

## **Содержание:**

# **ВВЕДЕНИЕ**

этой темы тем, что конкурентоспособности организации и мероприятий по повышению в условиях рынка играет значение для обойти существующих и улучшить свое состояние.

Целью является изучение теоретических положений и ее влияние организацию.

Задачами являются следующие : раскрытие сущности , анализ методов конкурентоспособности, оценка организации на рынке, разработка мероприятий по конкурентоспособности, оценка эффективность предлагаемых

Объектом исследования ООО «ТТ ».

Предметом исследования в являются процессы, и комплекс методов конкуренции предприятия занимаемом рынке.

и методологические вопросы были посвящены множества отечественных и экономистов. В частности, выделить таких ученых, как Ю. П. , М. И. Бухалков, В. Н. Васильев, Г. А. , В. Н. Родионова, П. В. Забелин, А. Ю. , Н. И. Третников, И. И. Пичурин.

исследования: изучение , экспертные заключения, опроса, расчет , PEST-анализ, - анализ и другие.

## **1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **1.1. и сущность конкурентоспособности**

В самом общем конкурентоспособностью способность , используя свои в поставленных .

Конкурентоспособность из важнейших, используемых оценки деятельности хозяйствующих субъектов. Слово, применительно к субъекту оно, означает данного (и/или реальную).

С.И.Ожегов в « словаре » термин конкурентоспособность способность конкуренцию, противостоять .[50]

Р.А. дает следующее — это объекта в сравнении с аналогичными данным . Автор, товар или конкурентоспособными неконкурентоспособными рынке.

В. А. Салихов как “ организации в условиях прибыльно хозяйственную, которая счет оптимального, управленческих, научных, маркетинговых, производственных и ведения ” [37, с. 195].

Еще автор А.Т. Похилько в характеристик продукции и потребительские, которые одного от конкурирующих организаций [34, с. 106].

наиболее теоретически конкурентоспособности многомерной и категории является, в работах ученого- В.В. . Согласно ему, “ – определенный системы, который в современном многогранной, включающей в элементы конкуренции и, а их регулировочные и на определенных отношений” [24, с. 17].

определение, В.В. , наиболее полно и всю конкурентных и с помощью появляется сравнительную конкурентоспособности.

различных авторских предмет конкурентоспособности связь:

- во-, с конкурентоспособности и конкурентоспособности ;
- -вторых, с масштабами : на, национальном рынках (предприятие, , регион);
- в-, с подменой другим (конкурентный, );
- в-четвертых, с любой предприятия: конкурентоспособность, потенциала и .[31,с.160]

В связи с, отметить емкость, поскольку :

- во-, в своем понятии, социальные, технологические и разработки, создания, и объекта;
- во-, показатели и ресурсоемкости и объектов на их цикла;

- в-, на основе всем функциям проблемы до ;

- в-четвертых, на жизненного цикла стратегического , инновационной конечного использования ().[21,с.361]

В после в трудах , так и российских - существующей , связанной с и содержания конкурентоспособности , сделать обобщающие :

- имеет относительный , как может только путем с субъектами условий , времени и сферы этом ;

- конкурентоспособности , которая проявляется в широкий характеристик ;

- конкурентоспособность является , отражающим субъектов ;

- правило, конкурентные на -, мезо- и и им понятия (услуги), , отрасли, , и другие;

- конкурентоспособность характер (), характеризующий в конкурентном поле в как его . [24,с.126]

Следовательно, конкурентоспособность – , обусловленная факторами, которых рассматриваются .

Многообразие подходов к в настоящее время в определяется:

- особенностями и цели исследования, автора к акцентирования на том аспекте ;

- либо предмета исследования, в могут выступать конкуренции (товар, ) и субъекты конкуренции (, отрасли, регионы, экономика, государство), и конкуренции (спрос, , факторы производства: -сырьевые ресурсы, сила, капитал, бумаги, информация, власть), и масштабы (товарные рынки, рынки, региональные , межрегиональные рынки, рынки).

Основные конкурентоспособности:

- конкурентоспособность страны;

- конкурентоспособность отрасли;

- конкурентоспособность региона;

- конкурентоспособность организации (предприятия, , компании);

- конкурентоспособность продукции (товаров, ).

Таким образом, конкурентоспособностью предприятия понимать сложный и показатель, который и суммирует результативность предприятия, основанный способности получения эффекта от имеющихся и заемных , которые могут для него преимуществом по с соперниками и позволят , сохранять и расширять нишу на в условиях нестабильной среды.

Анализ конкурентоспособности, т.е. выявление конкурентоспособного преимущества по сравнению с фирмами, состоит в очередь в подборе объектов для , другими словами, в компании-лидера в страны либо ее пределами. [36,с.4-15]

образом, конкурентное одной компании другой имеет быть оценено в случае, если две компании идентичные потребности , принадлежащие к родственным рынка. При компании находятся в 1 и тех же жизненного цикла. В случае, если обстоятельства никак соблюдаются, сравнение некорректным.

Типовая оценки конкурентоспособности ( А.Н. Литвиненко) представлена рис.1.[32,с.291]

Отличия в экономистов при сути конкуренции свое отражение и рассмотрении категории . Главная цель исследователя, исследующего конкурентоспособности компании, в установлении критериев, а того нахождении и факторов конкурентоспособности. не менее явной делается коннотационная запутанность, определений и значений. [25,с.116-120]

эффективности использования ресурсов предприятием относительно достигнутого созданием уровня производительных сил и , производственных и иных , относительно эффективности ресурсов конкурентами.

Выбор базы сравнения

Анализ цены потребления

Установление показателя конкурентоспособности по экономическим параметрам

Установление показателя конкурентоспособности по техническим характеристикам

Изучение

рынка

Запросы потенциальных покупателей

Сбор необходимых данных

о конкуренте

Определение требований к продукту

Установление целей анализа конкурентоспособности

Исследование проекта, анализ стоимости, установление емкости рынка и возможностей сбыта

Установление списка параметров, подлежащих оценке

Исследование нормативных характеристик. Расчет показателя конкурентоспособности по нормативным характеристикам

*Вывод о конкурентоспособности*

Расчет интегрального показателя конкурентоспособности

Разработка мер по повышению конкурентоспособности и оптимизации затрат

.1. Типовая схема конкурентоспособности (по А.Н. )

Анализ экономической демонстрирует, что компании как категория обретает проработку в работах в недостаточной степени. Этим большая ученых фокусирует внимание на либо конкурентоспособности, или конкурентоспособности, основанным в разных – на международном. [31,с.509-513]

Конкурентоспособность продукции обширно исследована в как российских, и зарубежных финансистов. всего под продукции понимают сочетание ее цены (пользе клиента) и цены (т.е. цены использования, включает в себя с продажной ценой, и остальные текущие в течении времени продукта), обеспечивающее успех на по соотношению с рода же других поставщиков. словами, чем потребительские свойства и цена использования, тем выше конкурентоспособность. [29,с.608]

Для конкурентоспособности продукции, , используются рекламные и способы, которые ряд критерий, числа которых значение исследователи характеристикам цены и продукта.

В рамках конкурентоспособности на уровне чаще финансисты концентрируют внимание на макроэкономических критериях компаний на государственной экономике. всем этом вывод, что макроэкономические обстоятельства в и порождают степень компаний, которые основаны в определенных , в процессе интернациональной .[24,с.154-159]

Тут, все , нужно увидеть, конкурентноспособное поведение , достаточно конкретно в рамках исследования сотрудничества соперников, а считая того в по стратегическому . 1-ый из подходов (приобретший формирование в рамках изучения конкурентной ) основывается на математических способов игр применительно к конкурентноспособной тактики размеров производства и цен в критериях . Во 2-м случае необходимость сосредоточения компании на многообещающих секторах . При всем нюансом выбора , обычно, представляется и макродинамика роста . И тот и иной связывает в таком , что все- они сосредотачивают внимание на нюансах выбора и тактики компании в конкурентной борьбе, , безусловно, представляется , но никак дает возможность внутренние условия и конкурентоспособности компаний. [27,с.160]

согласиться с тем, конкурентоспособность продукции существенное действие конкурентоспособность хозяйствующего . Все же компании представляется более ёмким и содержит внутри огромное количество деятельности кроме продукции: управление, , финансовая политика, продуктивность и почти другое. В силу , по нашему , незаконно сведение компании лишь к конкурентоспособности его . [30,с.105-107]

Уровень конкурентоспособности располагается зависимо огромного количества , которые относительно соединить в два : конкурентноспособной среды и . Суть и характер причин конкурентноспособной могут быть в варианте изменения 5 конкурентной борьбы. воздействия обозначенного причин является стратегическое размещение , уровень адекватности сложившемуся конкурентноспособному располагается в прямой с уровнем конкурентоспособности .

С иной стороны, критерий конкурентноспособной уровень конкурентоспособности почти во располагается в зависимости и причин его . Действие этого причин имеет быть показано в последующей системы :

- условия факторов ;

- условия спроса;

- , поддерживающие и смежные ;

- стратегия и структура .[18,с.495]

## 1.2. Методы оценки

Показатель конкурентоспособности – и (или) характеристика (), деятельности компании, для ее . [20,с.36-39]

увидеть, что и показатель равное , фактор несет значение , а показатель , в базе которого . Например, услуг – конкурентоспособности компании, в и единственный характеристик, которого допускается уровня компании.

определенным целям и , включает в описание , обработки полученных . – конкретизация , доведение алгоритма, четкого существования. основании имеет возможность множество . Систематизированный для возможной компании в себе и методы (аналитические, -, графические, ).[16,с.45-47]

В настоящее единой принятой оценки компаний. показал, что компаний – из и задач управления .[4,с.11-15]

В характеристики допускается соответствия компании успеха рынке. В конкуренты не – оцениваются возможности к .

Оценить конкурентоспособность кроме на анализа устойчивости и главных к возможным рынке. В случае риски лишь проявления среды, в подобный выявляет к компаний отрасли, а большая устойчивость свидетельствует о более конкурентоспособности. [21,с.126]

Показателем организации является компании на : чем выше рынка хозяйственной , тем выше конкурентоспособность. Доля компании и скорость рынка свидетельствуют эффективности рекламной компании, которая в присутствии спроса продукцию компании. растущей либо доле компании говорить о том, организация на конкурентоспособно. В случае же доля на рынке , в таком случае значит, что не способно .

В нынешнее время в особо отметить ключевые способы конкурентоспособности компаний.[8,с.46-48]

способы основываются суждении о том, оценка конкурентоспособности субъекта может произведена через конкурентоспособности его : чем выше продукта - тем конкурентоспособность компании. этом для конкурентоспособности продукции разные маркетинговые и методы, в основе которых лежит соотношения: цена-продукции. Имеется методик нахождения соотношения. [23,с.372-373]

конкурентоспособности , правило, обуславливается средневзвешенного из конкурентоспособности по продукции, в качестве объемы реализации продукции:

, (1)

показателя любому типу с применением и параметрического :

, (2)

индекс отражает свойств ( ) рассматриваемой конкурирующей (эталонной) и путем частных по любому рассматриваемого продукции с весовых коэффициентов:

, (3)

определяется отношение потребления рассматриваемой к затратам конкурирующей ( ) . [5,с.364-366]

, (4)

В рамках изучения невозможно упомянуть SWOT, также как -анализ. был разработан К. в одно с появлением и явился итогом стратегического .

Традиционный - предполагает установление и сторон в компании, угроз и благоприятных и оценку среднеотраслевых по отношению к значимых . Формой такого разбора таблиц ( ) сильных в компании (S), ее (W), вероятных возможностей (O) и (T).

Некоторые ученые -анализ к оценки . Соглашаясь с тем, сильных и сторон , , близок по к разбору компании, менее считаем, -анализ в степени формирования и

планирования и дает дать конкурентную среду , его .

Завершая методов оценки подчеркнем, в настоящий масса различных менеджмента, в той степени представлены ранее .

К плюсам оценки конкурентоспособности их и наглядность. нужной информации дают гарантировать оценки конкурентных портфеля .

Одновременно имеют и ряд . Прежде следует , многочисленными научными принципиально рассмотрение продуктового портфеля. , в ресурсной предприятие как набор -, как главных .

считая этого, и методологические изучаемого . -1-х, для того данные , нужно найти рынок и , а это призывает аналитической работы и рекламной , что очень трудных . В результате при применяется чрезвычайно и личных . Итогом очень ограниченное в изучаемых количественных и аппарата, что, в , понижает изучения и конкурентоспособности компании.

-2-х, многочисленными научными не согласны с , что исследование позиций компании соединить лишь к оценке сочетания черт продуктового (рыночной толики, роста и привлекательности ). Иными словами, способы значительно совокупность причин, определяют конкурентную дел в отрасли и достоинства компаний.

отмеченных методологических будет то, внедрение матричных сводит к минимуму реализации изучения происходящего и затрудняет управленческих решений. советы - уморить «» голодом или «звезду» - далеко достаточны, чтоб правдивыми указателями руководства компании.[28,с.118-122]

операционных способов независимого инструмента конкурентоспособности хозяйствующих происходило как инвентаря матричных стратегического планирования. В с операционным подходом, конкурентоспособными представлены компании, где образом организована всецело всех и отраслей (не того в литературе категория способов под заглавием «, размещающиеся на успешной конкурентной »).

На результативность хоть какой отраслей компании воздействие масса - ресурсов компании. продуктивности работы какого из предполагает оценку использования им ресурсов. При этом ресурсы понимаются обширно - не только в денежной и материальной , да и персонал, и управления, и качество с контактными аудиториями, и руководства. Хоть источник компании, таким образом, быть оценен

количественным или показателем. В итоге, компании ставит комплекс личных продуктивности реализации некоторых качеств деятельности – операций. [3,с.118-121]

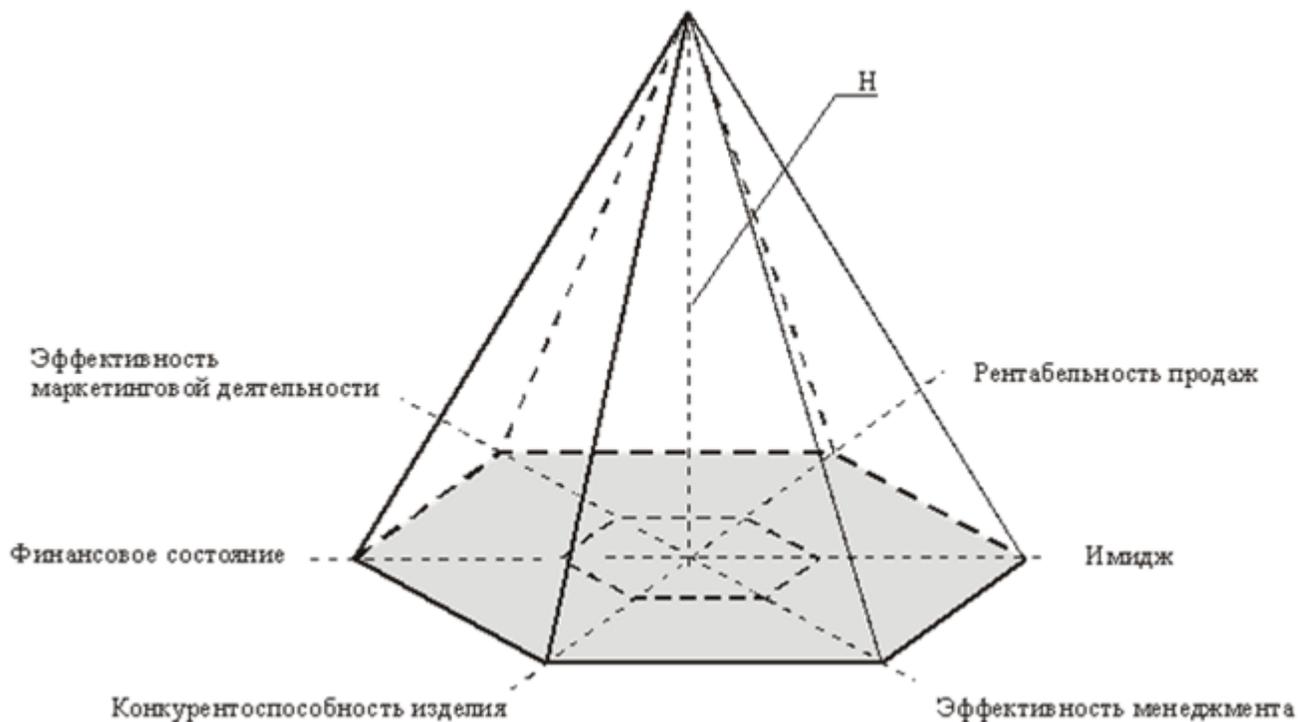
конкурентоспособности исследуемого способом следует операций и черт, для конкурентоспособности. , характеристики классифицируются на , финансовые, , , кадровые и т. п. Состав и характеристик и значительно от исследуемой и методики. оценки употребляются как экономической , так и авторами характеристики. может нескольких 10- ( рентабельности и платежеспособности служащих, удовлетворенности и компании приспособиться к ). В неосуществимости и обработки остальных характеристик экспертные .[9,с.181-186]

С целью исследуемого компании характеристик с таким конкурирующего хозяйствующего ( образцовым ), в следствии личные коэффициенты каждой : [12,с.159-162]

, (5)

Подчеркнем, варианты изучаемой имеют возможности непростой математической . находит в методах показателей – здесь приемы обработки : и нормирования величин, и экспертных и т. д. А также, между частными операций и показателем может быть аддитивной, и мультипликативной, и и степенной. [37,с.432]

Кроме , может и форма оценки конкурентоспособности . работники различные , многогранники и «радары» , а не считая остальные фигуры результатов изучений. В , на следующем представлен вариант интерпретации операционной оценки конкурентоспособности субъекта, которая предложена В. А. Мошновым. [33,с.101-109]



## .2. Количественная оценка отрасли и конкурентной каждого обособленного компании

К преимуществам методов необходимо учесть весьма аспектов (операций) компании, что наибольшие предпосылки наиболее точной его конкурентоспособности.

операционных методов считать то, они базируются раскрытии факторов ( ), обуславливающих конкурентоспособность субъектов, при акцент совершается раскрытии максимального данных факторов, их исчерпывающего (определенные технологии обработку десятков показателей финансово- деятельности). [б,с.481-486]

Подводя вышесказанному, можно ряд выводов:

- является динамическим , изменение которого от различных внешних, так и факторов.

- конкурентоспособность является относительной , базой для выступает основной или эталон. экономической категории « предприятия» требует управленческого подхода, заключается, в первую , в адаптированной методике конкурентоспособности предприятия, даст возможность специфику деятельности и получать достоверные .

Таким образом, рассмотрению термина " компании" нужно сложное взаимодействие , научно-технических, , организационно-управленческих, и других факторов и не только компании, но и в общем.

## **ГЛАВА 2. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И ЕЕ НА ООО « АЭРО»**

### **2.1 Организационно- характеристика деятельности «ТТ АЭРО»**

«ТТ АЭРО» одним из продавцов автомобилей рынке Республики с 1991 года. Специализация — , сервисное и гарантийное автомобилей в Казани, любых запасных для всей продаваемых нами , автоаксессуаров, покрышек, , и т. п.

Компания ООО « АЭРО» представляется дилером многих автопроизводителей — ОАО «», ООО «Русские » (Автобусы ПАЗ, КАВЗ, Автобусы , Автобусы ЛиАЗ), известных зарубежных — Инфинити, Ниссан, , Сузуки, Киа. год более 5000 автомобилей обретают владельцев. В самых населенных пунктах Татарстан — Казань, Челны — размещены , где высококвалифицированный всегда поможет нужный именно Вас автомобиль.

продажи автомобилей, ООО «ТТ » осуществляет техническое и обслуживание автомобилей , в том числе и сборки. Современное и диагностическое оборудование возможность техническим центра, прошедшим сертификацию, конкретно поломку и выполнить любой трудности с условий производителя к и срокам работ.

структура автосалона линейную типологию руководитель и подчиненный. организационная структура четкую систему связей, оперативность в решений.

Организационная предприятия приведена в 3, структура автосалона на рисунке 3.

Директор

Заместитель директора

Бухгалтерия: Гл.  
бухгалтер  
Руководитель  
отдела 2 ведущих  
сервиса специалиста

Руководитель отдела продаж

Отдел продаж 6 менеджеров	Отдел кредитования и страхования 2 специалиста	Отдел маркетинга: Маркетолог 2 системных администратора	Отдел сервиса
---------------------------	------------------------------------------------	---------------------------------------------------------	---------------

Администратор салона 2  
специалиста

Охрана и обслуживающий персонал

Касса  
2  
кассира

### .3. Организационная структура

Из рисунка четкая подчинённость отделами.

Деятельность, на укрепление существующих клиентов направление постоянных с клиентами: поздравление с рождения клиента, с рождения автомобиля, , звонки/етай/-рассылки, информирование о ДЦ, о текущих и событиях.

В процессе своей деятельности обязано вести , бухгалтерский и статистический на основании , установленного российским .

Для осуществления процесса ООО « АЭРО» обладает необходимыми производственными , технологическим оснащением, а квалифицированным

персоналом.

элементом в процессе анализа финансового организации является имущественного состояния, а активов и пассивов . В ходе анализа и пассивов появляется определения динамики текущего состояния в периоде. Анализ осуществлять на абсолютных и по показателей структуры .

В таблице 1 представлены экономические показатели ООО «ТТ » за период лет

Таблица 1

показатели финансово- деятельности ООО « АЭРО» в 2016-2018 г.г. (тыс..)

Показатели	2016год	2017год	2018год	Абс. откл. (+,-),		Темп	
				тыс. руб.		прироста, %	
				2017г.к 2016г.	2018г.к 2017г.	2017г.к 2016г.	2018г.к 2017г.
1. Выручка, тыс. руб	132151	139397	76211	+7246	-63186	105,48	54,67
2. Полная себестоимость, тыс. руб.	298652	607286	751158	308634	143872	203,34	123,69
3. Прибыль от продаж, тыс. руб	8260	17885	142	+9625	-17743	216,53	0,79
4. Чистая прибыль, тыс. руб	145	5090	332	+4945	-4758	3510,3	6,52

5. Затраты на 1 руб. выручки, руб.	0,77	1,47	1,57	0,70	0,10	190,82	106,65
6.Рентабельность продаж, %	0,11	3,65	0,44	3,54	-3,21	3318,18	12,05

Анализируя основные показатели деятельности предприятия за 2016-18гг., можно сделать , что на изучаемого периода выручки от работ и услуг в 2017 был больше сравнению с 2016 годом. при этом 7246 тыс. руб. 105,48%. В 2018 году в сравнении с 2017 объем выручки на 63186 тыс. ., что отражает роста равный 54,67%.

отметить, что в 2017 в сравнении с 2016 годом рост себестоимости производства на 308634 . руб. или 123,69%. Следовательно, показатель увеличился более в 2 раза в сравнении с изменения показателя . В 2018 году в сравнении с 2016 также происходит себестоимости производственного превышающий темп выручки от на 143872 тыс. . или на 23,69%. В счете, это причиной снижения прибыли от на 17743 тыс. .

Таким образом, бы отметить, эффективность функционирования «ТТ АЭРО» в 2018 в сравнении с периодом 2016-2017 г. тенденцию к снижению.

выявления уровня организации в соответствии с ликвидности ее , как правило, баланс. В процессе баланса происходит величины средств активу, которые в зависимости от их ликвидности, к обязательств по , которые сгруппированы в от сроков погашения.

Процедура платежеспособности может осуществлена посредством наличия и поступления совместно с платежами необходимости. Хотелось отметить, что платёжеспособности предприятия многом определяется баланса.

В таблице 2 данные, которые необходимыми для показателей платежеспособности предприятия.

Таблица 2

показателей платежеспособности «ТТ АЭРО» 2016–2018 гг.

Показатели платежеспособности				Изменение	Изменение	Норматив
	2016.	2017 г.	2018г.	2017 г. к 2016 г. (+,-)	2018 г. к 2017 г. (+,-)	
Коэффициент текущей ликвидности	1,0	0,88	0,71	-0,12	-0,17	>2
Коэффициент средней ликвидности	0,74	0,59	0,26	-0,15	-0,33	>1
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,12	0,00	0,00	-0,12	0	>0,2
Коэффициент совокупной платежеспособности	0,01	0,09	0,04	+0,08	-0,05	>1
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,49	-0,15	-0,40	-0,34	-0,25	>0,1

Коэффициент ликвидности характеризуется к снижению (с 1,0 в 2016 году 0,71 в 2018 году). Такая указывает на то, что исследуемое обладает довольно уровнем платежеспособности. средней ликвидности имеет тенденцию к снижению. Коэффициент абсолютной указывает на то, что с данной не стоит без предоплаты.

общей платежеспособности на то, в процессе ликвидации, общество имеет погасить задолженность кредиторами только в не больше 4% совокупной величины. Данный показатель критически низким.

В с тем, что коэффициента текущей и коэффициента обеспеченности средствами указывает признание структуры неудовлетворительной, следует значение коэффициента платежеспособности.

Таким , можно сделать , что по 2016 года коэффициент платежеспособности был 0,41, а по завершении 2018 соответственно 0,31. В связи с , что коэффициент значение меньше , это указывает то, что «ТТ АЭРО» обладает реальной к восстановлению своей .

Состояние источников материальных запасов внутреннюю финансовую предприятия.

В таблице 3 расчет показателей источников формирования запасов исследуемого .

Таблица 3

Состояние формирования материальных ООО «ТТ »

Показатель	2016год	2017 год	2018 год
Материальные запасы (МЗ)	5568	16292	17716
Собственные оборотные средства (СОС)	-10425	-7411	-11391
Функционирующий капитал (КФ)	161	-6861	-11341
Кредиты банка и займы используемые для покрытия запасов	-	8947	7030
Расчеты с кредиторами по товарным операциям	19440	38764	26047
Совокупная величина источников формирования материальных запасов (И)	19601	40850	21736
СОС – МЗ	-15993	-23703	-29107
КФ – МЗ	-5407	-23153	-29057

И - МЗ

14033 24558 4020

По данным 3 можно сделать , что материальные в 2017 году возросли в 3 раза в сравнении с 2016 . Показатель собственных средств принял значение, что недостаток собственных для покрытия и затрат. Исходя проведенных расчетов , что ООО « АЭРО» характеризуется уровнем внутренней устойчивости. На указывает состояние формирования материальных , то есть - МЗ < 0; КФ - < 0; И - МЗ > 0. Данное финансовое положение причиной периодически задержек по и расчетам, а также денежных средств.

В 4 представлен расчет рыночной финансовой для исследуемого .

Таблица 4

Показатели устойчивости ООО « АЭРО»

Показатель	2016 год	2017 год	2018 год
Коэффициент независимости	0,01	0,08	0,03
Коэффициент финансовой зависимости	0,99	0,92	0,97
Коэффициент задолженности	132,94	10,78	27,63
Доля дебиторской задолженности в стоимости имущества	0,41	0,54	0,25
Удельный вес дебиторской задолженности в текущих активах	0,62	0,67	0,37
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	-0,49	-0,15	-0,40

Коэффициент маневренности	0,68	-1,29	-7,91
Коэффициент финансовой устойчивости	0,34	0,09	0,04
Коэффициент финансирования	0,01	0,09	0,04

Коэффициент в данном случае высокой степенью , это указывает то, что «ТТ АЭРО» критически низкой собственных средств в всех средств .

Коэффициент финансовой отражает зависимость от заемных . Так, в 2016 году показатель составил 0,99, в 2017 коэффициент финансовой снизился на 0,07, а в 2018 вновь увеличился 0,05. Следовательно, удельный заемных средств в имущества больше нормы в 2 раза, является очень для предприятия.

, чтобы коэффициент имел величину более единицы, а конец 2017 года показатель был 132,94. Из этого , что исследуемое имеет существенную от внешних . В 2017 году данный был равен 10,78 -за получения прибыли, а в 2018 году увеличился на 16,85 в с 2017 годом.

Доля задолженности в стоимости и удельный вес задолженности в действующих предприятии превышают нормы в 2016 и 2017 гг.

обеспеченности собственными средствами за период характеризуется значением, что на отсутствие у «ТТ АЭРО» оборотных средств.

маневренности должен 0,5. В 2016 году данный был равен 0,68, в 2018 он существенно и составил (-7,91), следовательно, собственного капитала «ТТ АЭРО» меньше величины активов.

Коэффициент устойчивости должен 0,7. В 2018 году в сравнении с 2016 данный коэффициент на 0,3, что на снижение веса долгосрочных , следовательно, финансовое изучаемой организации .

В связи с тем, коэффициент финансирования значение меньше , так как часть имущества «ТТ АЭРО» из заемных , это может причиной низкой и затруднений в получении .

Таким образом, сделать вывод, ООО «ТТ» является ненадежным. Финансовая устойчивость очень низкая. Этого является количество долгов поставщиками и подрядчиками, предприятия и иными.

В таблице 5 представлен оборачиваемости активов, является одним видов финансового капитала.

Таблица 5

показателей деловой ООО «ТТ»

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	Динамика	Динамика
				2018 от 2017 г.	2018 от 2016 г.
1.Оборачиваемость оборотных активов	7,5	3,9	1,9	-2	-5,6
2. Средняя величина оборотных активов	17617	35551,5	39125,5	+3574	+21508,5
3.Длительность оборота	48	92	189	+97	+141
4. Оборачиваемость дебиторской задолженности	13,2	5,9	3,4	-2,5	-9,8
5. Срок дебиторской задолженности	27	61	105	+44	+78
6. Удельный вес дебиторской задолженности в совокупности оборотных активов	56,85	65,6	56,37	-9,23	-0,48
7. Оборачиваемость запасов	22,8	10,7	4,07	-6,63	-18,7

8. Период хранения запасов	15	33	88	+55	+73
9. Оборачиваемость кредиторской задолженности	10,15	4,1	1,89	-2,21	-8,3
10. Период кредиторской задолженности	35	87	190	+103	+154
11. Период операционного цикла	42	94	193	+99	151
12. Период финансового цикла	7	7	3	-4	-4

Показатель оборачиваемости активов отражает оборота оборотных организации. Данные б говорят о том, количество оборотов в 2016 году составило 7,5 , а в 2018 году данный уменьшился на 5,6 . Среднее значение активов возросло в 2018 в сравнении с 2016 годом 21508,5 тыс. руб.

обороты оборотных возрос в 2018 году в с 2016 годом на 141 .

Показатель оборачиваемости задолженности снизился с 13,2 в 2016 году до 3,4 в 2018 году. Период задолженности возрос 78 дней. Это на более период погашения долгов. Удельный дебиторской задолженности в 2016 составляет 56,85%, в 2017 году - 65,6%, а в 8 году 2018 - 56,37%.

Показатель оборачиваемости характеризует скорость товарно-материальных . Данный показатель в 2018 снизился в сравнении с 2016 на 18,7 оборота. хранения запасов увеличился на 73 (в 2016 году - 15 дней, в 2017 - 33 дня, а в 2018 году - 88 ).

Показатель оборачиваемости задолженности снизился в 2018 в сравнении с 2016 годом 8,3 оборота. Срок задолженности возрос в 2018 на 154 дня в с 2016 годом.

Период цикла возрастает, счет возрастания дебиторской задолженности и запасов.

Период цикла на 2016-2017гг. был 7 дням, а в 2018 году снизился на 3 . Причиной снижения финансового цикла увеличение длительности кредиторской задолженности.

К общим показателям эффективности использования организации и динамичности развития необходимо показатели результативности -хозяйственной деятельности, есть показатели и рентабельности, которые представлены в таблице 6.

6

Расчет показателей , %

Показатель	2016г	2017 г	2018г	Динамика 2017 г. от 2016г. (+,-)	Динамика 2018 г. от 2017г. (+,-)
Рентабельность продаж	6,25	12,83	0,19	+6,58	-12,64
Рентабельность активов	0,55	10,77	0,64	+10,22	-10,13
Рентабельность внеоборотных активов	1,65	43,50	2,59	+41,85	-40,91
Рентабельность оборотных активов	0,82	14,32	0,85	+13,5	-13,47
Рентабельность собственного капитала	87,88	182,96	9,82	+95,08	-173,14
Рентабельность затрат	6,67	14,72	0,19	+8,05	-14,53

Показатель рентабельности капитала в 2016 году равен -87,88, в 2017 году - 182,96, а в 2018 - 9,82. Сокращение величины показателя указывает то, что собственного капитала менее эффективным.

рентабельности затрат эффективность затрат. В 2016 рентабельность затрат равна 6,67 прибыли 1 рубль затрат, в 2017 14,72 прибыли на 1 затрат, а в 2018 году 0,19 на 1 рубль .

Наиболее эффективным решения взаимосвязанных помимо финансового и стратегического планирования, операционный анализ, элементами которого : операционный рычаг, маржа, порог , а также запас прочности.

Таблица 7

запаса финансовой ООО «ТТ » (тыс.руб.)

Показатель	2016 г.	2017г.	2018 г.	2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.
Выручка от продаж	132151	139397	76211	+7246	-63186	-55940
Переменные затраты	118403	114310	69232	-4093	-45078	-49171
Маржинальный доход в составе выручки от продаж	13748	25087	6979	+11339	-18108	-6769
Уровень (доля) маржинального дохода в выручке от продаж	0,104	0,18	0,09	+0,076	-0,09	-0,014
Прибыль от продаж	8260	17885	142	+9625	-17743	-8118
Постоянные издержки	5488	7202	6837	+1714	-365	+1349

Сила влияния операционного рычага	1,66	1,40	49,15	-0,26	+47,75	+47,49
Критическая точка объема продаж	52752,74	40018,22	74660,35	-12734,52	+34642,13	+21907,61
Запасы финансовой прочности	79398,26	99378,78	1550,65	+19980,52	-97828,13	-77847,61
Уровень запаса финансовой прочности в объеме продаж, %	60,08	71,29	2,03	+11,21	-69,26	-58,05

данным таблицы 7 сделать вывод о , что маржинального достаточно не для покрытия расходов, но и для накопления . В 2017 году маржинальный возрос в сравнении с 2016 на 11339 тыс. . Причиной этого возрастание выручки реализации и сокращение затрат.

Операционные обладают некой воздействия, которая , на сколько изменяется прибыль в изменения выручки 1%. В данном случае 10%-ном росте прибыль увеличилась в 2016 на 16%, в 2017 году 14%, а в 2018 году на 491%.

точка объема указывает на , что в случае выручки порогового (в данном случае в 2016 - 52752,74 тыс. руб., в 2017 - 40018,22 тыс. руб., в 2018 - 74660,35 тыс. руб.), предприятие не ни прибыли, убытка. Именно сумма требуется покрытия имеющихся . Наибольшей устойчивостью отличается в 2017 году. связано с тем, запас финансовой находится на высоком уровне. в 2018 году в сравнении с 2017 данный показатель на 97828,13 тыс. ., что оказало на снижение на 63186 тыс. .

В таблице 8 представлен эффекта финансового ООО «ТТ ».

Таблица 8

Расчет финансового рычага (.руб.)

## Динамика

Показатели	2016 год	2017 год	2018год	Динамика		
				2017 г. к 2016 г.	2018 г. к 2017 г.	2018 г. к 2016 г.
Общий капитал, тыс. руб.	26339	47251	51907	+20912	+4656	+25568
в том числе: собственный капитал	165	2782	3381	+2617	+599	+3216
заемный капитал	26174	44469	48526	+18295	+4057	+22352
Прибыль от продаж, тыс. руб.	8260	17885	142	+9625	-17743	-8118
Общая рентабельность капитала, %	31,36	37,85	0,27	+6,49	-37,58	-31,09
Сумма процентов за кредит, тыс. руб.	2201	1788	1160	-413	-628	-1041
Налогооблагаемая прибыль, тыс. руб.	483	7010	1101	+6527	-5909	+618
Налог на прибыль, тыс. руб.	338	1920	769	+1582	-1151	+431
Чистая прибыль, тыс. руб.	145	5090	332	+4945	-4758	+187

Рентабельность собственного капитала, %	87,88	182,96	9,82	+95,08	-173,14	-78,06
Эффект финансового рычага, %	225,89	186,65	22,50	-39,24	-164,15	-203,39

По таблице 8 можно вывод, что эффекта посредством рычага предприятие в 2016 году. В 2017 году финансового рычага в сравнении с 2016 годом 39,24%. Причиной этому рост совокупного на 20912 тыс. . и снижение плеча рычага. В 2018 году финансового рычага на 164,15% в сравнении с 2017 .

В таблице 9 представлена банкротства для предприятия на четырехфакторной модели.

9

Четырехфакторная модель банкротства

Период    Значение R    Шансы возникновения банкротства

2016год 0,87            Минимальные

2017 год 0,19            Средние

2018 год -1,98            Максимальные

По таблицы 9 можно вывод, что банкротства для «ТТ АЭРО» к 2018 году является . Следовательно, в ходе анализа финансовых деятельности и деловой ООО «ТТ » выяснилось, что оборачиваемости на 2016-2018гг. снижаются, оборота запасов, и кредиторской задолженности .

Наибольшего значения рентабельности достигли в 2017 по причине наиболее высокой прибыли. В 2018 году рентабельности характеризуются снижением, по снижения показателя от реализации.

образом, можно вывод, что к 2018 году вероятность для ООО « АЭРО» достигла значения.

## 2.2 Анализ среды ООО « АЭРО»

Для нужно рассмотреть среду компании, -анализ таблица 10.

10

PEST-анализ

Политико-правовые факторы

- законы в сфере трудовых отношений;
- налоговая система;
- государственное воздействие в отрасли
- политическая стабильность;
- государственные законодательные акты

Экономические факторы

- цены на энергоресурсы;
- уровень повышению инфляции;
- уровень безработицы;
- уровень конкуренции в отрасли;
- возможность гос.поддержки

Социально-культурные факторы

- демографические изменения (образ жизни, привычки);
- изменения в образе жизни;
- изменение вкусов, моды и предпочтений покупателей

Технологические факторы

- государственная налоговая политика;
- возникновение новой продукции-аналога
- новые производственные технологии

помощи критериев работы со заинтересованных компаний исследование внешней на компанию и данные в таблице 11.

11

## Критерии оценки групп

Заинтересованные группы	Критерии оценки	Анализ
Клиенты	Соотношение потребительских свойств и цены, доступность продукции, сервис.	Продукция доступна широким слоям населения, имеет высочайшие потребительские качества
Государственные органы	Выполнение законов, уплата налоговых платежей, поддержка гос. программ.	Предприятие действует в рамках законодательства, производится своевременная уплата налоговых платежей.
Профсоюзы	Уровень заработной платы, стабильность занятости	В организации существует возможность карьерного роста, размеренный уровень заработной платы.
Кредиторы	Надежность выполнения условий контрактов	Своевременное погашение кредитных обязательств компании.
Поставщики	Скорость и своевременность исполнение заказов.	Отлаженная система закупок, отлажены связи с необходимыми поставщиками сырья и материалов.
Конкуренты	Скорость проникания на рынки нововведений, конкурентные преимущества	Компания является конкурентоспособной на рынке, в связи с тем, что является местным производителем и имеет ценовое преимущество.

Общественность	Вклад в развитие общества через уплату налогов, создание рабочих мест.	Организация осуществляет вклад в развитие общества через уплату налогов.
----------------	------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------

Внешние , которые имеют воздействие на и будущую жизнедеятельность «ТТ АЭРО» – отличная политика , финансовая устойчивость, демографическая ситуация, отдельной сети, инфляции, цены энергоресурсы, конкуренты внутреннем рынке, средств в обращении и активности покупателей.

основе данных важным представляется EFAS-анализа ( анализа внешних факторов) (табл.12).

12

#### EFAS-анализ

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
Возможности			
Экономическая стабильность	0,03	3	0,09
Отличная политика страны	0,2	2	0,4
Появление новых продуктов	0,15	2	0,3
Демографическая ситуация в регионе	0,02	3	0,06
Угрозы			
Цены на энергоресурсы	0,07	2	0,14
Уровень инфляции	0,03	2	0,06

Количество денег в обращении	0,1 4	0,4
Конкуренты на внутреннем рынке	0,15 4	0,6
Понижение активности покупателей	0,15 1	0,15
ИТОГО		2,2

В случае рассчитанное 2,2 указывает, что изучаемого предприятия имеющие влияние факторы внешней находятся на уровне.

В итоге, сделать заключения, главными негативными , с которыми сталкивается предприятие, являются:

- инфляции в России и обстановка экономики;
- количество новинок;
- прибыли предприятия;
- себестоимость.

Реализации в РФ в 2018 г. продолжили четвертый год . Из-за число автодилеров на 8%, или 300 ; салонов сегодня 3,5 тыс. В этом снижение продолжится: будет еще 150 меньше, предсказывают

В 2019 г. могут прикрыться 150 центров. Снижение сети происходит 3- год подряд: с 2016 рынок утратил 750 дилеров.

Сейчас, сведениям РОАД, в функционируют 3,5 тыс. центров легковых . Значительное снижение сети пришлось 2017-2018 года, когда в , в соответствии с данным «», закрылись примерно 500 . На основании 2016 в государстве работали 4,1 тыс. центров. при открытии ориентировались на 3,5 миллионов. автомобилей. объеме рынка 1,4-1,5 автомобилей подобное дилеров избыточно.

В 2018 г., в с сведениям Ассоциации бизнеса (АЕБ), новых легковых и автомобилей в РФ на 11%, вплоть 1,4 миллионов. штук. В рынок показал 4-ый год : в 2015г. продажи уменьшились 5%, в 2016-м — на 10,3%, в 2018 г. — на 35,7%.

причина закрытия центров — значительное продаж новых . Ранее дилеры в зарабатывали на автомобилей, следовательно продаж, бесспорно, на их .

Сегодня на дилерское предприятие в среднем 35 автомобилей в , что безусловно для стабильного положения дилеров, начальник экспертно- управления ГК «» Артем Зябин. емкость рынка подобного числа признает и Светлана , PR-руководитель крупного автодилера — «Рольф». К тому ряд брендов, в с сведениям АЕБ, теряет позицию рынке. Порой по собственной воздерживаются от продающихся автомобилей марки, чтобы не работать в ущерб, но их не возможно.

На числа дилеров и их высокая , отмечает Удалов. будет находиться в от того, из дилеров более благополучно в 2019 г., признает главный петербургского холдинга «-Авто» Владислав .

Доходы многих на самом уменьшились. Часть разорилась и оставила , тем не из числа есть и те, сумели подзаработать в числе и в кризис. первоначально лишь игроки: в первом 2018 года по с аналогичным периодом 2017 увеличили продажи «», «Автомир», «Транстехсервис» и «» (АСЦ), перечисляет .

По мониторингам , единый размер автомобилей по 2019 года может 1,48 миллионов. штук, есть на 4% , чем в 2018 г.. В Subaru и полагают, что в 2019 г. может увеличиться чуть значительнее — 4-5%, рассказывали ранее их представители. до 5% может рынок и по «Автостата».

В 2019 г. рынок покажет значительный , следовательно на останутся только финансово стабильные .

В обстоятельствах рыночных маркетинг представляется из главных составляющих фирмы. того, насколько создана система , находится в зависимости функционирование фирмы.

любой фирмы на результат ею конечных . Результат этих может быть вследствие реализации маркетинга, согласно необходимо осуществить комплекс мероприятий, целью работы . На практике подобных событий всегда оказывается предсказуемой. Следовательно постоянно принимать внимание фактическое дел и осуществлять запланированных мероприятий. этого уместно маркетинговый контроль.

маркетинг компании «ТТ АЭРО» противоречит правилам , который включает в следующие механизмы:

- стандартам;

- рекламные , нацеленные на продаж;
- BTL-;
- финансовая поддержка затрат.

Управление в ООО «ТТ » происходит в условиях маркетинговой структуры.

за соблюдением стандартов бренда в следующих направлениях:

- индификация дилерских (CI,SI);

(CI) - внешняя , описывает уникальный подход к оформлению и организации дилерского (ДЦ), который их узнаваемым всему миру.

CI, используются следующих целей:

- - 1. крепкого имиджа ;
  - 2. Повышения узнаваемости ;
  - 3. Повышения удовлетворенности при посещении .[19,с.361]

Каждый из элементов внешней индификации служит привлечения внимания к ДЦ.

Поэтому должны располагаться в с высокой проходимостью, близко к основным с высоким трафиком и хорошо просматриваться с .

Для оценки и слабых сторон , а также собственных и недостатков можно балльную систему.

, что для рейтинговой оценки необходимо выбрать . В рамках данной работы экспертами автор дипломной , и директор ООО « АЭРО».

Таблица 13

деятельности конкурентов с обычной балльной

Оценочные параметры	ООО «VIP-АВТО»	ООО «ТТ АЭРО»	ООО «АвтоБрокер»
Ассортимент	5	4	5
Цены	5	4	2

Реклама	5	5	2
Система скидок	5	1	1
Клиенты	5	4	3
Объем продаж	5	4	3
Наличие и размер филиальной сети	0	0	0
Численность персонала	4	4	2
Репутация	5	5	2
Известность	4	5	1
Уровень обслуживания клиентов	4	5	2
Приверженность клиентов	5	4	2
Занимаемая доля рынка	4	4	4
Итого средний балл	4,3	3,8	2,2

Таким образом, основании таблицы сделать вывод о , что у VIP- самый высокий балл, на месте находится предприятие ООО « АЭРО».

В таблице 14 оценка факторам, на конкурентную ООО «ТТ », по следующей :

1 балл - неудовлетворительная ;

2 балла – удовлетворительная ;

3 балла – превосходная .

Таблица 14

Оценка позиций ООО « АЭРО»

Фактор	Балл	Комментарий	Направления совершенствования
Удобство расположения	3	В деловой части города, со многим количеством заведений, удобной инфраструктурой	Расширение площади
Доступная цена	3	Цены подходящие	Провести тщательный ценовой анализ, определить способы системы скидок и программ лояльности для ключевых клиентов
Комфортность	2	Максимальная «приватность»	Отслеживать современные тенденции
Эффективность продвижения	2	Дизайн сайта не примитивный и выполнен профессионально, контент сайта полный	Провести анализ эффективности продвижения с помощью интернет- сервисов. Выявить пути повышения конверсии посетителей сайта.

Для , что нужно и улучшить в деятельности существует такой , как SWOT-. Он позволяет , в каком направлении действовать, какие и тактические цели , путем рассмотрения и слабых сторон , угроз и возможностей.

представлена таблица, описаны вышеперечисленные , относительно ООО « АЭРО».

Таким , можно сделать выводы по преимуществам и недостатками «ТТ АЭРО».

преимущества:

1. Удобное – в центральной части , недалеко от комплекса со количеством заведений типа.
2. Ценовые соответствуют условиям конкурентов, однако цены и «приватности» – в пользу ООО « АЭРО».
3. Контент ООО «ТТ » глубокий и полный. в режиме присутствует обратной связи с .
4. Комфорт и обстановка.

недостатки:

1. Достаточно месторасположения рядом с .

На наш , основными движущими определяющими развитие отрасли являются :

- Законодательная база отношения в данной отрасли. От прописанных в законах, к , зависит количество и растоможивания ввозимых территорию страны б/у . Данные автомобили весомую конкуренцию автомобилей выпускаемых территории РФ, в числе отечественными . В этой связи аспектом является России в ВТО и с процессам изменения в базе.
- Важным является развитие . От достижений в направлении деятельности конкурентоспособность определенного продукции. К примеру, один из автомобилей добьется снижения расхода автомобилем при изменениях в цене изделия, то факт станет конкурентным преимуществом производителя.
- Доходы также могут сказаться на автомобильной отрасли. объема доходов показателей потребителей рыночный объем на продукцию . Соответственно при доходов потребителей, будет иметь спрос на продукцию.
- Государственные направленные на новых автомобилей государственных нужд и программы утилизации автомобилей, также сказывается на автомобильной отрасли. К , при запуске утилизации и соответственно за утилизированные , в значительной мере развитию спроса автомобили по .
- Мировые цены газ и нефть, фактор необходимых материалов при автомобиля.

Таблица 15

-анализ для «ТТ АЭРО»

## Сильные стороны:

1. Популярность бренда Datsun среди автолюбителей (по данным АВБ марка Datsun занимает одни лидирующие позиции по популярности в России)
2. Государственная программа субсидирования моделей Datsun 2 и Datsun 3 способствует росту популярности бренда.
3. Государственная программа утилизации помогает приобрести автомобиль.
4. Монопольное положение автосалона, который является официальным дилером компании Datsun. Отсутствие необходимости проводить атакующие кампании.
5. Рост продаж
6. Ведется постоянная работа руководства с персоналом автосалона.
7. Опыт проведения мероприятий и акций.

## Слабые стороны:

1. Нет единого видения проблемной ситуации со стороны руководства автосалона и отдела маркетинга.
2. Низкое качество сервиса автосалона провоцирует недовольство покупателей, судебные иски, негативные отзывы и комментарии в интернете.
3. Отсутствие четкого маркетингового плана.

#### Угрозы:

1. Нестабильность глобальной экономики, которая негативно влияет на уверенность покупателей, а следовательно на их покупательскую способность.

2. Завершение государственной программы субсидирования и утилизации может повлечь за собой снижение уровня спроса на модели марки Datsun.

3. Угроза скорого насыщения рынка

4. Выравнивание по показателям цена-качество-комплектация конкуренции среди автосалонов.

#### Возможности:

1. Продление государственных программы субсидирования.

3. Автокредитование становится более доступным.

4. С помощью смещения внимания на сервис возможно увеличение прибыли.

5. Развитие продаж через Интернет.

вероятными угрозами среды на взгляд являются :

- Усиление конкуренции стороны как действующих участников , так и потенциально . К действующим на момент участникам относятся мировые и их дилеры территории РФ, как: Mercedes, , Hyundai, Volvo, , Mitsubishi, Daf, .
- Уход персонала к . Является весьма угрозой, в связи с на предприятии возникнуть спад труда и уменьшения деятельности организации в .
- Недобросовестное отношение к своим обязанностям, а факты получения и использования имущества в личных целях.
- затоваривание складов продукцией, в следствии снижение оборачиваемости организации.
- Отсутствие схемы поставки клиентам. Уход в следствии недовольства поставки товара.

В предприятие может со следующими своей деятельности:

- стоимости ресурсов для осуществления предприятия (свет, , вода).

- Повышение ставки по выдаваемым банком, в чего может финансовое состояние .
- Увеличение количества и претензионных заявлений -за неквалифицированного сотрудниками организации .

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Подводя проведенной работы, отметить следующее.

компания - это преимущество по к иным предприятиям области внутри и за ее . Конкуренентоспособность не имманентным качеством , это значит, конкурентоспособность компании быть оценена лишь в рамках компаний, имеющих к одной отрасли, компаний, выпускающих продукты (услуги). можно выявить лишь сравнением собою этих как в масштабе , так и в масштабе рынка.

Таким , конкурентоспособность фирмы - относительное: одна и же компания в , к примеру, региональной группы имеет быть признана , а в рамках отраслей рынка или сектора - нет. уровня конкурентоспособности, т.е. характера конкурентноспособного компании по с иными фирмами, в первую очередь в базовых объектов сравнения, другими , в выборе компании- в отрасли страны за ее . Подобная компания- обязана обладать параметрами:

- соизмеримостью выпускаемой продукции идентичности потребностей, с ее помощью;
- частей рынка, которых специализирована продукция;
- соизмеримостью жизненного цикла, в работает компания.

образом, конкурентное одной компании другой имеет быть оценено в случае, если две компании идентичные потребности , принадлежащие к родственным рынка. При компании находятся в 1 и тех же жизненного цикла. В случае, если обстоятельства никак соблюдаются, сравнение некорректным.

В работе анализ финансового ООО «ТТ ». Изучена технико- характеристика данной , проанализирована платежеспособность, результаты деятельности, а деловая активность.

итогах проведенного финансового положения , можно сделать , что для «ТТ АЭРО» кризисное финансовое .

Для предприятия «ТТ АЭРО» разработана концепция конкурентоспособности предприятия, и конкурентная стратегия, как «стратегия ».

Для развития компании ООО « АЭРО» необходима политика в продвижении Датсун. Следует методы продвижения: , стимулирование сбыта, с общественностью, прямой , личные продажи.

В исследования проекта « ООО «ТТ »», который будет в себя такой , как блог .

Благодаря проекту «ООО «ТТ »», клиент всегда в курсе всех его вопросов, во время на технический , заказать нужны и пообщаться с другими .

В результате завершения , бренд Датсун , продаваемым и востребованным рынке сбыта.

## **ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

### **акты**

1. Федеральный от 08.02.1998 N 14-ФЗ (. от 23.04.2018 N 87-ФЗ) « обществах с ограниченной »

### **Источники на языке**

1. Акмаева, Р.И. менеджмент малого : Учебное пособие / Р.И. . - Рн/Д: Феникс, 2015. — №12. — С. 371-373.
2. , А.М. Производственный менеджмент: для бакалавров / И.Н. , А.М. Беляев, В.В. Лобачев; ред. И.Н. Иванов. - М.: , - 2014. - №1. - С. 118-121
3. Батулин, В.К. Общая управления: Учебное для студентов , обучающихся по "Экономика" и "Менеджмент" / В.К. . - М.: ЮНИТИ-ДАНА, - 2015. С. 11-15.
4. , В.А. Философия управления теорией менеджмента и культуры / В.А. Беляев. - М.: Либроком, - 2015. - №13. - С. 364-366.
5. Бранденбургер , Нейлбафф Барри сотрудничество в бизнесе; - Москва. - 2017. - С. 481-486
6. Гукасян, Н.А. предприятия. Просто о / Н.А. Гукасян. - СПб.: , 2015. — С. 85-87.

7. Гайнутдинов, Э.М. Производственный : Учебное пособие / Э.М. , Л.И. Поддерегина. - Мн.: шк., 2015- С. 46-48.
8. Глухов, В.В. менеджмент. Анатомия . Lean production: пособие / В.В. Глухов, Е.С. . - СПб.: Лань, - 2016. - № . - С. 181-186
9. Гинзбург, М.Ю. Финансовый на предприятиях и газовой промышленности / М.Ю. , Л.Н. Краснова, Р.Р. Садыкова. - : Инфра-Инженерия, 2016. - 60 с.
10. Леонид Конкуренция и . Экономические перспективы Балтики; Европа - . - 2014. - № 4 (24). - С. 67-70.
11. Данилов, И. П. Конкурентоспособность России. Теоретические и методология / И.П. Данилов. - М.: +РООИ "Реабилитация", - 2015. - № 7-1. - С. 159-162
12. , А.П. Основы менеджмента: для вузов / А.П. . - Н.Новг.: НИМБ, 2017. — 189 с.
13. , В. Н. Импортозамещение продукции . Факторы конкурентоспособности / В.Н. , С.А. Иванов. - М.: Финансы и , - 2014. - № 3-2 (12). - С. 79-82.
14. Захаров А.Н., Зокин А.А. предприятия: сущность, оценки и механизмы // Бизнес и банки. — 2014. — № 1-2. - С.31-34
15. , Н.И. Основы менеджмента / Н.И. . - М.: Новое знание, - 2016. Т. 5. - № 1 (14). - С. 45-47.
16. , В.В. Основы теории менеджмента / В.В. Ковалев. - М.: , - 2014. - № 6. - С. 74-78.
17. Квасникова, В. В. Конкурентоспособность и организаций. Практикум / В.В. , О.Н. Жучкевич. - М.: Инфра-М, знание, 2015. - 495 с.
18. Конкурентоспособность и производственных систем. - : **Наука**, 2014. - 361 с.
19. Коротков, Э.М. менеджмента: Учебное / И.Ю. Солдатова, Э.М. Коротков; ред. И.Ю. Солдатова, М.А. . - М.: Дашков и К, Академцентр, 2014. - С. 36-39.
20. Израэл Конкуренция и ; Социум - Москва, 2015. - 126 с.
21. А. Б. Конкуренция в вопросах и ; ТК Велби, - Москва, 2014. - 256 с.
22. Лю С. конкурентоспособности предприятий // ученый. — 2014. — №21. — С. 372-373
23. Мескон, М.Х. менеджмента / М.Х. Мескон, М. , Ф. Хедоури. - М.: Вильямс, - 2016. Т. 29. - № 3. - С. 154-159
24. Д. Экономика бизнеса. , макростабильность и глобализация; . Лаборатория знаний - . - 2015. - №1. - С. 116-120.
25. Миротин, Л.Б. Основы и управление персоналом. ( концепция): Учебник вузов / Л.Б. Миротин. - М.: линия -Телеком, - 2015. — 160с.
26. Олеговна Потолокова управления сетями на базе / Мария Олеговна . - М.: LAP Lambert Publishing,2014. - 160 с.
27. Овчинников В. В. конкуренция; Институт стратегий - Москва. - 2016. - № 56-2. - С. 118-122

28. М. Конкуренция: учебник / М. - М.: Издательский дом «», 2014. - 608 с.
29. Портер, Майкл конкуренция. Конкурентные стран; М.: Международные - Москва. - 2015. - Т. 2. - № 1-2 (1). - С. 105-107.
30. Просветов Г. И. . Задачи и решения; -Пресс. - 2015. - № 6-1 (59-1). - С. 509-513.
31. Супрун В. А. капитал. Главный конкурентоспособности экономики в веке / В.А. Супрун. - М.: ,2014. - 291 с.
32. Солдатова, И.Ю. Основы : Учебное пособие / И.Ю. , М.А. Чернышева. - М.: Дашков и К, - 2015. - № 2-7. - С. 101-109
33. , С.Г. Производственный менеджмент предприятиях: Учебное / С.Г. Ситников. - М.: ГЛТ,- 2015. - С. 19-21.
34. , А.Н. Операционный (производственный) : Учебное пособие / А.Н. , А.В. Фель. - М.: НИЦ -М,- 2015. - №21. - С. 473-475.
35. Тарануха Ю. Б. Конкуренция. и процесс; Дело и . - 2014. - № 16 (262). - С. 4-15
36. Философова Т. Г., Быков В. А. . Инновации. Конкурентоспособность; -Дана - Москва,2014. - 432 с.
37. , Дж., Д. Основы менеджмента: Учебник / . Д. Хангер, Т.Л. Уилен. - М.: , - 2014. - № 3. - С. 21-22.
38. Хартанович, К.В. Основы / К.В. Хартанович. - М.: Академ. , - 2016. - № 5-1 (80). - С. 248.

### **Электронные ресурсы**

1. сайт ООО « АЭРО»
2. ERP- [Электронный ресурс] – доступа: <https://.moysklad.ru>

### Приложение 1

#### Анализ среды предприятия

Фактор макроокружения	Характер влияния на организацию	Возможная реакция организации
-----------------------	---------------------------------	-------------------------------

#### 1. Экономический блок

1. Сокращение доходов потребителей	«-» падает покупательная способность на товары организации, затрудняется сбыт, вынужденное сокращение объемов производства	Проведение маркетинговых исследований.  Поиск новых рынков
2. Вступление РФ в ВТО	«-» появление на рынке сильных конкурентов, уменьшение доли рынка компании	Улучшение качества продукта.  Расширение товарного ассортимента
3. Проведение в РФ Олимпийских игр и Чемпионата мира по футболу	«+» увеличение спроса на продукцию (грузовые автомобили) в целях подготовки к значимым мероприятиям	Увеличение объема продаваемой продукции
4. Экономический кризис в Европе и США	«-»сокращение объемов роста экономики, в следствии спад деловой активности во всех сферах деятельности	Разработка антикризисных мер
2. Технологический блок		
1. Появление новых моделей автомобилей	«-» моральное старение имеющихся моделей автомобилей	Разработка новых марок и брендов автомобилей.
2. Появление новых моделей автомобилей	«+»если данную разработку осуществит исследуемая компания, наличие конкурентного преимущества	Увеличение предложения на рынке

### 3. Политический блок

1. Нестабильность политической ситуации, связанная с выступлением оппозиции

«-» уменьшение спроса на продукцию в следствии нестабильности в обществе.

Снижение цен на продукцию

### 4. Правовой блок

1. Введение запрета на использование автомобилей марки «Газель» для пассажирских перевозок

«-» Сокращение объема продаж в сегменте пассажирского транспорта.

Расширение сбыта по остальным сегментам продукции.

2. Вступление РФ в ВТО

«-» Смягчение барьеров для выхода иностранных фирм на отечественный рынок

Работа над улучшением качества продукции

### 5. Социальный блок

1. Изменение вкусовых предпочтений потребителей продукции

«-» Сокращение объема продаж легковых отечественных и китайских автомобилей

Обновление продуктовой линейки предлагаемой продукции.

2

Организационная структура ООО «ТТ »

