

Содержание

Введение.....	3
1 Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.....	4
1.1 Сущность конкуренции и конкурентоспособности организации.....	4
1.2 Факторы конкурентоспособности организации.....	6
1.3 Методика оценки конкурентоспособности организации.....	8
2 Анализ конкурентоспособности организации ООО «Контакт».....	11
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Контакт».....	11
2.2 Анализ внешней и внутренней среды ООО «Контакт».....	14
2.3 Оценка конкурентоспособности ООО «Контакт».....	16
Заключение.....	22
Список использованных источников.....	23
Приложения.....	24

Введение

Основой рыночной экономики является понятие конкуренции как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. Повышение уровня организации всех ключевых структур предприятия, занимающихся вопросами реализации продукции и оказанием услуг, расценивается в настоящее время как решающее условие роста его конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках.

В рыночных условиях особое значение приобретает повышение конкурентоспособности организации. Проблемы достижения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов не могут быть оптимально решены без учета особенностей развития конкретной отрасли народного хозяйства.

Конкурентоспособность - сравнительная характеристика товаров, содержащая комплексную оценку всей совокупности его качественных и экономических свойств относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара. Проблема конкурентоспособности носит универсальный, всемирный характер.

В последние годы, как в теории, так и на практике все больше уделяется внимания необходимости комплексного решения проблемы развития конкуренции, и повышения конкурентоспособности торговых организаций.

Актуальность этой проблемы обусловлена тем, что успех хозяйствующего субъекта напрямую зависит от достижения конкурентоспособности и реализации конкурентных подходов, обеспечивающих его устойчивое рыночное положение.

Цель исследования - рассмотреть возможности повышения конкурентоспособности организации ООО «Контакт» на строительном рынке.

Для этого необходимо решить следующие задачи:

- 1) Изучить теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики;
- 2) Провести анализ и дать оценку конкурентоспособности организации ООО «Контакт».

Объект исследования: организация ООО «Контакт», занимающаяся производством общестроительных работ.

Предмет исследования: возможности повышения конкурентоспособности организации ООО «Контакт».

В процессе написания данной работы использовались следующие методы исследования: анализ литературных источников, сравнительно-сопоставительный метод, обобщения, описания, расчетно-аналитический и другие методы научного познания.

1 Теоретические основы конкуренции и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики

1.1 Сущность конкуренции и конкурентоспособности организации

Важнейшим фактором в рыночной экономике является дух соперничества, который в значительной степени определяет формы хозяйственной деятельности людей и наиболее ярко проявляется в такой экономической категории, как конкуренция. Наиболее целостные теоретические положения о движущих силах конкурентной борьбы сформулировали только в середине XVIII века ученые классической политической экономики, которые рассматривали конкуренцию как нечто само собой разумеющееся, пронизывающее все отрасли экономики и ограничиваемое только субъективными причинами.

Конкуренция в переводе с латинского означает «сталкиваться, соперничать», и трактуется как борьба, соперничество в какой-либо области с получением какой-либо выгоды [2, с. 98]. Конкуренция возникает в том случае, если на одном и том же рынке продается много близких по своим потребительским свойствам товаров, и обязывает фирмы создавать конкурентоспособный товар или предоставлять конкурентоспособную услугу.

Средство конкуренции - это товары и услуги, с помощью которых соперничающие фирмы стремятся завоевать признание и получить деньги потребителя. Конкуренция базируется на двух процессах: соперничестве и удовлетворении потребностей. Рыночный механизм предложения и спроса доводит пожелания потребителей до предприятий-изготовителей продукции, а через них до поставщиков ресурсов.

В современной рыночной экономике можно выделить шесть основных функций конкуренции: регулируемую; аллокационную; инновационную; адаптационную; распределительную; контролируемую.

Регулирующая функция заключается в воздействии конкуренции на предложение и скрытое за ним производство благ в целях установления их оптимального соответствия спросу (потреблению).

Аллокационная функция конкуренции, называемая иначе функцией размещения (от англ. allocation - размещение), выражается в эффективном размещении самих факторов производства (в первую очередь труда, земли и капитала) в местах (хозяйственных организациях и регионах), где их применение обеспечивает наибольшую отдачу.

Инновационная функция конкуренции обнаруживается в различных проявлениях новаторства (нововведений), опирающихся на достижения научно-технического прогресса и предопределяющих динамизм фактического развития субъектов рыночной экономики.

Адаптационная функция нацелена на рациональное приспособление предприятий (фирм) к условиям внутренней и внешней среды, что позволяет им

переходить от простого самосохранения (экономического выживания) к экспансии (расширению) сфер хозяйственной деятельности.

Распределительная функция конкуренции оказывает прямое и косвенное воздействие на распределение суммарного объема произведенных благ (валового национального продукта) среди потребителей.

И, наконец, контролирующая функция конкуренции призвана не допустить установления монополистического диктата одних агентов рынка над другими [4, с. 592].

Существует диалектическая связь конкуренции и конкурентоспособности - одно вытекает из другого. Конкурентоспособность - способность определённого объекта или субъекта превзойти конкурентов в заданных условиях. Также конкурентоспособность определяют, как свойство субъекта, указывающее на его способность выдерживать конкуренцию с себе подобными, на его способность совершать конкурентные действия и др. [8, с. 65].

Естественно, что категории «конкуренция» и «конкурентоспособность» должны относиться к фиксированному периоду времени и конкретному рынку. В настоящее время существует множество определений конкурентоспособности как в нашей стране, так и за рубежом. Рассмотрим некоторые из них (таблица 1).

Таблица 1 - Определение понятия «конкурентоспособность»

Автор	Содержание определения
Портер М.	Конкурентоспособность – свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [1, с. 67].
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 [13, с. 28].
Жан-Жак Ламбен	Конкурентоспособность фирмы - ее способность удовлетворять нужды потребителей лучше, чем это делают ее конкуренты [11, с. 36].
Фатхутдинов Р.А.	Конкурентоспособность объекта - это его способность конкурировать (управлять своими конкурентными преимуществами, соперничать) с аналогичными объектами на данном рынке в данное время. [10, с. 38]
Юданов А.Ю.	Конкурентоспособностью продукта (товара) называется степень притягательности данного продукта для совершающего реальную покупку потребителя [9, с. 42].

Отсюда можно сделать вывод, что суть конкурентоспособности состоит в улучшении или сохранении позиции организации на рынке, что достигается благодаря отличию поставляемых товаров от товаров-конкурентов как по степени соответствия конкретной потребности клиентов, так и по затратам на ее удовлетворение.

С момента своего создания и в течение всей жизни любая промышленная фирма, любой товаропроизводитель поставлены перед необходимостью решения жизненно важной для них проблемы конкурентоспособности. Экономика большинства стран мира глубоко втянута в мирохозяйственные связи, а национальный рынок, его требования в возрастающей мере формируются под

активным воздействием мирового рынка и международной конкуренции. В соответствии с рисунком 1, конкурентоспособность - это многоликая экономическая категория, которая может рассматриваться на нескольких уровнях.



Рисунок 1 - Иерархия уровней конкурентоспособности

Учитывая, что конкурентоспособность предприятия - это его способность выдерживать конкуренцию на определенном рынке, исходной категорией для оценки является рынок товаров и услуг. Возникает проблема количественной оценки конкурентоспособности. В этом случае мы сталкиваемся со сравнительной оценкой, которая в научной литературе получила название «уровень конкурентоспособности», под которой понимается степень превосходства одного объекта над другим в условиях конкуренции, предполагающей наличие большого количества соперников (по отношению к ним и определяется степень превосходства) [5].

Таким образом, конкуренция и конкурентоспособность в настоящее время являются главным содержанием функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах, ключевыми категориями в общей схеме категорий рыночного хозяйства.

1.2 Факторы конкурентоспособности организации

Факторы конкурентоспособности - это те явления и процессы производственно-хозяйственной деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величины затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности организации. Факторы могут изменять конкурентоспособность организации в сторону повышения и в сторону уменьшения.

Внутренние факторы - объективные критерии, которые определяют возможности организации по обеспечению собственной конкурентоспособности.

К внутренним факторам можно отнести:

- потенциал маркетинговых служб;
- научно-технический потенциал;
- производственно-технологический потенциал;
- финансово-экономический потенциал;
- кадровый потенциал (структура, профессионально-квалифицированный состав);
- эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта;
- уровень материально-технического обеспечения;
- условия хранения, транспортировки, упаковки продукции;
- уровень осуществляемых погрузочно-разгрузочных работ и транспортных услуг в соответствии с требованиями;
- подготовка и разработка производственных процессов, выбор оптимальной технологии производства;
- эффективность производственного контроля, испытаний, обследований;
- уровень технического обслуживания в постпроизводственный период;
- уровень сервисного и гарантийного обслуживания.

Внешние факторы - социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создать продукцию, которая по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательна.

Под внешними факторами следует понимать:

- меры государственного воздействия: экономического характера (амортизационную, налоговую, финансово-кредитную политику);
- административного характера (совершенствование и реализацию законодательных актов, демонополизацию экономики, государственную систему стандартизации и сертификации);
- основные характеристики самого рынка деятельности данной организации (его тип и емкость, наличие и возможности конкурентов);
- деятельность общественных и негосударственных институтов;
- деятельность политических партий, движений, блоков, формирующих социально-экономическую обстановку в стране.

Также конкурентоспособность организации складывается из следующих факторов:

- ресурсного – затраты ресурсов на единицу готовой продукции;
- ценового – уровень и динамика цен на все используемые ресурсы и готовую продукцию;
- «фактора среды» – в данный фактор входят: экономическая и политическая обстановка в стране и степень воздействия государства на рыночного контрагента [7].

Таким образом, рассмотрев факторы внешнего окружения и внутренней среды, можно предположить, что конкурентоспособность организации представляет собой совокупность, с одной стороны, характеристик самой организации, а с другой, - характеристик внешних факторов, влияющих на него.

1.3 Методика оценки конкурентоспособности организации

В настоящее время методология и методика проведения оценки не являются достаточно разработанными. Сложность категории конкурентоспособности обуславливается многообразием подходов к ее оценке.

Среди основных методов анализа в экономической литературе выделяются следующие:

- горизонтальный анализ, или анализ тенденций, при котором показатели сравниваются с такими же за другие периоды;
- вертикальный анализ, при котором исследуется структура показателей путем постепенного спуска на более низкий уровень детализации;
- факторный анализ – анализ влияния отдельных элементов конкурентоспособности предприятия на общие экономические показатели;
- сравнительный анализ - сравнение исследуемых показателей с аналогичными среднеотраслевыми или с аналогичными показателями конкурентов.

Как правило, в экономической литературе также выделяются следующие методы оценки конкурентоспособности предприятия: оценка с позиции сравнительных преимуществ; оценка с позиции теории равновесия; оценка исходя из теории эффективности конкуренции; оценка на базе качества продукции; профиль требований; профиль полярностей; матричный метод; SWOT – анализ; построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности» [9, с. 65].

Оценка с позиции сравнительных преимуществ заключается в том, что в основе большинства подходов к оценке конкурентоспособности на отраслевом уровне лежит классическая теория международного разделения труда. В соответствии с законом сравнительных преимуществ, страна специализируется на производстве и экспорте тех товаров, которые ей обходятся относительно дешевле, и импорте тех, которые в других странах сравнительно дешевле, чем внутри страны. Исходя из методологии сравнительных преимуществ, дать оценку конкурентоспособности фирмы-экспортера в общем виде затруднительно,

поскольку имеющиеся преимущества характеризуют конкурентоспособность не только конкретной фирмы, но и всей отрасли.

Методы оценки конкурентоспособности производителя на основе теории равновесия и факторов производства могут использоваться в отношении фирм и отраслей. В основе теории эффективной конкуренции находится разработка критерия для признания имеющегося в отрасли уровня конкуренции достаточным для поддержания высокой эффективности хозяйственной деятельности.

Основным инструментом анализа конкурентоспособности отрасли становится сопоставление положения компаний, входящих в отрасль, с конкурирующими фирмами на базе показателей, которые применяются в отношении отдельной фирмы.

В рамках этой теории существует два основных подхода к определению критерия эффективной конкуренции (конкурентоспособности): структурный и функциональный.

Согласно структурному подходу, оценка положения может быть сделана исходя из знания уровня монополизации отрасли, т. е. концентрации производства и капитала, и барьеров для вновь вступающих на отраслевой рынок компаний.

Изучение конкурентоспособности производителя на базе теории качества товара. Субъективная оценка качества, как правило, дается отдельным потребителем, исходя из его собственных требований, предъявляемых к товару. Более взвешенная оценка - учет мнения большого круга потребителей данного товара. Объективный подход к оценке качества предполагает сравнение товара рассматриваемого продуцента с аналогичным изделием фирмы или отрасли-конкурента. Оценка конкурентоспособности производителя по качеству продукции осуществляется «методом профилей».

Профиль требований - сущность данного метода заключается в том, что с помощью шкалы экспертных оценок определяется степень продвижения организации и наиболее сильный конкурент. В качестве критерия используется сопоставление профилей.

Профиль полярностей - в основе данного метода лежит определение показателей, по которым фирма опережает или отстает от конкурентов, т. е. ее сильных и слабых сторон. В качестве критерия используется сопоставление параметров опережения или отставания. В таблице 2 приведен возможный профиль полярностей:

Таблица 2 - Возможный профиль полярностей

Позитив	Негатив
У нас имеется четкая организационная структура	У них более рациональная организационная структура
У нас продумана система управления	У них система управления позволяет быстрее решать вопросы и проблемы
У нас хорошо поставлено планирование	У них информация о рынке поступает более оперативно

Матричные методы изучения занимают особое место в оценке уровня конкурентоспособности. Они основаны на идее рассмотрения процессов

конкуренции в динамике. Теоретической базой этих методов служит концепция жизненного цикла товара и технологии.

Главным инструментом исследования служит матрица, построенная с использованием двух показателей, один из которых является временным. По вертикали отмечаются темпы роста емкости рынка в линейном масштабе, а по горизонтали - относительная доля продуцента на рынке в логарифмическом масштабе. Все стратегические единицы бизнеса могут быть расположены на этой матрице в зависимости от своих характеристик и условий рынка. Наиболее конкурентоспособными будут те, которые занимают значительную долю на быстрорастущем рынке.

SWOT-анализ - данный метод позволяет проанализировать слабые и сильные стороны внутренней среды предприятия, потенциальные опасности внешней среды и на основе анализа выявить существующие возможности для развития предприятий.

Построение «гипотетического многоугольника конкурентоспособности» - данный метод предполагает оценку конкурентоспособности предприятия по восьми факторам.

Еще одним эффективным методом оценки конкурентоспособности является метод экспертных оценок. Данный метод основан на обобщении мнений специалистов-экспертов о вероятностях риска. Интуитивные характеристики, основанные на знаниях и опыте эксперта, дают в ряде случаев достаточно точные оценки [6].

Таким образом, все вышеперечисленные методы не содержат простых и однозначных критериев, которые позволяли бы дать оценку конкурентоспособности. Однако такое разнообразие позволяет сделать анализ конкурентоспособности организации по различным аспектам и в соответствии с полученными результатами разработать мероприятия по ее совершенствованию.

В заключение первой главы отметим, что в экономической литературе еще не выработаны единое понятие «конкурентоспособность» и методы оценки ее уровня. Определенное разнообразие авторских позиций связано с тем, что понятие конкурентоспособности сложно и многогранно, а также в каком масштабе рассматривается конкуренция производителей - на национальном, региональном или мировом рынках, а также различия в исходных позициях экономистов.

На конкурентоспособность оказывают влияние многочисленные факторы, которые могут изменять конкурентоспособность организации, как в лучшую, так и в худшую сторону. Определить степень влияния этих факторов позволяет методика оценки конкурентоспособности, разработанная отечественными и зарубежными учеными. Классификация методов оценки конкурентоспособности производителя в известной мере условна, в силу того, что используемые на практике методы могут опираться одновременно на несколько подходов.

2 Анализ конкурентоспособности организации ООО «Контакт»

2.1 Общая характеристика ООО «Контакт»

19 января 1990 г. решением исполнительного комитета Ключевского районного Совета народных депутатов Алтайского края №11/1 был создан производственно-строительный кооператив «Контакт» при Ключевском райисполкоме по строительству жилья населению.

8 января 1992 г. на основании заявления трудового коллектива кооператива «Контакт» о реорганизации кооператива в частное предприятие Администрацией Ключевского района Алтайского края было принято постановление №1 о прекращении деятельности кооператива «Контакт» и регистрации частного производственно-строительного предприятия «Контакт» Павлова С.С.

13 сентября 1999 г. ЧПСП «Контакт» было преобразовано в общество с ограниченной ответственностью «Контакт» с видом деятельности – общестроительные работы, единственным учредителем которого является Павлов С.С.

За период деятельности ООО «Контакт» построено и введено в эксплуатацию:

- реконструкция стадиона в с. Ключи на 1600 м;
- реконструкция орошаемых участков в СПК «Истимисское», СХА ПЗ «Шумановский», ОПХ Целинное, ГПЗ «Родинский» Родинский район;
- текущий ремонт многочисленных объектов Ключевского района.

Компания ООО «Контакт» зарегистрирована 9 января 1992 года регистратором Межрайонная инспекция министерства РФ по налогам и сборам № 10 по Алтайскому краю. ООО «Контакт» находится по адресу 658980, Алтайский край, Ключевский район, с. Ключи, ул. Делегатская, д. 20. Организации присвоен ИНН 2248003681, ОГРН 1022202314650.

Предприятие является юридическим лицом, имеет самостоятельный баланс, расчетный и иные счета в учреждениях банков, фирменное наименование и другие атрибуты юридического лица.

Компания ООО «Контакт» осуществляет следующие виды деятельности (в соответствии с кодами ОКВЭД, указанными при регистрации):

1) Основной вид деятельности:

45.21 Производство общестроительных работ.

2) Дополнительные виды деятельности:

20.30.1 Производство деревянных строительных конструкций и столярных изделий;

26.63 Производство товарного бетона.

Компания работает в следующих отраслях промышленности (в соответствии с классификатором ОКОНХ):

- Строительство;

- Общестроительные и специализированные организации, осуществляющие строительные, монтажные и другие работы подрядным и хозяйственным способом;
- Организации, выполняющие работы подрядным способом;
- Специализированные организации, осуществляющие различные виды деятельности;
- Специализированные организации, осуществляющие монтажные работы.

Состав и структура основных видов деятельности ООО «Контакт» за 2012 – 2014 гг. представлена в таблице 4.

Таблица 4 – Состав и структура основных видов деятельности ООО «Контакт»

Вид деятельности	Выручка от выполнения, тыс. руб.			Удельный вес, %			2014 г. к 2012 г., %
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Геодезические работы	69240	78016	68940	14	15	14	100
Расчистка территорий и подготовка их к застройке	125700	84756	79846	26	17	16	64
Строительство временных инженерных сетей, зданий и сооружений	24100	36489	40512	5	7	8	168
Земляные работы: рытье котлованов и пр.	98560	109712	112642	20	22	23	114
Опалубочные, арматурные работы и монолитные работы	25200	30145	64156	5	6	13	255
Монтаж элементов железобетонных конструкций, фундаментов и стен зданий	27452	69871	42680	6	14	9	155
Работы по возведению всех типов перекрытий	13470	19612	13859	3	4	3	103
Устройство стеновых перегородок	2546	3467	3221	1	1	1	127
Монтаж стеновых панелей	47983	24874	34780	10	5	7	72
Каменные работы: кирпичная кладка и пр.	6795	9845	6987	1	2	1	103
Работы по отделке и монтажу оконных и дверных конструкций	5462	6478	4986	1	1	1	91
Теплоизоляционные и гидроизоляционные работы	7486	5143	4571	2	1	1	61
Устройство мягких кровель, кровель из рулонных материалов	17488	15478	9864	4	3	2	56
Устройство жестких кровель	9863	12648	5364	2	2	1	54
Устройство и ремонт стропильных систем	4042	388	685	1	0	0	17

Итого	485387	506922	493093	100	100	100	102
-------	--------	--------	--------	-----	-----	-----	-----

Из таблицы 2 можно сделать вывод, что наибольший доход предприятию приносит выполнение земляных работ, расчистка территорий и подготовка их к застройке, а также выполнение геодезических работ.

Цель предприятия - создать стабильную и прибыльную компанию, которая обеспечила бы уверенность в завтрашнем дне у своих работников, клиентов и партнеров по бизнесу.

В таблице 5 рассмотрены основные технико-экономические показатели деятельности ООО «Контакт».

Таблица 5 - Технико-экономические показатели деятельности ООО «Контакт», тыс. руб.

Наименование показателей	Величина показателей			Отклонение	
	2012	2013	2014	Абсолют	Темп роста
Объем выполненных работ	485387	506922	493093	7706	1,59
Среднесписочная численность, чел.	256	245	304	48	18,75
Производительность труда 1 работника	1896,04	2069,07	1622,02	-274,027	-14,45
Годовой фонд з/п персонала	34956,8	43112,65	65268,8	30312	86,71
Среднегодовая з/п одного раб.	136,55	175,97	214,7	78,15	57,23
Себестоимость работ	392400	411412	393847	1447	0,37
Прибыль от продаж	18668	18981	22940	4272	22,88
Рентабельность работ	4,76	4,61	5,82	-	-
Рентабельность продаж	3,85	3,74	4,65	-	-

Из таблицы 5 видно, что объем выполненных работ за исследуемый период увеличился на 7706 тыс. руб. Вместе с тем себестоимость выполнения работ возросла на 1447 тыс. руб., что значительно ниже. В результате чего наблюдается рост прибыли, а вместе с ней и рентабельности, как продукции, так и продаж.

За исследуемый период наблюдается рост численности персонала на 48 человек, вместе с тем производительность труда сократилась на 14,5 %, что свидетельствует о неэффективном использовании трудовых ресурсов.

Таким образом, ООО «Контакт» является строительной фирмой, занимающаяся производством общестроительных работ. За 2012-2014 гг. объем выполненных работ организацией увеличился, возросла численность персонала, повысился уровень рентабельности как выполнения работ, так и продаж.

2.2 Организационная структура ООО «Контакт» и характеристика трудовых ресурсов

Любой процесс невозможен без человека, поэтому трудовые ресурсы целесообразно представить в виде организационной структуры. Такая структура управления представляет организацию как совокупность взаимосвязанным

элементов. Каждый элемент имеет свои цели и задачи. На рисунке 2 представлена организационная структура ООО «Контакт».

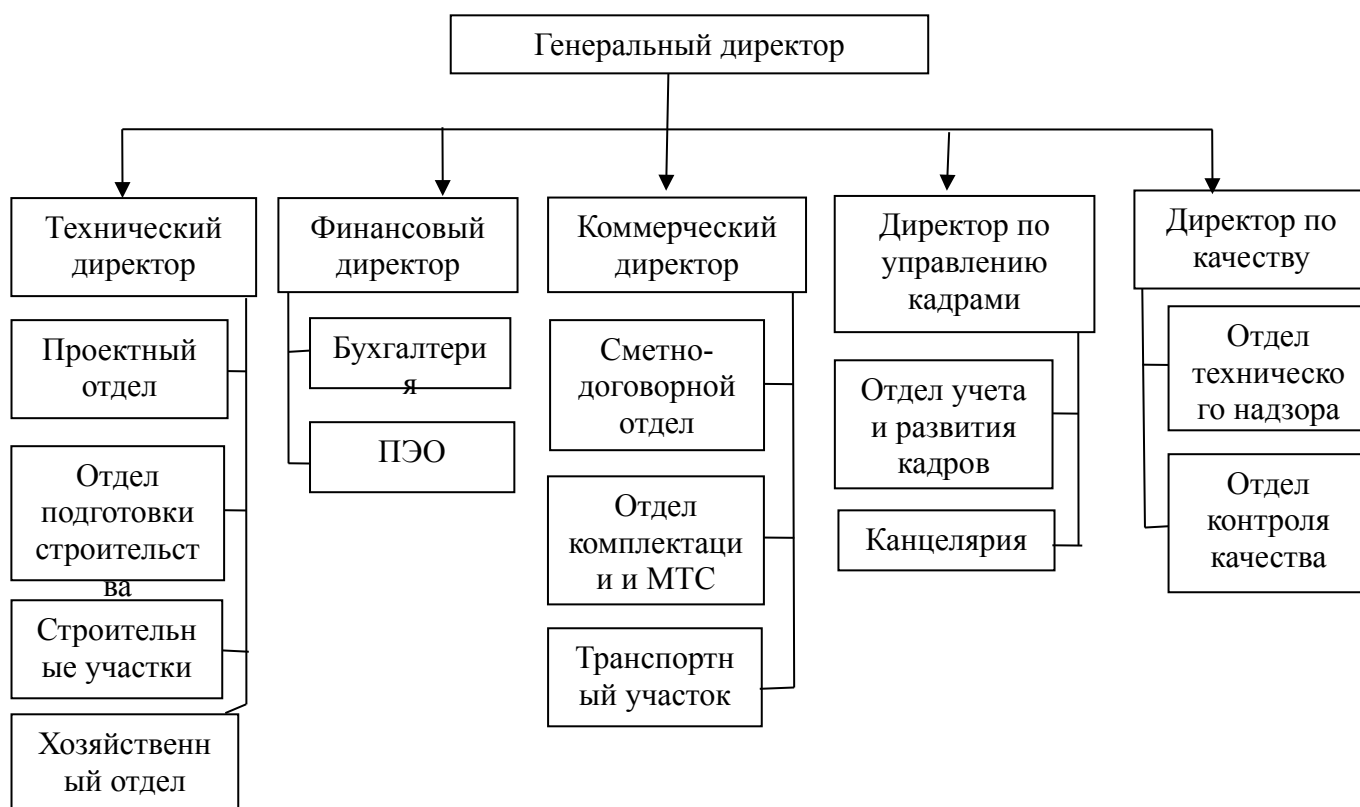


Рисунок 2 - Организационная структура ООО «Контакт»

Организационная структура ООО «Контакт» является линейно-функциональной. В ней присутствуют специализированные службы и линейные подразделения.

Генеральному директору организации подчиняются руководители направлений, или, как они здесь называются – директора направлений. На этом уровне тип управления функциональный.

Каждая служба выполняет присущую ей функцию – техническая, финансовая, коммерческая, кадровая, служба качества. При этом основным подразделением является техническая служба, которая объединяет в себе основное и вспомогательное производство строительных работ. Процессы остальных служб – обслуживающие.

Начальникам служб подчиняются подразделения, на каждое из которых возложено выполнение подфункций. На данном этапе тип управления линейно-функциональный.

В службах запланированы подразделения – отделы. Руководителям отделов подчиняются специалисты отделов. На уровне отделов тип руководства линейный.

Как и в любой организации, важнейшим стратегическим фактором деятельности строительной фирмы является кадровый потенциал, который в свою

очередь определяет успех фирмы. В таблице 6 представлен состав и численность персонала ООО «Контакт».

Таблица 6 - Численность и структура персонала ООО «Контакт», чел.

Категория работников	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к
				2012 г.
Среднегодовая численность работников, всего	256	245	304	118,75
В том числе, работники, занятые в основном производстве	110	108	151	137,27
Рабочие постоянные	65	64	70	107,69
в т.ч. строители	13	19	16	123,08
Стропальщики	12	13	15	125,00
Монтажники	14	6	9	64,29
Мастера отделки	9	8	10	111,11
Разнорабочие	17	18	20	117,65
Рабочие временные	45	44	81	180,00
Служащие	94	90	98	104,26
Из них: руководители	11	15	15	136,36
специалисты	83	75	83	100,00
Работники, занятые в обслуживающем производстве	52	47	55	105,77
Работники, занятые в дополнительном производстве	-	-	-	-
Прочие работники	-	-	-	-

За исследуемый период наблюдается рост персонала исследуемой организации. Численность персонала ООО «Контакт» в 2014 году составила 304 человек, что на 19% больше, чем в 2012 году. Рост численности персонала связан с ростом клиентской базы и созданием новых рабочих мест.

Обзор возрастной структуры работающих в организации всегда представляет значительный интерес, так как, во-первых, работники всех возрастных групп должны присутствовать среди персонала предприятия, т.к. молодые приносят в коллектив новые взгляды, а пожилые необходимый опыт работы, а во-вторых изучив динамику изменения возрастных групп за ряд лет поможет сделать соответствующие выводы и принять правильные решения. Динамика возрастной структуры персонала представлена в таблице 7.

Таблица 7 - Возрастная структура персонала ООО «Контакт» за 2013-2014 гг., % к численности

Возраст	Удельный вес, %		В том числе по категориям, %			
			Управленческий персонал		Рабочие	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Моложе 20 лет	0,2	0,4	0	0	0,2	0,4
20-30 лет	24,6	25	40	42	25,9	25
31-40 лет	41,3	42	40,2	40,2	49,6	50,1
41-50 лет	24,8	24,9	18,7	17,4	24,6	24,6
51-60 лет	9,1	7,7	1,1	0,4	0,9	0,9
Старше 60 лет	0	0	0	0	0	0

Данные, приведённые в таблице 7 свидетельствуют о том, что в 2013-2014 годах, наибольший удельный вес работников был в возрасте от 31 до 40 лет 40-50 %, а наименьший работников до 20 лет - 0,-0,4 %.

С каждым годом доля работников в возрасте от 20 до 30 лет увеличивалась. Также с каждым годом снижается процент работников в возрасте от 51 до 60 лет, которые либо уходят на пенсию, либо увольняются по состоянию здоровья.

Возрастная структура персонала представлена на рисунке 3.

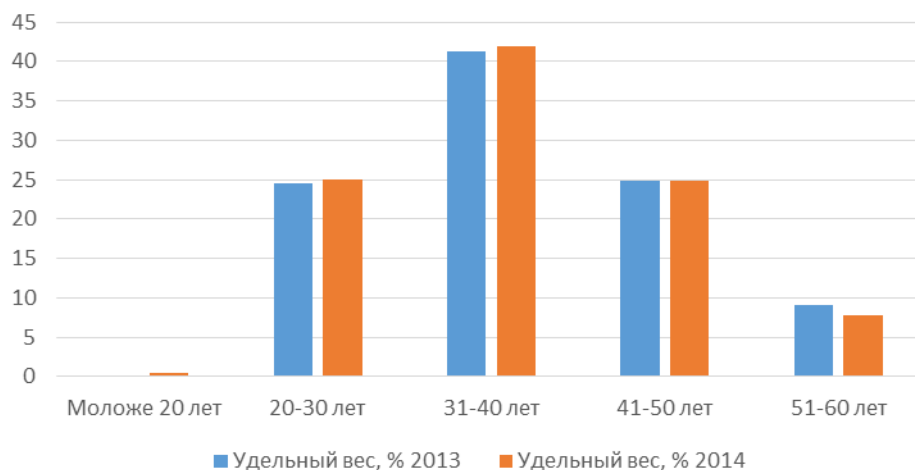


Рисунок 3 - Возрастная структура персонала ООО «Контакт» в 2013-2014 гг.

Наиболее важный, в том числе и для имиджа предприятия, показатель текучести кадров.

Текучесть кадров - движение рабочей силы, обусловленное неудовлетворенностью работника рабочим местом или неудовлетворенностью организации конкретным работником, при различии внутриорганизационной текучести кадров, связанную с трудовыми перемещениями внутри организации, и внешней текучести кадров между организациями, отраслями и сферами экономики.

В соответствии с таблицей 8 в ООО «Контакт» текучесть кадров сильно выражена.

Таблица 8 - Динамика оборота рабочей силы в предприятии в 2012-2014гг.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2012 г.
Численность работников на начало года, чел.	250	256	245	98
Выбыло работников, чел.	2	12	3	150
Прибыло работников, чел.	8	1	59	737,5
Численность работников на конец года, чел.	256	245	304	118,75
1. Коэффициент оборота по приему	0,79	0,10	5,37	679,7
1. Коэффициент оборота по выбытию	0,20	1,20	0,27	138,3
3. Коэффициент постоянства состава персонала	0,99	1,30	5,65	571,4

На предприятии ООО «Контакт» коэффициент оборота по приему увеличился на 580% и составил 5,37.

Коэффициент оборота по выбытию увеличился на 38% и составил 0,27, то есть число уволившихся составляет 38 % от общего числа работников.

Превышение коэффициента приема над коэффициентом выбытия говорит о том, что число рабочих мест увеличилось в течение трех лет и к концу 2014 г. штат полностью укомплектован.

Таким образом, проанализировав качественный и количественный состав работников, можно сделать вывод, что в 2014 году по сравнению с 2012 годом среднесписочное численность работников увеличилась на 19% и составила 304 человек, в основном увольнялись молодые специалисты, в возрасте от 20 до 30 лет. Текучесть труда в ООО «Контакт» сильно выражена. В организации применяются линейно-функциональная организационная структура.

2.3 Анализ финансовых показателей ООО «Контакт»

Одним из важнейших аспектов деятельности организации, как показатель уровня конкурентоспособности, является ее финансовое состояние. Под финансовым состоянием организации понимается способность финансировать свою деятельность. Оно характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования организации, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью.

Сведения о размещении капитала, имеющегося в распоряжении ООО «Контакт», содержатся в активе баланса, который позволяет установить, какие изменения произошли в активах предприятия, какую часть составляет недвижимость предприятия, а какую – оборотные средства, в том числе в сфере производства и сфере обращения.

В соответствии с таблицей 9 внеоборотные активы занимают лишь малую часть всех активов организации, в 2014 году их объем составил всего 3% от всех активов.

Таблица 9 - Структура активов ООО «Контакт», тыс. руб.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 к 2012 (+/-)
Внеоборотные активы	5587	5608	3336	-2251
Оборотные активы	94613	110797	105538	10925
Итого активов	100200	116405	108874	8674

Уровень и динамика показателей финансовых результатов деятельности организации является наиболее важной частью анализа деятельности организации, т.к. только прибыль дает основу для дальнейшего развития и характеризует уровень конкурентоспособности организации.

На начальном этапе оцениваются финансовые результаты деятельности предприятия. Финансовые результаты деятельности организации представлены в таблице 10.

Таблица 10 - Уровень и динамика показателей финансовых результатов деятельности ООО «Контакт», тыс. руб.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2012 г.
1. Балансовая прибыль, тыс. руб.	16164	16173	19077	118,02
2. Прибыль от продаж, тыс. руб.	18668	18981	22940	122,88
3. Чистая прибыль, тыс. руб.	16164	16173	19077	118,02
4. Выручка, тыс. руб.	485387	506922	493093	101,59
5. Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	5475	5604	3328	60,79
6. Среднегодовые остатки оборотных средств, тыс. руб.	94613	110797	105538	111,55
7. Среднегодовая стоимость производственных фондов (стр. 5 + стр. 6)	100088	115861	108866	108,77
8. Себестоимость продаж, тыс. руб.	392400	411412	393847	100,37
9. Норма прибыли % (стр. 1 : стр. 7)	16,15	13,96	17,52	-

Расчеты показывают заметное увеличение всех показателей в динамике, особенно важным является увеличение чистой прибыли, в 2014 году она составила 18% по сравнению с прибылью, полученной в 2012 году. Это говорит о том, что организация улучшает свое финансовое состояние и является конкурентоспособной на рынке.

Устойчивость финансового положения организации в значительной степени зависит от структуры источников формирования денежных средств. В процессе функционирования предприятия их величина претерпевает изменения за счет увеличения доли заемного капитала (таблица 11).

Таблица 11 - Структура источников формирования денежных средств ООО «Контакт», тыс.руб.

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2014 г. в % к 2010 г.
1. Уставный капитал	10	10	10	100
2. Добавочный капитал	-	-	-	-
3. Собственные средства	27355	43528	62605	228,86
4. Заемные средства, всего	72845	72853	46245	63,48
в том числе: долгосрочные	-	-	-	-
краткосрочные	8700	7900	3639	41,83

Из таблицы 11 видно, какие изменения произошли в структуре собственного и заемного капитала, сколько привлечено в оборот предприятия долгосрочных и краткосрочных заемных средств; увеличение доли собственных средств, в 2014 году

они составили 228,86% по сравнению с 2012 годом, и уменьшение доли заемных средств на 36,52 %, это означает повышение финансовой устойчивости организации, и как следствие, конкурентоспособности, так как собственный капитал, включая нераспределенную прибыль, является «бесплатным» источником финансирования активов. От того, насколько оптимально соотношение собственного и заемного капитала, во многом зависит финансовое положение предприятия.

Таким образом, проанализировав финансовое состояние ООО «Контакт» можно сделать вывод, что организация эффективно планирует свою деятельность, обеспечивает нужды необходимыми ресурсами; финансовая деятельность организации направлена на обеспечение своевременного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования. Финансовое состояние является индикатором, характеризующим жизнеспособность организации, и одним из основных критериев ее конкурентоспособности.

2.4 Анализ внешней среды ООО «Контакт»

Оценим основные внешние факторы применительно к ООО «Контакт»:

I. Экономические факторы. К важнейшим экономическим факторам, оказывающим сильнейшее как позитивные, так и негативные последствия на деятельность организации, относятся следующие:

1) Инфляция. Наблюдается существенный рост цен. При этом существующая инфляция приводит к обесцениванию существующих запасов полуфабрикатов и сырья, к обесцениванию денежных средств, возмещающих затраты предприятия, что в конечном итоге заставляет предприятия искать источники пополнения оборотных средств. При этом также увеличение затрат на производство и реализацию продукции приводит к повышению цены продукции, и следовательно, к снижению спроса на нее. Таким образом, инфляция может представлять серьезную угрозу для достижения целей организации.

2) Налоговая ставка. В настоящее время снизилось налоговое бремя. Поэтому данный экономический фактор оказывает позитивное влияние на деятельность ООО и дает возможность для дальнейшего развития организации и совершенствования технологий за счет использования освобожденной от налога прибыли. Изменение налоговых ставок приведет либо к положительному, либо отрицательному влиянию на деятельность организации.

II. Политические факторы. Внутренний рынок и деятельность организации постоянно находятся под влиянием политических событий и решений, и руководство организации должно следить за принимаемыми решениями и законами не только федерального правительства, но и местных органов власти, на территории которых функционирует предприятие. С этой точки зрения ООО «Контакт» необходимо следить за изменениями текущего законодательства в области налоговой политики

правительства, Алтайского края и г. Барнаула, кредитной политики и ставок рефинансирования ЦБ РФ (фирма неоднократно получала кредиты и собирается использовать данный источник привлечения заемных средств в дальнейшем), законодательства по защите прав потребителей.

III. Рыночные факторы. Изменчивая рыночная внешняя среда представляет собой область постоянного беспокойства для организации. В анализ рыночной внешней среды входят следующие факторы, которые могут оказывать непосредственное воздействие на успехи и провалы организации:

1) Уровень конкуренции в отрасли. В настоящее время в г. Барнауле и в Алтайском крае появилось большое количество фирм, реализующих широкий ассортимент строительных услуг. Поэтому с точки зрения уровня конкуренции в этой области предприятию очень трудно удерживать свое положение в реализации данного вида работ.

2) Изменение доходов потребителей. В настоящее время ООО «Контакт» ориентируется в выпуске своих услуг на потребителей со средним и высоким уровнями дохода. Небольшое снижение или увеличение доходов потребителей не приведет к существенному изменению доходов организации.

IV. Социальные факторы. Эти факторы связаны с меняющимися ожиданиями, отношениями и нравами общества. К социальным факторам, которые могут в дальнейшем повлиять на деятельность ООО «Контакт», относятся следующие:

- средний уровень заработной платы в отрасли: поскольку заработная плата работников фирмы (минимальная заработная плата на предприятии 8000 руб., максимальная - 30000 руб., средняя величина – 16000 руб.) несколько превышает среднюю зарплату в данной отрасли (12000 руб.), то у фирмы имеется возможность повышать требования к работающим. Вместе с этим, по прогнозам специалистов, следующие 1- 2 года ожидается значительное повышение спроса на инженеров строительной отрасли, что приведет к росту заработной платы этих специалистов на рынке труда и заставит фирму повысить им заработную плату, чтобы избежать текучести кадров из ООО «Контакт».

- движения в защиту прав потребителей и повышение требований к фирмам, предоставляющим аналогичные услуги и работы.

Анализ внешнего окружения открывают для предприятия ООО «Контакт» возможности для развития бизнеса с учетом всех возможных угроз.

Поставщики - это фирмы и отдельные лица, которые обеспечивают компанию, ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров или услуг. События в «среде поставщиков» могут серьезно повлиять на маркетинговую деятельность организации: необходимо следить за ценами на закупаемые товары, поскольку рост цен на них ведет к повышению цен и на продукцию организации.

Можно сформулировать основные требования к поставщикам на строительном рынке: популярность (известность торговой марки), надежность, заинтересованность в совместной работе, понимание роли маркетинга в продвижении своей продукции, минимальные сроки поставки.

Работа с одним поставщиком увеличивает риск и ограничивает возможности быстро подстраиваться под требования розничной сети. Для снижения такого рода риска ООО «Контакт» работает с несколькими поставщиками.

Одним из важнейших элементов внешней среды организации являются конкуренты - фирмы или организации, вступающие в борьбу с рассматриваемой фирмой за удовлетворение потребностей потребителей на том или ином рынке. Изучение конкурентов, т.е. тех, с кем организации приходится бороться за покупателя и за ресурсы, которые она стремится получить из внешней среды, чтобы обеспечить свое существование, занимает особое и очень важное место в стратегическом управлении.

Далее рассмотрим основных потребителей услуг производства общестроительных работ. ООО «Контакт» может выступать на клиентурных рынках пяти типов: потребительском рынке; рынке предприятий; рынке промежуточных продавцов; рынке государственных учреждений; международном рынке.

Каналы реализации продукции - это совокупность юридических и физических лиц, участвующих в реализации продукции в качестве покупателей или посредников.

Основными потребителями ООО «Контакт», являются жители Ключевского района, государственные учреждения различных ветвей власти, индивидуальные предприниматели и бизнес. Компания ООО «Контакт» участвовала в торгах 69 раз, из 34 раза выигрывала тендер на оказание услуг и выполнение различного рода работ. 25 раз заказчиком выступало государство, в лице различных учреждений, как муниципального так и федерального уровня.

Таким образом можно сделать вывод, что внешняя среда оказывает очень сильное влияние на конкурентоспособность организации ООО«Контакт».Наиболее важный фактор в оценке конкурентоспособности – это потребители, которые формируют спрос, и за которых ведется конкурентная борьба.

2.5 Оценка конкурентоспособности ООО «Контакт»

Конкурентная среда формируется внутриотраслевыми конкурентами, реализующими аналогичную продукцию том же рынке. Кроме них на конкурентную среду организации оказывают заметное влияние покупатели ее продукта и поставщики, которые, обладая силой к торгу, могут заметно ослабить позицию организации [23].

Все вышеперечисленные факторы, формирующие конкурентоспособность организации ООО «Контакт», целесообразно описать при помощи стратегической модели анализа 5 сил конкуренции, разработанной М. Портером в 1979 году. Данная модель описывает способы формирования конкурентного преимущества и долгосрочной прибыльности товара, а также способы, с помощью которых

организация в долгосрочном периоде может удерживать свою прибыльность и сохранять конкурентоспособность.

Теория конкуренции М. Портера говорит о том, что на рынке существует пять движущих сил, которые определяют возможный уровень прибыли на рынке: рыночная власть покупателей; рыночная власть поставщиков; угроза вторжения новых участников; опасность появления товаров - заменителей; уровень конкурентной борьбы или внутриотраслевая конкуренция.

Золотое правило теории пяти сил конкуренции М. Портера заключается следующем: чем слабее влияние конкурентных сил, тем больше возможностей к получению высокой прибыли в отрасли имеет компания. Угрозы для роста компании, обнаруженные с помощью модели анализа конкуренции Портера, помогают при проведении SWOT-анализа компании.

Первая сила: угроза вторжения новых игроков. Обычно новые игроки привносят на рынок новые производственные мощности, новые технологии, новые ресурсы, что может являться потрясением для отрасли, изменять поведения потребителей, задавать новые стандарты работы для существующих игроков.

Вторая сила: рыночная власть покупателей. Покупатели могут оказывать влияние на конкурентоспособность товара компании на рынке, так как по факту являются потребителями готового товара и обеспечивают за счет удовлетворения своих потребностей существование рынка. ООО «Контакт» при разработке стратегии выбирает тех покупателей, которые являются наименее влиятельными на рынке.

Третья сила: рыночная власть поставщиков. Поставщики могут оказывать влияние на конкурентоспособность товара компании на рынке, так как являются владельцами ресурсов для производства товаров отрасли.

Четвертая сила: появление товаров-заменителей. Товары-заменители (или товары-субституты) ограничивают потенциал рынка с точки зрения роста цен.

Пятая сила: внутриотраслевая конкуренция. Соперничество среди существующих конкурентов сводится к стремлению любыми силами улучшить свое положение на рынке, завоевать потребителей рынка [15].

Теперь оценим влияние пяти сил конкуренции на ООО «Контакт» (таблица 12).

Таблица 12 - Влияние на ООО «Контакт» пяти сил конкуренции

Сила конкуренции	Влияние
1	2
1. Соперничество между имеющимися конкурентами	В настоящее время на рынке Алтайского края достаточно организаций, занимающихся производством общестроительных работ. Особенно острая конкуренция у ООО «Контакт» возникает с ООО «МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА», ООО «Алвар» и ИП Варданян Артур Жораевич. Таким образом, эта угроза имеет сильное влияние на данную организацию.
2. Угроза появления новых конкурентов	Эта угроза является недостаточно сильной для организации. Компании, занимающиеся производством общестроительных работ в Алтайском крае, имеют многолетний опыт работы, увеличивают долю рынка, а значит, за счет увеличения объемов сбыта появляется возможность снижать цены, тем самым создавая барьеры для новых игроков.

3. Угроза появления товаров и услуг-заменителей	Появление товаров-заменителей не оказывает никакого негативного воздействия на деятельность ООО «Контакт», т.к. организация осуществляет закупку материалов и товаров, ассортимент которых может меняться в зависимости от достижений НТП и пожеланий потребителей, также существует возможность совершенствования технологии производства общестроительных работ.
---	--

Продолжение таблицы 12

1	2
4. Способность поставщиков торговаться	Эта угроза оказывает среднее влияние на исследуемую организацию, так как предприятие существует уже более 10 лет, имеет длительные связи с поставщиками, кроме того, поставщики предоставляют предприятию максимально возможные скидки и идут на уступки по условиям оплаты и доставки.
5. Способность покупателей торговаться	Многие покупатели чувствительны к различным скидкам. Среди многообразия конкурентов важно предоставлять клиентам наиболее выгодные условия, при этом получать максимальное количество прибыли. Поэтому данная угроза является наиболее существенной для ООО «Контакт».

Из таблицы 12 можно сделать вывод, что из 5 сил наиболее существенное влияние на ООО «Контакт» оказывает соперничество между конкурентами, а также способность покупателей торговаться.

Рассмотрим основных конкурентов ООО «Контакт», занимающихся производством общестроительных работ в Алтайском крае, и дадим им потребительскую оценку по 5-ти бальной системе (таблица 13). Баллы проставлялись с учетом опроса клиентов исследуемых организации.

Таблица 13 - Характеристика конкурентов рынка производства общестроительных работ

Организация	Своевременность предоставляемых услуг	Качество предоставляемых услуг	Стоимость предоставляемых услуг	Сумма баллов
Контакт	5	5	4	14
МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА	5	5	5	15
Алвар	4	3	4	11
ИП Варданын Артур Жораевич	4	3	4	11
ЭССКО	4	4	4	12
ПЛАСТДЕТАЛЬ	3	5	4	12
Инвест Групп	4	4	4	12
Ратмир	4	3	3	10

Из таблицы 13 видно, что одним из самых сильных конкурентов является компания ООО «МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА». ООО «Контакт» незначительно уступает ей в размерах, объему сбыта и, соответственно, в цене.

Для оценки конкурентоспособности ООО «Контакт» относительно маркетинговой стратегии проведем сравнительный анализ организации с компанией МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА (так как она является лидером на рынке по итогам проведенного исследования) и ЭССКО по различным факторам в баллах и сделаем соответствующие выводы (таблица 14).

Таблица 14 - Определение конкурентоспособности организации на рынке определенного товара

Факторы конкурентоспособности	Контакт	МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА	ЭССКО
I ПРОДУКТ			
качество	5	5	4
стиль	5	5	4
престижность марки	5	5	4
упаковка (этикетка)	5	5	5
гарантийный срок	5	5	5
ИТОГО	25	25	22
II ЦЕНА			
номинальная	4	5	3
скидки	3	4	3
возможность снижения цены	4	5	3
ИТОГО	11	14	9
III КАНАЛЫ СБЫТА			
прямые	5	5	4
косвенные	5	5	4
степень охвата рынка	4	5	3
наличие и качество складских помещений	4	5	4
транспорт	4	5	3
ИТОГО	22	25	18
IV ПРОДВИЖЕНИЕ на рынке			
реклама	1	4	1
стимулирование сбыта	3	4	2
PR	1	2	1
ИТОГО	5	10	4
ИТОГО ПО ВСЕМ ПАРАМЕТРАМ	63	74	53

Мы видим, что ООО «Контакт» по качеству выполняемых работ не отстает от своего конкурента МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА, незначительно уступает в цене, однако касаясь продвижения товара на рынке здесь можно отметить низкий уровень стимулирования сбыта и отсутствие рекламы, что негативно сказывается на объемах продаж и, соответственно, потребительском сегменте. Вместе с тем, ООО «Контакт» опережает своего конкурента ЭССКО по всем параметрам.

Для подведения итогов сравнительного анализа изобразим многоугольник конкурентоспособности организации ООО «Контакт» в сравнении с

конкурентоспособностью компании ООО «МИЛЬСТРОЙ-СИБИРИКА» и сделаем соответствующие выводы.

На рисунок 3 наглядно представлены те направления деятельности организации, над которыми необходимо вести работу. ООО «Контакт» необходимо совершенствовать свою ценовую политику, сбытовую деятельность, а также особое внимание уделить продвижению товара, чтобы усилить свои конкурентные преимущества и в целом повысить конкурентоспособность.

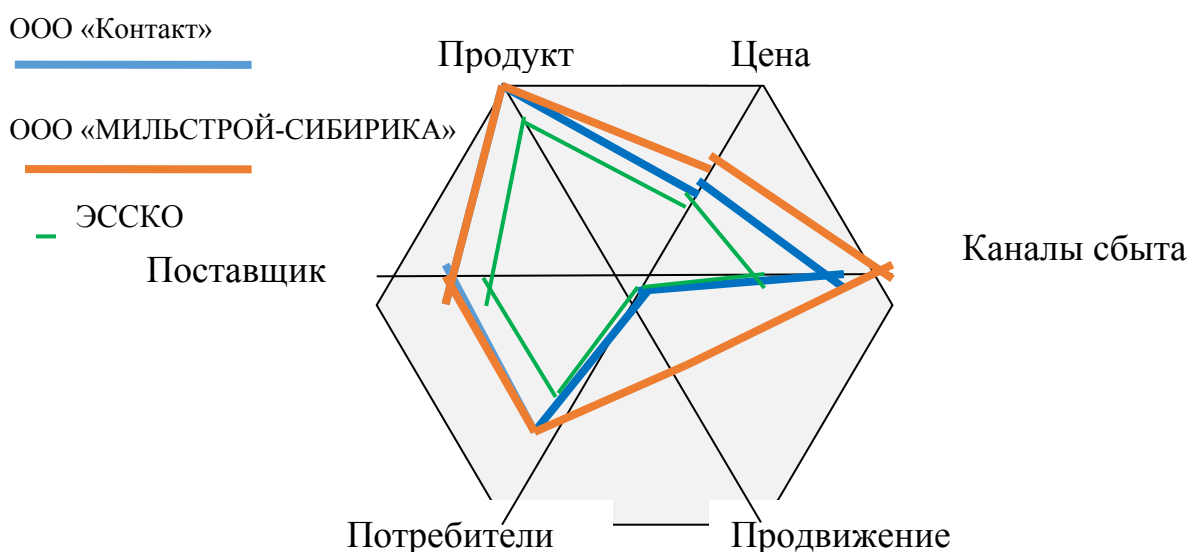


Рисунок 3 - Многоугольник конкурентоспособности организаций

Таким образом, с учетом знания всех возможностей и угроз, а также слабых и сильных сторон, ООО «Контакт» сохраняет свое конкурентное преимущество среди торговых организаций на протяжении многих лет. ООО «Контакт» необходимо совершенствовать свою ценовую политику, сбытовую деятельность, а также особое внимание уделить продвижению товара, чтобы усилить свои конкурентные преимущества и в целом повысить конкурентоспособность.

Заключение

На современном этапе экономического развития проблема конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике организации. Создание конкурентных преимуществ перед соперником становится стратегическим направлением деятельности.

Для оценки конкурентоспособности ООО «Контакт» использовались следующие внешние и внутренние факторы: конкуренты, каналы сбыта, поставщики, цена и качество товаров и услуг, организационная структура, отношение клиентов к организации и обслуживанию.

Было выявлено, что наибольшее влияние на конкурентоспособность ООО «Контакт» оказывают условия поставки, конкурентная среда в отрасли, а также предпочтения потребителей. Проанализировав влияние внешних и внутренних факторов на деятельность и состояние конкурентоспособности ООО «Контакт», можно сделать вывод, что организация имеет высокую конкурентоспособность, которую обеспечивают такие факторы, как цена и качество предоставляемых товаров и услуг, большой опыт работы на рынке фармацевтических препаратов, однако кроме этого ООО «Контакт» имеет и слабые стороны, такие, как отсутствие опыта ведения рекламных кампаний, несовершенная структура дебиторской и кредиторской задолженности.

Организации необходимо разработать конкурентную стратегию, позволяющую применять правильные методы повышения конкурентоспособности, а именно продвижения, рекламы и стимулирования сбыта.

Список использованных источников

1. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. учебный курс / И.А. Бланк. – Киев: Ника-Центр Эльга, 2010. – 475 с.
2. Брулев Е.С. Управление конкурентоспособностью предприятий: автореферат / Е.С. Брулев. – М.: Юнити-Дана, 2013. - 226 с.
3. Грязнова А.Г. Экономическая теория: учебник / А.Г. Грязнова, Т.В. Чечелева. - М.: Экзамен, 2012. - 592 с.
4. Журнал «Вопросы управления» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.uara.ru/ru-ru/issue/2010/02/12/>.
5. Знай товар. ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru/s/Konkurentosposobnost-firmy.html>.
6. Институт экономики и права Ивана Кушнера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://be5.biz>.
7. Коваленко А.И. Теоретические и методологические аспекты использования концепции «конкурентоспособности» в научных исследованиях // Современная конкуренция. 2013. № 6 (42). С. 65-79.
8. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен. – СПб.: Питер, 2014. – 800 с.
9. Лебедева О.А. Маркетинговые исследования рынка: учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. – 192 с.
10. Макдоналд М. Сегментирование рынка: Практическое руководство / М. Маклоланд, Я. Данбар. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2012. - 288 с.
11. Маркетинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/porter-model/>.
12. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2013. – 454 с.
13. Портер М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость: Пер. с англ. – М., 2005. – 67–69 с.
14. Томпсон А.А., Стрикленд А.Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Пер. с англ. – М., 2013. – 254 с.

Приложения

Приложение А

Бухгалтерский баланс ООО «Контакт», тыс.руб.

Актив						
Наименование показателя	Код	2014	2013	2012	2011	2010
1	2	3	4	5		
1 Внеоборотные активы						
Нематериальные активы	1110					
Результаты исследований и разработок	1120					
Основные средства	1130	36	36	36	36	36
Доходные вложения в материальные ценности	1140					
Финансовые вложения	1150	3300	5572	5551	130	
Отложенные налоговые активы	1160					
Прочие внеоборотные активы	1170					
Итого по разделу 1	1100	3336	5608	5587	166	36
2 Оборотные активы						
Запасы	1210	47826	56214	51063	55680	50036
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220					
Дебиторская задолженность	1230	670	568	452	320	390
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	2593	1972	2165	2165	1870
Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	54449	52043	40235	29192	52754
Прочие оборотные активы	1260			698	698	1350
Итого по разделу 2	1200	105538	110797	94613	88055	106400
Баланс	1600	108874	116405	100200	85221	106436
Пассив						
3 Капитал и резервы						
Уставной капитал	1310	10	10	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320					
Переоценка внеоборотных активов	1340					
Добавочный капитал (без переоценки)	1350					
Резервный капитал	1360	500	500	500	500	500
Нераспределенная прибыль (Непокрытый убыток)	1370	5931	48626	32432	10847	4055
Итого по разделу 3	1300	65941	49136	32942	11357	4565

Продолжение приложения А

4 Долгосрчные обязательства						
1	2	3	4	5	6	7
Заемные средства	1410					
Отложенные налоговые обязательства	1420					
Оценочные обязательства	1430	21934	34502	32007	48738	42156
Прочие обязательства	1450	17360	32767	26551	15067	49656
Итого по разделу 4	1400	39294	67269	58558	63805	91812
5 Краткосрочные обязательства						
Заемные средства	1510	3639	7900	8700	10059	10059
Кредиторская задолженность	1520					
Доходы будущих периодов	1530					
Оценочные обязательства	1540					
Прочие обязательства	1550					
Итого по разделу 5	1500	3639	7900	8700	10059	10059
Баланс	1700	108874	116405	100200	85221	106436

Приложение Б

Отчет о прибылях и убытках ООО «Контакт», тыс. руб.

Наименование показателя	На 31 декабря 2014 г.	На 31 декабря 2013 г.	На 31 декабря 2012 г.	На 31 декабря 2011 г.	На 31 декабря 2010 г.
Выручка	493093	506922	485387	468943	459971
Себестоимость продаж	(393847)	(411412)	(392400)	(387552)	(372342)
Валовая прибыль (убыток)	99246	95510	92987	81391	87629
Коммерческие расходы	71775,8	67959,6	66232,2	54888,9	58367,8
Управленческие расходы	27470,2	27550,4	26754,8	26502,1	29261,2
Прибыль (убыток) от продаж	22940	18981	18668	7774	6348
Доходы от участия в других организациях					
Проценты к получению					
Проценты к уплате					
Прочие доходы					302,45
Прочие расходы	1001,45	382,05	79,4	112,7	
Прибыль (убыток) до налогообложения	21938,6	18599	18588,6	7661,3	6650,45
Текущий налог на прибыль	2861,55	2425,95	2424,6	999,3	867,45
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)					
Изменение отложенных налоговых обязательств					
Изменение отложенных налоговых активов					
Прочее					
Чистая прибыль (убыток)	19077	16173	16164	6662	5783