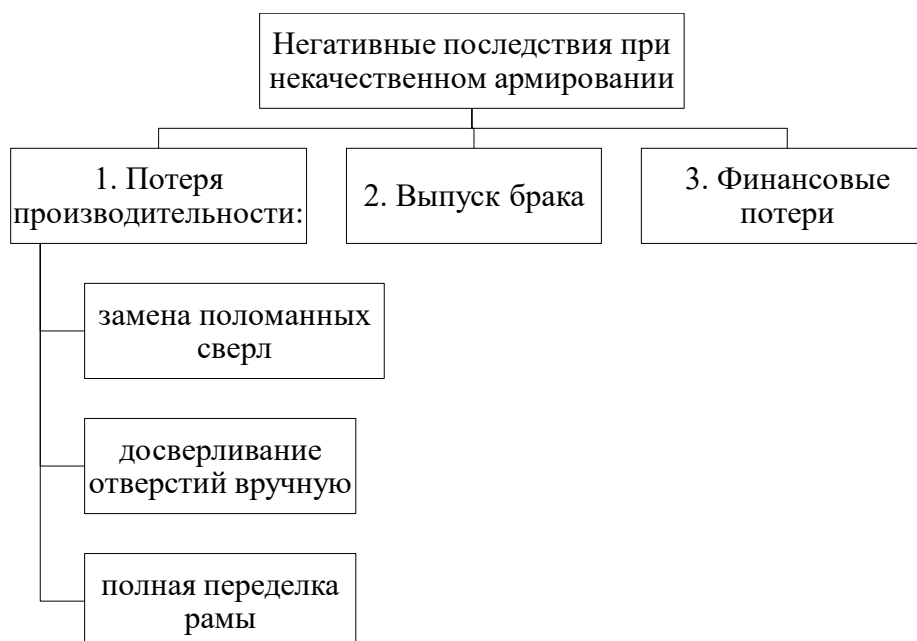


Рисунок 35 – Негативные последствия некачественного армирования при производстве продукции

Рассмотрев основные причины появления брака вследствие использования некачественного армирования, разработаем основные пути повышения качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век». Данные пути повышения качества продукции представлены на следующем рисунке.

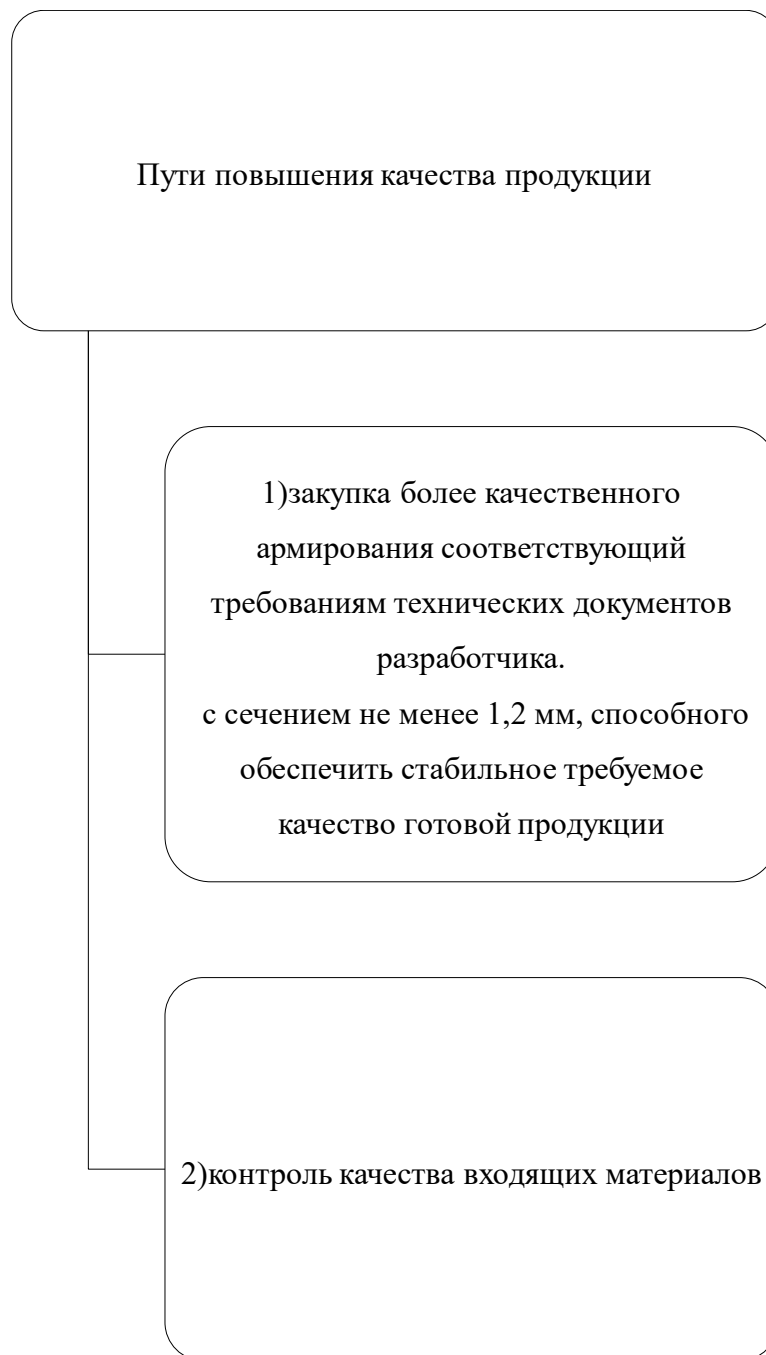
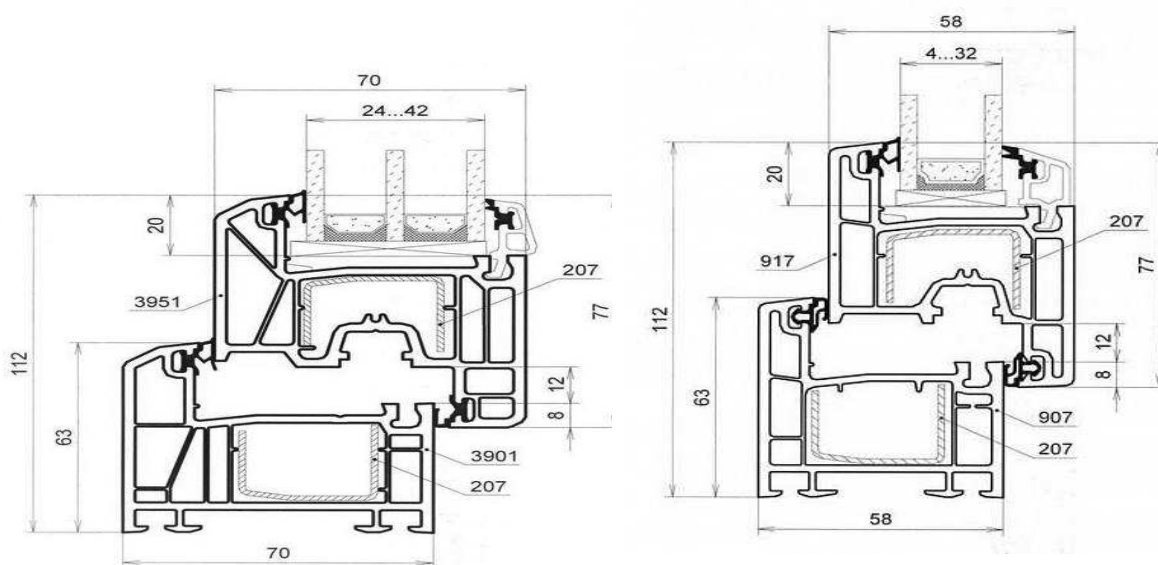


Рисунок 36 – Пути повышения качества продукции на предприятии ООО СК «Сити XXI век»

Реализация указанных мероприятий позволит сократить величину брака, количество рекламаций и снизить производственные затраты.

Для выполнения первого мероприятия при изготовлении пластиковых окон будет использовано армирование с сечением, соответствующим требованиям технических документов разработчика.

Предприятие ООО СК «Сити XXI век» использует пластиковый профиль фирмы КВЕ представлены на рисунке 39.



КВЕ Expert 70

Профиль КВЕ 58

Рисунок 37 – Пластиковые профили используемые предприятием ООО СК «Сити XXI век»

По технической документации рекомендуется использовать профиль армирования П-образный армирующий профиль КВЕ 207 в раму и створку 30,5x24x22x1,2 мм представлен на рисунке 40.

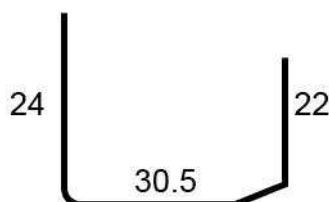


Рисунок 38 – Предлагаемый профиль армирования П-образный КВЕ 207

Стоимость данного профиля армирования представлена для рассмотрения у несколько поставщиков в таблице 17.

Таблица 17 – Анализ стоимости профиля армирования КВЕ 207

| Поставщики | Стоимость руб./пог. м |
|----------------------------|-----------------------|
| ООО ТК «Пилот» | 94,27 |
| ООО «Комплексные поставки» | 102.56 |
| ООО «Евростиль» | 109,63 |

Из таблицы 17 видно, что самая выгодная цена представлена у ООО ТК «Пилот» 94,27 рубля за погонный метр. Для сравнения предприятие ООО СК «Сити XXI век» закупает профиль армирования по цене 88,6 рублей за погонный метр.

3.2 Экономическая оценка разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия

Для прогнозирования результатов деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век» при реализации предложенных мероприятий воспользуемся методами оценки экспертов. Результаты оценок экспертов представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Прогнозируемые показатели повышения эффективности предприятия ООО СК «Сити XXI век» при реализации комплекса мероприятий

| Прогнозируемая оценка | |
|-----------------------|-------------------|
| Объем брака | Кол-во рекламаций |
| 8,8 | 8,5 |

Указанные выше показатели лягут в основу прогнозирования показателей деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век» в случае реализации разработанных выше мероприятий, направленных на повышение качества продукции.

Рассчитаем показатель величины брака в прогнозируемом периоде:

$$ОБ_{2021} = 4013 \cdot (100\% - 8,8\%) = 3660 \text{ тыс. руб.}$$

Таким образом, при реализации мероприятий объем брака снизится до 3660 тыс. руб.

Эффективность мероприятия будет заключаться в экономии, вызванной снижением брака. Величину экономии можно рассчитать по следующей формуле 7:

$$Сэ = Сб - Сп , \quad (7)$$

где $Сэ$ – величина снижения брака;

$Сб$ – величина брака при базисном варианте;

$Сп$ - величина брака при проектном варианте.

Подставив значения получаем:

$$Сэ = 4013 - 3660 = 353 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем относительные показатели экономической эффективности реализации проекта.

Значение относительного показателя экономической эффективности проекта можно определить по формуле 8:

$$Кэ = Сэ / Сб \cdot 100\% , \quad (8)$$

где $Кэ$ – коэффициент эффективности;

$Сэ$ – величина снижения объема брака;

$Сб$ – объем брака при базисном варианте;

Рассчитаем показатель:

$$Кэ = 353 / 4013 \cdot 100\% = 8,8\%$$

Для расчета финансовых результатов предприятия ООО СК «Сити XXI век» с учетом прогноза на 2021 год. Система налогообложения – общая, ставка налога на

Для расчета финансовых результатов предприятия ООО СК «Сити XXI век» с учетом прогноза на 2021 год. Система налогообложения – общая, ставка налога на прибыль – 20 %.

По прогнозам экспертов увеличение объема продаж вырастет на 11,4 % . Себестоимость продукции увеличится на 11,3%.

Рассчитаем основные финансовые показатели после применения мероприятий

Выручка от продаж в 2020 году составила 206 254 тыс. руб, а в 2021 по прогнозным данным составит 235 192 тыс. руб., что на 28 938 тыс. руб., больше чем в предыдущем году. Темп роста составил 125,5% что, заслуживает положительной оценки.

Себестоимость реализованной продукции в 2020 году составила 201 391 тыс. руб, В прогнозном периоде наблюдается рост себестоимости продукции на 27 167 тыс. руб., темпы роста составили 123,3%. Здесь оказало влияние покупка другого профиля армирования.

Рассчитаем объем валовой прибыли в прогнозируемом периоде по формуле 9:

$$ПР_{вал} = В_{ыр} - С, \quad (9)$$

где $ПР_{вал}$ — валовая прибыль;

$В_{ыр}$ — выручка от продаж;

$С$ — себестоимость реализованных продукции (работ, услуг).

$$ПР_{вал} = 235\,192 - 228\,558 = 6\,634 \text{ тыс. руб.}$$

Валовая прибыль составила 6 634 тыс. руб., что на 1771 тыс. руб., больше чем в предыдущем году, что заслуживает положительной оценки.

Рассчитаем чистую прибыль в прогнозируемом периоде по формуле 10:

$$ЧП = ПР_{вал} - СН \quad (10)$$

где $ЧП$ – чистая прибыль;

$ПР_{вал}$ — валовая прибыль;

$СН$ – сумма налогов.

$$\text{ЧП} = 6\ 634 - 1\ 327 = 5\ 307 \text{ тыс. руб.}$$

Чистая прибыль в 2020 году была 4 863, в прогнозируемом периоде составила 5 307 тыс. руб., темп роста 173 %.

Также рассчитаем абсолютное отклонение по выручке по формуле (глава 1).

$$\Delta B = 235\ 192 - 206\ 254 = 28\ 938 \text{ тыс. руб.}$$

Абсолютное отклонение в прогнозируемом периоде составило 28 938 тыс. руб., в 2020 году этот показатель составлял 23 044 тыс. руб. этот показатель отражает рост дохода в стоимостном выражении.

Абсолютное отклонение по темпу роста выручки рассчитаем по формуле 2 (глава 1)

$$\Delta \text{Тр.в} = 235\ 192 / 206\ 254 \cdot 100\% = 114 \%$$

Абсолютное отклонение по темпу роста выручки в прогнозируемом периоде составило 114 %, в 2020 году этот показатель составлял 112 %. Отражает рост дохода в процентном выражении.

Абсолютное отклонение валовой прибыли рассчитываем по формуле 3

(глава 1)

$$\Delta \text{ВП} = 6\ 634 - 4\ 863 = 1\ 771 \text{ тыс. руб.}$$

Абсолютное отклонение валовой прибыли в прогнозируемом периоде составило 1771 тыс. руб., а в 2020 году данный показатель составил 1 021 тыс. руб. Отражает рост валовой прибыли в стоимостном выражении.

Абсолютное отклонение по темпу роста валовой прибыли рассчитаем по формуле 4 (глава 1)

$$\Delta \text{Тр.вп} = 6\ 634 / 4\ 863 \cdot 100\% = 136,4 \%$$

Абсолютное отклонение по темпу роста валовой прибыли в прогнозируемом периоде составило 136,4 % в 2020 году этот показатель составлял 126,6 %. Отражает рост валовой прибыли в процентном выражении.

Абсолютное отклонение прибыли от продаж рассчитываем по формуле 5

(глава 1)

$$\Delta \text{ПП} = 6\ 634 - 4\ 863 = 1\ 771 \text{ тыс. руб.}$$

Абсолютное отклонение прибыли от продаж в прогнозируемом периоде составило 1771 тыс. руб., а в 2020 году данный показатель составил 1 021 тыс. руб.

Абсолютное отклонение по темпу роста прибыли от продаж рассчитываем по формуле 6 (глава 1)

$$\Delta \text{Тр.пп} = 6\,634 / 4\,863 \cdot 100\% = 136,4\%$$

Абсолютное отклонение по темпу роста прибыли от продаж в прогнозируемом периоде составило 136,4 % в 2020 году это показатель составлял 126,6 %.

Полученные данные внесем в таблицу 19 где представлены изменения финансовых результатов предприятия ООО СК «Сити XXI век» после принятых мероприятий.

Таблица 19 – Финансовые результаты предприятия ООО СК «Сити XXI век» с учетом прогноза на 2021 год.

| Наименование показателя, тыс. руб. | 2019 | 2020 | прогноз (2021) | Изменение в абсолютном выражении, тыс. руб. | | Темпы роста по отношению к аналогичным показателям предыдущего года, % | |
|---------------------------------------|---------|---------|----------------|---|----------------|--|----------------|
| | | | | 2020 / 2019 г. | 2021 / 2020 г. | 2020 / 2019 г. | 2021 / 2020 г. |
| Выручка от продаж (нетто) | 183 210 | 206 254 | 235 192 | 23 044 | 28 938 | 112 | 114 |
| Себестоимость реализованной продукции | 179 368 | 201 391 | 228 558 | 22 023 | 27 167 | 112,3 | 113 |
| Валовая прибыль | 3 842 | 4 863 | 6 634 | 1 021 | 1771 | 126,6 | 136,4 |
| Прибыль (убыток) от продаж | 3 842 | 4 863 | 6 634 | 1 021 | 1771 | 126,6 | 136,4 |

Продолжение таблицы 19

| Наименование показателя, тыс. руб. | 2019 | 2020 | прогноз (2021) | Изменение в абсолютном выражении, тыс. руб. | | Темпы роста по отношению к аналогичным показателям предыдущего года, % | |
|------------------------------------|-------|-------|----------------|---|----------------|--|----------------|
| | | | | 2020 / 2019 г. | 2021 / 2020 г. | 2020 / 2019 г. | 2021 / 2020 г. |
| Налог на прибыль | 768 | 973 | 1 327 | 205 | 390 | 122 | 136,3 |
| Чистая прибыль (убыток) | 3 074 | 3 890 | 5 307 | 816 | 1417 | 126 | 136,4 |

Далее, на основе приведенной выше методике, проведем количественную оценку организации и ее основных конкурентов с учетом прогноза.

Таблица 20 – Количественная оценка предприятия ООО СК «Сити XXI век» и ее основных конкурентов в прогнозируемом периоде

| Показатель | ООО СК «Сити XXI век» | ООО «Тандем» | ООО «Евроцвет» | ООО «Профигрупп» |
|----------------------------|-----------------------|--------------|----------------|------------------|
| Ассортимент продукции | 4 | 3 | 5 | 4 |
| Уровень цен | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Сроки производства | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Уровень качества продукции | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Наличие рассрочки | 4 | 4 | 4 | 5 |
| Итого | 21 | 21 | 22 | 21 |

Представим результаты оценки конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» на рисунке 40.

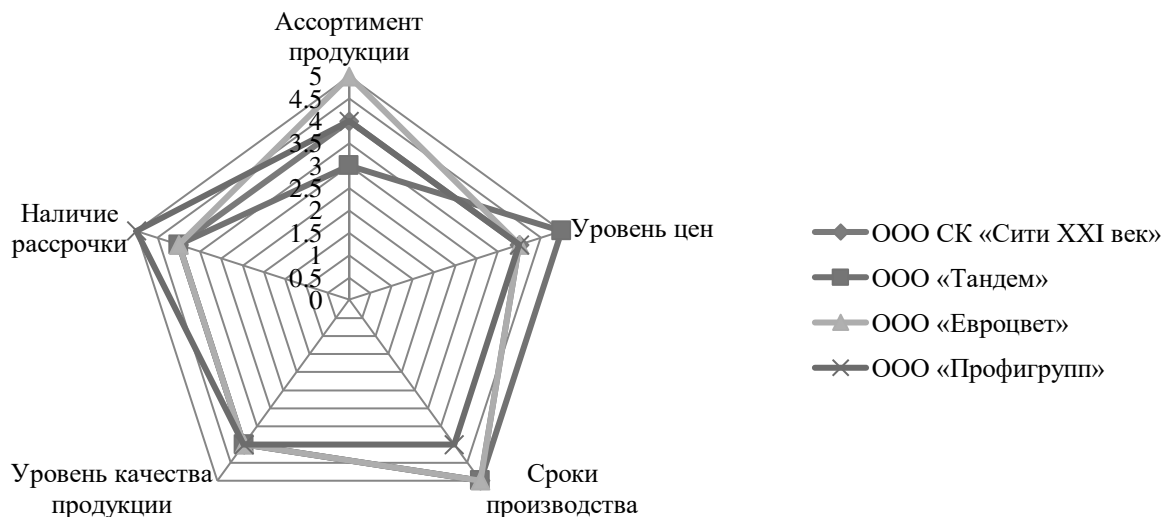


Рисунок 39 – Бальная оценка ООО СК «Сити XXI век» и ее основных конкурентов

До реализации мероприятий по повышению качества продукции были получены следующие выводы: максимальное число баллов имеет предприятие ООО «Евроцвет» (22 балла, лидирует по срокам и ассортименту), по 21 баллу набрали предприятия ООО «Тандем» (лидирует по уровню цен и срокам производства) и ООО «Профигрупп» (лидирует по условиям предоставления рассрочки). Таким образом, до реализации мероприятий анализируемое предприятие ООО СК «Сити XXI век» было наименее конкурентоспособной (20 баллов, слабые места: качество продукции).

Положительной оценки заслуживает укрепление уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет повышения качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака.

На следующем рисунке представлены совокупные результаты реализации предложенных мероприятий.



Рисунок 40 – Качественный и количественный эффект от реализации мероприятий по росту качества продукции на предприятии ООО СК «Сити XXI век»

Таким образом, реализация предложенных мероприятий направлена на повышение уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет роста качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака и заслуживает положительной оценки.

Выводы по третьему разделу

В третьей главе выпускной квалификационной работы были предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

По результатам анализа, проведенного во второй главе работы, было определено, что предприятие ООО СК «Сити XXI век» характеризуется низким уровнем конкурентоспособности, обусловленным наличием проблем в системе обеспечения качества продукции.

Основной причиной брака и снижения качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» является некачественное армирование (34,1%). В связи с этим был разработан ряд рекомендаций, направленных на повышение качества продукции за счет снижения уровня брака по причине некачественного армирования.

Основными причинами появления брака вследствие некачественного армирования являются тонкое армирование и армирование, не соответствующее геометрическим размерам.

Для того, чтобы предложить конкретные пути решения проблем использования некачественного армирования, были рассмотрены рабочие операции, в которых задействовано армирование окна по хронологии технологического процесса.

Рассмотрев основные причины появления брака вследствие использования некачественного армирования, были предложены основные пути повышения качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век»:

- использование армирования с сечением, соответствующим требованиям технических документов разработчика;
- использование армирования, изготовленного у надежного производителя данной продукции, способного обеспечить стабильное требуемое качество;
- контроль качества входящих материалов.

Для прогнозирования результатов деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век» при реализации предложенных мероприятий была использована экспертная оценка.

В качестве экспертов выступили руководители аналогичных предприятий, осуществляющих производство пластиковых окон, которые уже реализовали

комплекс мероприятий по снижению уровня брака по причине использования некачественного армирования при производстве продукции.

Согласно проведенным расчетам, в прогнозном периоде наблюдается рост выручки предприятия ООО СК «Сити XXI век» на 28 938 тыс. руб., темпы роста составили 114%. Положительной оценки заслуживает увеличение темпов роста валовой прибыли со 126,6 % в 2020 году до 136,4 % в 2021 году.

Далее, на основе приведенной выше методике, была проведена количественная оценка организации и ее основных конкурентов с учетом прогноза. Положительной оценки заслуживает укрепление уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет повышения качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий направлена на повышение уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет роста качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака и заслуживает положительной оценки.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведённой работы можно сделать следующие выводы.

В первой главе выпускной квалификационной работы проведен анализ теоретических и методологических аспектов оценки конкурентоспособности предприятия.

Таким образом, по результатам проведенного анализа теоретических аспектов конкурентоспособности предприятия можно отметить, что большое количество существующих подходов к определению понимания категории «конкурентоспособность предприятия» вызывает сложности при установлении сущности данного определения и его основных элементов.

На основе проведенного анализа существующих подходов к определению понятия «конкурентоспособность предприятия» можно сформулировать авторское определение: «конкурентоспособность предприятия представляет собой наличие таких свойств и критериев, которые существенным образом выделяют данное предприятие на существующем рынке и обеспечивают ему возможность длительного и эффективного противостояния существующим конкурентам».

На основании вышесказанного можно сделать вывод, что исследуемая категория «конкурентоспособность» представляет собой емкое, комплексное, многоэлементное понятие. Конкурентоспособность может рассматриваться и применительно к конкретной хозяйственной единице, и применительно к товару или услуге.

Если говорить о конкурентоспособности на уровне предприятия, то в данном случае это означает такую характеристику предприятия, которая позволяет ему иметь более выгодное рыночное положение по сравнению с компаниями-конкурентами за счет выпуска более качественных товаров и продукции, либо оказания услуг за счет эффективного использования имеющихся ресурсов (трудовых, материально-технических и пр.).

Во второй главе выпускной квалификационной работы был проведен анализ конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век». Предприятие

ООО СК «Сити XXI век» работает на строительном рынке города с 2013 года. Основным видом деятельности компании является производство пластиковых окон.

На протяжении рассматриваемого периода наблюдается увеличение выручки предприятия ООО СК «Сити XXI век»: увеличение на 28 073 тыс. руб. за 2019 году и дальнейшее увеличение на 23 044 тыс. руб. за 2020 год. Темпы роста выручки составили 118,1% за 2019 год и 112,6% за 2020 год. Таким образом, несмотря на увеличение выручки в абсолютных единицах, темпы роста выручки снижаются, что заслуживает негативной оценки работы предприятия ООО СК «Сити XXI век».

Валовая прибыль предприятия ООО СК «Сити XXI век» также увеличивается на протяжении рассматриваемого периода: на 1094 тыс. руб. за 2019 год и на 1021 тыс. руб. за 2020 год.

По результатам проведенного анализа рентабельности можно выделить следующие положительные тенденции:

- рост рентабельности продукции;
- рост рентабельности внеоборотных активов;
- рост рентабельности продаж;
- рост рентабельности издержек;
- рост рентабельности производства;
- рост рентабельности основных средств.

Негативные тенденции:

- снижение рентабельности собственного капитала;
- снижение рентабельности оборотных активов;
- снижение рентабельности капитала.

На следующем этапе был проведен стратегический анализ предприятия ООО СК «Сити XXI век».

По результатам проведенного анализа внешней среды предприятия можно сделать вывод, что наибольшее влияние оказывают угрозы (сумма баллов составляет 4,87, а сумма возможностей – 4,17).

В рамках стратегического анализа был проведен SWOT-анализ предприятия. Результаты SWOT-анализа дают количественную оценку важности каждого из мероприятий, реализация которых будет направлена на повышение эффективности деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век». Таким образом, наиболее целесообразным мероприятием является «Повышение конкурентоспособности за счет роста качества продукции» (данная альтернатива набрала 77 баллов).

На следующем этапе исследования был проведен анализ конкурентоспособности предприятия. Основные конкуренты предприятия ООО СК «Сити XXI век» были определены экспертным методом (метод опроса руководства предприятия). К основным конкурентам предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отнести: ООО «Тандем»; ООО «Евроцвет»; ООО «Профигрупп».

Таким образом, исходя из проведенного анализа можно сделать следующие выводы: максимальное число баллов имеет предприятие ООО «Евроцвет» (22 балла, лидирует по срокам и ассортименту), по 21 баллу набрали предприятия ООО «Тандем» (лидирует по уровню цен и срокам производства) и ООО «Профигрупп» (лидирует по условиям предоставления рассрочки).

Анализируемое предприятие ООО СК «Сити XXI век» оказалось наименее конкурентоспособной (20 баллов, слабые места: качество продукции). Из анализа конкурентоспособности видно, что наиболее слабой стороной предприятия ООО СК «Сити XXI век» является недостаточно высокое качество продукции. В результате этого увеличивается объем бракованной продукции.

Заключительным этапом работы стал анализ бракованной продукции. На протяжении рассматриваемого периода происходит увеличение абсолютного размера потерь от брака с 3073 тыс. руб. в 2019 году до 4013 тыс. руб. в 2020 году. Данное увеличение заслуживает негативной оценки.

Говоря о причинах, вызвавших брак и снижающих качество продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век» можно отметить, что большая часть приходится на некачественное армирование (34,1%).

Таким образом, по результатам проведенного анализа можно сделать вывод о низком уровне конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

В третьей главе выпускной квалификационной работы были предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия вследствие наличия проблем в системе обеспечения качества продукции.

По результатам анализа, проведенного во второй главе работы, было определено, что предприятие ООО СК «Сити XXI век» характеризуется низким уровнем конкурентоспособности, обусловленным наличием проблем в системе обеспечения качества продукции.

Рассмотрев основные причины появления брака вследствие использования некачественного армирования, были предложены основные пути повышения качества продукции предприятия ООО СК «Сити XXI век»:

- закупка более качественного профиля армирования соответствующего требованиям технических документов разработчика.

- с сечением не менее 1,2 мм, способного обеспечить стабильное требуемое качество готовой продукции

- контроль качества входящих материалов.

Для прогнозирования результатов деятельности предприятия ООО СК «Сити XXI век» при реализации предложенных мероприятий была использована экспертная оценка.

Согласно проведенным расчетам, в прогнозном периоде наблюдается рост выручки предприятия ООО СК «Сити XXI век» на 28 938 тыс. руб., темпы роста составили 114%. Положительной оценки заслуживает увеличение темпов роста валовой прибыли со 126,6 % в 2020 году до 136,4 % в 2021 году.

Далее, на основе приведенной выше методике, была проведена количественная оценка организации и ее основных конкурентов с учетом прогноза. Положительной оценки заслуживает укрепление уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет повышения качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака.

Таким образом, реализация предложенных мероприятий направлена на повышение уровня конкурентоспособности предприятия ООО СК «Сити XXI век» за счет роста качества продукции, обусловленное реализацией мероприятий по снижению уровня брака и заслуживает положительной оценки.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Аверина, О. И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О. И. Аверина. – М.: КноРус, 2019. – 94 с.
2. Агафонов, В. А. Стратегический менеджмент. Модели и процедуры: Монография / В. А. Агафонов. – М.: Инфра–М, 2019. – 350 с.
3. Акмаева, Р. И. Практикум по курсу «стратегический менеджмент» / Р. И. Акмаева. – М.: Русайнс, 2016. – 189 с.
4. Акмаева, Р. И. Стратегический менеджмент / Р. И. Акмаева. – М.: Русайнс, 2016. – 189 с.
5. Александрова, Е.Н., Ташу А.А. Теоретические аспекты стратегического планирования маркетинга в современных компаниях в России // Экономика: теория и практика. – 2020. – № 1. – С. 55 – 58.
6. Алешина, И.В. Маркетинг для менеджеров: учеб. пособие / И.В. Алешина. – М.: ФАИР–ПРЕСС, 2018. – 456 с.
7. Арустамов, Э.А. Основы бизнеса: учебное пособие / Э.А. Арустамов. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 232 с.
8. Балашов, А.П. Основы менеджмента: учебное пособие / А.П. Балашов. – М.: Вузовский учебник, ИНФРА–М, 2015. – 288 с.
9. Бараненко, С. П. Стратегический менеджмент / С. П. Бараненко. – М.: Центрполиграф, 2019. – 480 с.
10. Баринов, В. А. Стратегический менеджмент : учебник. / В. А. Баринов, В. Л. Харченко. – М.: Инфра–М, 2017. – 289 с.
11. Баронин, С.А. Основы менеджмента, планирования и контроллинга в недвижимости: учебное пособие / С.А. Баронин. – М.: НИЦ ИНФРА–М, 2018. – 160 с.
12. Басовский, Л. Е. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский и др. – М.: Инфра–М, 2018. – 80 с. – ISBN 978-5-16-005115-4. – Текст: непосредственный.

13. Белик, И. А. Стратегия диверсификация. понятие, сущность и основные виды диверсификации / И. А. Белик // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 12–3. – С. 616–620.
14. Белоущенко, Я. А. Теоретические аспекты стратегии диверсификации в современных условиях хозяйствования / Я. А. Белоущенко // Экономика и предпринимательство. – 2019. – № 4. – С. 882–885.
15. Белоус, Е.В. Антикризисное управление: зарубежный опыт и отечественная практика / Е. В. Научный журнал НИУ ИТМО. – 2018. – № 3. – С.77–84.
16. Бесходарный, А.А. Эффективность управления маркетингом: методика оценки // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 1. – С. 44–47.
17. Болотова, А.А., Карпунина Е.К. Роль и место маркетинговой стратегии продвижения товара в системе развития современного предприятия // Социально–экономические явления и процессы. – 2017. – № 4. – С. 36–38.
18. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность. Организация и управление: учебное пособие / Р.И. Бунеева. – М.: Феникс, 2016. – 352 с.
19. Бурцев, В. В. Сбытовая и маркетинговая деятельность. Типовые должностные инструкции, внутрифирменные документы / В.В. Бурцев. – М.: Экзамен, 2019. – 224 с.
20. Буньковский, Д. В. Стратегии диверсификации и сокращения в промышленном предпринимательстве / Д. В. Буньковский // Научный дайджест Восточно–Сибирского института МВД России. – 2020. – № 1. – С. 98–102.
21. Бусарина, Ю.В., Карасиков А.В. Разработка маркетингового механизма управления отношениями с потребителями // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2017. – № 3. – С. 284–291.
22. Веселков, С. Н. Стратегический менеджмент. Успешное управление бизнесом в России : учебно–практическое пособие / С. Н. Веселков, Ю. А. Цыпкин. – М.: Юнити, 2019. – 606 с.
23. Волкогонова, О. Д. Стратегический менеджмент : учебник / О. Д. Волкогонова, А. Т. Зуб. – М.: Форум, 2016. – 240 с.

24. Володина, О. А. Стратегический и инновационный менеджмент : учебное пособие / О. А. Володина. – М.: Academia, 2019. – 446 с.
25. Голубков, Е. П. Стратегический менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. П. Голубков. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 290 с.
26. Горлов, Д. М. Разработка стратегии и диверсификация деятельности организации / Д. М. Горлов // Финансовая экономика. – 2019. – № 4. – С. 164–166.
27. Гуськов, Ю.В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Ю.В. Гуськов. – М.: Альфа–М, 2019. – 448 с.
28. Дамодаран, А. Стратегический риск–менеджмент: принципы и методики / А. Дамодаран. – М.: Вильямс И.Д., 2017. – 496 с.
29. Демидов, В.С. Повышение эффективности управления сбытовой политики предприятия / В.С. Демидов // Маркетинг, Реклама и Сбыт. – 2017.–№ 3.–С.32–33.
30. Демихова, А.С., Ольнева Т.Г., Ляпунова А.Н. Анализ в стратегическом маркетинге // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. – 2015. – № 8. – С. 392–396.
31. Дудин, М. Н. Стратегический менеджмент (для бакалавров): учебное пособие / М. Н. Дудин, Н. В. Лясников и др. – М.: КноРус, 2017. – 96 с.
32. Егоршин, А. П. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. П. Егоршин, И. В. Гуськова. – М.: Инфра–М, 2018. – 240 с.
33. Жидкова, Л. С. Стратегии диверсификации как один из способов развития организации / Л. С. Жидкова // Аллея науки. – 2019. – № 1. – С. 197–200.
34. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Магистр, 2017. – 960 с.
35. Зимина, И.П. Роль маркетинга в управлении современным бизнесом // Управленческие науки. – 2015. – № 1. – С. 48–51.
36. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент : учебник и практикум / А.Т. Зуб. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 375 с.
37. Зубкова, А. Г. Стратегический менеджмент : учебник / А. Г. Зубкова. – М.: Academia, 2018. – 576 с.

38. Иевлева, Н.В. Аспекты формирования методического инструментария управления эффективностью предпринимательской деятельности // Инновационное развитие экономики. – 2015. – № 5. – С. 13–16.
39. Качкова, О. Е. Экономический анализ хозяйственной деятельности (для бакалавров) / О. Е. Качкова, М. В. Косолапова, В. А. Свободин. – М.: КноРус, 2019. – 288 с. – ISBN 978-5-406-04696-8. – Текст: непосредственный.
40. Кондрашова, А. В. Стратегия диверсификации как направление улучшения экономической эффективности деятельности фирмы / А. В. Кондрашова // Colloquium–journal.– 2019. – № 5. – С. 38–40.
41. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы / Ф. Котлер. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 132 с.
42. Крымов, С. М. Стратегический менеджмент / С. М. Крымов. – М.: Academia, 2017. – 48 с.
43. Кузнецов, Б. Т. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Б. Т. Кузнецов. – М. : Юнити, 2018. – 623 с.
44. Купцов, М. М. Стратегический менеджмент : учебное пособие / М. М. Купцов. – М.: Риор, 2017. – 640 с.
45. Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. В. Курлыкова. – М.: Риор, 2018. – 430 с.
46. Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А.В. Курлыкова. – М.: Риор, 2018. – 144 с.
47. Лапыгин, Ю. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие / Ю. Н. Лапыгин. – М.: Инфра–М, 2018. – 400 с.
48. Литвак, Б. Г. Стратегический менеджмент : учебник / Б. Г. Литвак. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 507 с.
49. Малюк, В. И. Стратегический менеджмент. организация стратегического развития : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. И. Малюк. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 361 с.

50. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций : учебное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – М.: Инфра–М, 2017. – 720 с. – ISBN 978-5-16-500045-4. – Текст: непосредственный.
51. Молчанова, О. П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций : учебник для бакалавриата и магистратуры / О. П. Молчанова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 261 с.
52. Мостова, В.Д. Особенности стратегического развития хозяйствующих структур на основе маркетингового подхода // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2015. – № 1. – С. 76–79.
53. Нестерова, М.М., Марченко Т.И. Роль оценки конкурентов в процессе разработки маркетинговой стратегии // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2018. – № 14. – С. 197–199.
54. Носова, С С. Стратегический менеджмент / С. С. Носова. – М.: Русайнс, 2018. – 176 с.
55. Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2017. – 448 с.
56. Питюков С. В. Стратегия диверсификации как инструмент менеджмента / С.В. Питюков // Материалы V Международного форума. – 2019. – С. № 8. 357–363.
57. Родионова, В. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. Н. Родионова. – М.: Риор, 2018. – 256 с.
58. Рыбак, А.И., Данилюк Е.В. Использование маркетинговой стратегии в товарно–инновационной политике организации // Восточно–Европейский журнал передовых технологий. – 2018. – № 10. – С. 30–33.
59. Фомичев, А. Н. Стратегический менеджмент : учебник для вузов / А. Н. Фомичев. – М.: Дашков и К, 2016. – 468 с.
60. Савченко, А. Б. Стратегический менеджмент : учебное пособие / А. Б. Савченко. – М.: Риор, 2019. – 440 с.
61. Сидоров, М. Н. Стратегический менеджмент : учебник для прикладного бакалавриата / М. Н. Сидоров. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 145 с.

62. Сун, В. Экономическая сущность стратегического планирования маркетинга как элемента системы управления предприятием // Наука и бизнес: пути развития. – 2019. – № 7. – С. 51–53.
63. Толстяков, Р.Р., Гучетль Р.Г. Детерминанты маркетинговой деятельности в рамках бизнес-ориентации предприятия // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 7. – С. 69–75.
64. Федорова, Е.А. Финансовая среда предпринимательства и риски: учебник / Е.А. Федорова. – М.: КноРус – Москва, 2019. – 366 с.
65. Фомичева, Е. В. Стратегия диверсификации как фактор управления риском в промышленности современной России / Е. В. Фомичева // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2020. – № 1. – С. 31–36.
66. Фролова, Н.А. Выбор стратегии маркетинга предприятия на рынке // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2017. – № 10. – С. 80–82.
67. Череданова, Л.Н. Основы экономики и предпринимательства: учебное пособие / Л.Н. Череданова. – М.: Академия, 2012. – 224 с.
68. Царев, В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий: учебник / В.В. Царев, А.А. Кантарович. – М.: Юнити–Дана, 2019. – 800 с.
69. Устав предприятия ООО СК «Сити XXI век».
70. Штатное расписание.
71. Положения о структурных подразделениях.
72. Должностные обязанности работников.
73. Внутренний трудовой распорядок.
74. Бухгалтерский баланс предприятия ООО СК «Сити XXI век».
75. Положения о структурных подразделениях ООО СК «Сити XXI век».
76. Должностные обязанности работников ООО СК «Сити XXI век».
77. Внутренний трудовой распорядок ООО СК «Сити XXI век».
78. Внутренний регламент деятельности ООО СК «Сити XXI век».
79. Бухгалтерский баланс ООО СК «Сити XXI век».

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский баланс ООО СК «Сити XXI век»

Бухгалтерский баланс
на 31 декабря 2020 г.

| | | | | | |
|---|--|--------------------------|------------|----|------|
| | | | | | |
| Организация | Общество с ограниченной ответственностью "СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ "СИТИ XXI ВЕК" | Дата (число, месяц, год) | 31 | 12 | 2020 |
| Идентификационный номер налогоплательщика | | По ОКПО | 21639290 | | |
| Вид экономической деятельности | Работы по монтажу стальных строительных конструкций | ИНН по ОКВЭД 2 | 7460009887 | | |
| Организационно-правовая форма / форма собственности | Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность | по ОКФС/ОКФС | 43.99.5 | | |
| Единица измерения: тыс. руб. | | по ОКЕИ | 12300 | 16 | |
| Местонахождение (адрес) | 454010, Челябинская обл, Челябинск г, Гагарина ул, д. № 9, оф. 422 | | | | |
| | | | Коды | | |
| | | | 0710001 | | |
| | | | 384 | | |

| Пояснения | Наименование показателя | Код строки | На 31 декабря 2020 г. ¹ | На 31 декабря 2019 г. ² | На 31 декабря 2018 г. ³ |
|-----------|--|------------|------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| | | | | | |
| | АКТИВ | | | | |
| | Материальные внеоборотные активы ⁴ | 1150 | 2 078 | 3 579 | 5 136 |
| | Нематериальные, финансовые и другие внеоборотные активы ⁵ | 1170 | - | - | - |
| | Запасы | 1210 | 3 079 | 33 220 | 17 513 |
| | Денежные средства и денежные эквиваленты | 1250 | 36 | 57 | 292 |
| | Финансовые и другие оборотные активы ⁶ | 1230 | 58 374 | 42 835 | 20 825 |
| | БАЛАНС | 1600 | 63 566 | 79 691 | 43 766 |
| | ПАССИВ | | | | |
| | Капитал и резервы ¹⁰ | 1300 | 10 221 | 7 758 | 6 454 |
| | Долгосрочные заемные средства | 1410 | - | - | - |
| | Другие долгосрочные обязательства | 1450 | 995 | 2 431 | - |
| | Краткосрочные заемные средства | 1510 | 21 534 | 22 061 | 14 349 |
| | Кредиторская задолженность | 1520 | 30 817 | 47 442 | 22 963 |
| | Другие краткосрочные обязательства | 1550 | - | - | - |
| | БАЛАНС | 1700 | 63 566 | 79 691 | 43 766 |

Руководитель _____ Шерстнева Е.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

"29" марта 2021 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчет о финансовых результатах ООО СК «Сити XXI век»

Отчет о финансовых результатах
за 2020 г.

| | | | | |
|---|--|--------------------------|------------|---------|
| | | | | Коды |
| Организация | Общество с ограниченной ответственностью "СТРОИТЕЛЬНАЯ КОМПАНИЯ "СИТИ XXI ВЕК" | Дата (число, месяц, год) | 07.10.2020 | 0710002 |
| Идентификационный номер налогоплательщика | | По ОКПО | 21639290 | |
| Вид экономической деятельности | Работы по монтажу стальных строительных конструкций | ИНН | 7460009887 | |
| Организационно-правовая форма / форма собственности | Общества с ограниченной ответственностью / Частная собственность | по ОКВЭД 2 | 43.99.5 | |
| Единица измерения: тыс. руб. | | по ОКПФ/ОКФС | 12300 | 16 |
| | | по ОКЕИ | | 384 |

| Пояснения | Наименование показателя | Код строки | На 2020 г. ¹ | На 2019 г. ² |
|-----------|--|------------|-------------------------|-------------------------|
| | Выручка ⁷ | 2110 | 206 254 | 183 210 |
| | Расходы по обычной деятельности ⁸ | 2120 | (201 391) | (179 368) |
| | Проценты к уплате | 2330 | (1 489) | (1 713) |
| | Прочие доходы | 2340 | 913 | 139 |
| | Прочие расходы | 2350 | (1 166) | (524) |
| | Налог на прибыль (доходы) ⁹ | 2410 | (658) | (436) |
| | Чистая прибыль (убыток) | 2400 | 2 463 | 1 308 |

Руководитель Шерстнева Е.А.
(подпись) (расшифровка подписи)

" 29 " марта 2021 г.

Примечания

1. Указывается отчетный год.
2. Указывается предыдущий год.
3. Указывается год, предшествующий предыдущему.
4. Включая основные средства, незавершенные капитальные вложения в основные средства.
5. Включая результаты исследований и разработок, незавершенные вложения в нематериальные активы, исследования и разработки, отложенные налоговые активы.
6. Включая дебиторскую задолженность.
7. За минусом налога на добавленную стоимость, акцизов.
8. Включая себестоимость продаж, коммерческие и управленческие расходы.
9. Включая текущий налог на прибыль, изменение отложенных налоговых обязательств и активов.

Документ подписан электронной подписью
Оператор ЭДО ООО "Компания "Тензор"
Электронный документ 6242a2a2-cc6f-4d33-8b3d-360863b3e67b

ООО "СК "СИТИ XXI ВЕК", Шерстнева Екатерина Александровна, Генеральный директор
29.03.2021 10:45 (MSK), Сертификат № 01D722316E89EF2000000006381D0002

Декларация ИФНС России по Ленинскому району г. Челябинска, Горенбург Елена
Алексеевна, Начальник инспекции
29.03.2021 20:38 (MSK), Сертификат № 4E955E00CAACA4914BA9E3183F9DD1AE