**Содержание**

ВВЕДЕНИЕ……………………………………………………………………..…3

1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «ВВГСК»

1.1. Общая характеристика предприятия………………………………………..6

1.2. Динамика основных технико-экономических показателей

ООО «ВВГСК»........................................................................................................8

# 1.3. Анализ показателей производства и реализации продукции…………….11

# 1.4. Анализ эффективности использования ресурсов предприятия……….....15

### 1.5. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия……...........23

2. Анализ конкурентной среды и оценка конкурентных возможностей ООО «ВВГСК»

2.1. Характеристика конкурентов……………………………………………....26

# 2.2. Резервы возможного развития продукции фирмы………………………..28

## Исследование конкурентоспособности продукции………………………29

ЗАКЛЮЧЕНИЕ………………………………………………………………….31

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ…………………………………………………...…..35

**Введение**

В соответствии с концепцией маркетинга, компании достигают конкурентного преимущества путем разработки предложений, которые удовлетворяют потребителей в большей мере, чем предложения конкурентов. Компании могут предоставлять большую потребительную ценность, предлагая клиентам более низкие, по сравнению с конкурентами, цены на аналогичные товары и услуги или, обеспечивая больше выгод, которые оправдывают более высокие цены.

Таким образом, маркетинговые стратегии должны учитывать не только потребности клиентов, но также и стратегии конкурентов. Первый шаг в этом направлении – анализ конкурентов, т.е. процесс выявления и оценивания основных конкурентных стратегий, которые позволяют компании занять прочные позиции в борьбе с конкурентами и дают наиболее сильное из всех возможных преимуществ перед конкурентами.

В рыночной экономике решающим фактором коммерческого успеха фирмы является конкурентоспособность. Это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, техническим, экономическим, эстетическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации (цена, сроки поставки, каналы сбыта, сервис, реклама). Более того, важной составной частью конкурентоспособности товара является уровень затрат потребителя за период его эксплуатации.

Главная цель работы – провести маркетинговый анализ деятельности ООО «ВВГСК».

Исходя из поставленных целей, можно сформировать задачи:

* анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «ВВГСК»;
* определение конкурентов и конкурентоспособности предприятия.

В первом разделе работы представлены технико-экономические и финансовые показатели деятельности ООО «ВВГСК», их анализ, а также подробное описание самого предприятия: история его создания, виды деятельности и т.д.

Второй раздел содержит оценку конкурентоспособности ООО «ВВГСК». Так как конкурентоспособность продукции предприятия можно определить только при сравнении с продукцией конкурентов, оценка конкурентоспособности продукции ООО «ВВГСК» производится относительно его основных конкурентов.

В процессе исследования использовались методы сравнительного экономического анализа, теоретической статистики (сводка, группировка, индексный анализ), финансового анализа (балансовый, горизонтальный, вертикальный, трендовый), а также методы математической статистики.

В качестве исходной информации использовалась учебная, научная, методическая, справочная литература по вопросам оценки и управления конкурентоспособности продукции, инструктивный материал, документы бухгалтерско-финансовой отчетности ООО «ВВГСК» за последние пять лет работы организации.

**1. Анализ производственно-хозяйственной деятельности ООО «ВВГСК»**

**1.1. Общая характеристика предприятия**

Объектом исследования в данной работе является общество с ограниченной ответственностью «Волговятгазстройкомплект», осуществляющее строительно-монтажные работы в Республике Марий Эл.

Сокращенное название предприятия: ООО «ВВГСК».

ООО «Волговятгазстройкомплект», далее ООО «ВВГСК», образовалось 1 февраля 2003 года.

ООО «ВВГСК» выбрало для себя приоритетом такую отрасль как строительство, о чем свидетельствует непрерывная работа в этой сфере. Руководство компании может утверждать об огромном существующем потенциале, перспективе развития и конкурентоспособности на рынке жилья.

Основные направления деятельности ООО «ВВГСК»:

* производство строительно-монтажных работ;
* производство и реализация продукции производственно‑технического назначения, товаров народного потребления, сельскохозяйственной продукции;
* оказание транспортных, бытовых и иных услуг предприятиям всех форм собственности и населению;
* посредническая, торгово-закупочная, коммерческая деятельность.

В состав ООО «ВВГСК» входят 3 участка: строительный, монтажный участок и участок по отделочным работам.

Монтажный участок состоит из 2-х бригад и 2-х звеньев монтажников, которые занимаются монтажом сборных железобетонных изделий.

Участок по отелочным работам включает 5 бригад, в том числе 1 бригада плотников, 1 бригада штукатуров и 3 бригады маляров.

Также в состав ООО «ВВГСК» входит участок ОГМ (отдел главного механика), который состоит из 2-х бригад слесарей и бригады водителей.

Имеется в составе ООО «ВВГСК» производственная база со столярным цехом, ремонтной мастерской.

Среднесписочная численность работников ООО «ВВГСК» в 2007 году составила 168 человек, в том числе 142 человек рабочих.

У предприятия имеются производственные корпуса, которые удовлетворяют условиям строительного процесса, существуют внутренние транспортные коммуникации.

Продукция данного предприятия в основном сбывается на территории Республики Марий Эл. Поэтому рынок можно охарактеризовать как региональный. Для нашего предприятия это рынок строительно-монтажных работ. География рынка определяется границами Республики Марий Эл. Рынок услуг строительно-монтажных работ является олигопольным рынком, с косвенным воздействием государства на спрос.

Основными покупателями продукции и работ ООО «ВВГСК» являются индивидуальные покупатели, физические и юридические лица, также различные по размерам организации, расположенные в Республике Марий Эл. Многие из этих организаций являются постоянными клиентами предприятия.

В настоящее время работа ООО «ВВГСК» ориентирована на выделенные потребительские сегменты - это заказчики - юридические и физические лица.

Фирма поддерживает и расширяет установленные связи с основными поставщиками материалов, с целью выявления новых строительных материалов. Использует новые разработки в области строительства, производит обучение и переподготовку персонала.

Руководством ООО «ВВГСК», МУП «Рынок», Администрацией города Йошкар-Ола, было достигнуто соглашение о реализации магазинов. Подобное новаторство было успешно внедрено и положительно воспринято общественностью. Вырученная со строительства прибыль была вложена в снос имеющегося 2-х этажного административного здания и дала начало строительству 26 квартирного элитного жилого дома с встроенными офисными помещениями и мансардным этажом.

Строительное предприятие наращивает объемы строительно-монтажных работ и суммы прибыли, имеет устойчивое финансовое положение.

**1.2. Динамика основных технико-экономических показателей ООО «ВВГСК»**

Многогранная деятельность предприятия находит свое выражение в системе экономических показателей. Строительное предприятие, как правило, является многоотраслевым, поэтому для оценки его работы необходимы синтетические показатели, отражающие взаимосвязь внутри отдельной отрасли и между отраслями. Данную задачу можно решить только на основе стоимостных показателей. Показатели, позволяющие в целом охарактеризовать экономический процесс, называют основными экономическими показателями. Они обеспечивают количественную и качественную характеристику процесса производства.

Основные показатели, характеризующие деятельность предпри­ятия за период 2003-2007 годы, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Основные технико-экономические показатели хозяйственной деятельности предприятия за 1999-2003 годы

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2003 год | 2004 год | 2005 год | 2006 год | 2007 год |
| Выручка от реализации продукции, работ, услуг, тыс. р. | 18983 | 17650,6 | 17445,5 | 23237 | 57395 |
| Объем выполненных СМР,  тыс. р. | 17231 | 16085,8 | 15919,1 | 22643,3 | 53853 |
| Себестоимость проданных товаров, продукции, работ, услуг, тыс. р. | 15538 | 16077,9 | 17612,4 | 20948 | 54936 |
| Затраты на 1 рубль проданных товаров, продукции, работ, услуг, р. | 0,82 | 0,91 | 1,01 | 0,90 | 0,96 |
| Среднегодовая стоимость  основных фондов, тыс. р. | 8493,8 | 8567,1 | 8721,1 | 9706,0 | 10024,0 |
| Фондоотдача, р./р. | 2,23 | 2,06 | 2,00 | 2,39 | 5,73 |
| Численность персонала, чел. | 206 | 186 | 168 | 176 | 182 |
| - служащие | 39 | 33 | 26 | 24 | 26 |
| - рабочие | 167 | 153 | 142 | 152 | 156 |
| Среднегодовая выработка, тыс.р./чел. | 92,2 | 94,9 | 103,8 | 132,0 | 315,4 |
| Балансовая прибыль (убыток), тыс. р. | 3294 | 1324 | -170 | 1489 | 777 |
| Чистая прибыль (убыток), тыс. р. | 2392 | 821 | -142 | 923 | 187 |
| Рентабельность продукции, % | 17,89 | 8,91 | -0,90 | 9,85 | 4,28 |
| Рентабельность основной  деятельности, % | 17,35 | 7,50 | -0,98 | 6,41 | 1,35 |

Анализируя деятельность ООО «ВВГСК», следует отметить следующее. Объем выполненных строительно-монтажных работ увеличивается. В целом, за пять лет работы организации он возрос более чем в 3 раза, что происходило по причине увеличения заказов на строительство.

Выручка от реализации продукции предприятия возросла за 2003-2007 гг. в 3 раза, соответственно и общая себестоимость реализации продукции предприятия имеет тенденцию роста. Основную долю в затратах на реализацию продукции составляют расходы на материалы, энергию, топливо.

Затраты на 1 рубль реализованной продукции предприятия возросли за период 2003-2007 гг. на 25 коп. или на 35,2%, что оценивается отрицательно в работе ООО «ВВГСК». Удельный вес себестоимости в общем объеме произведенной продукции и выполненных работ за период с 2003 по 2005 гг. увеличился на 19 коп. Предельный уровень затрат достиг критической отметки в 2005 году, составляя 101 коп. на 1 рубль реализованной продукции.

В 2006 году удельный вес затрат снизился до уровня 90 коп. на рубль реализованной продукции, а в 2007 году опять возрос.

Эффективность использования основных средств предприятия увеличилась, фондоотдача возросла более чем в 2,6 раза, на что повлияли темпы роста объемов реализации продукции предприятия.

Среднесписочная численность работников ООО «ВВГСК» за весь период анализа уменьшается на 24 чел. или на 11,7%.

Финансовым результатом деятельности предприятия является прибыль, только в 2005 году был отмечен убыток.

Увеличение удельного веса себестоимости в 2005 году привело к значительному понижению балансовой прибыли. Эти результаты говорят о снижении объемов строительно-монтажных работ, падение прибыли вызвано несвоевременными платежами со стороны заказчиков. Наличие балансового убытка в размере 170 тыс.р. объясняется также превышением затрат на производство и реализацию работ и услуг над общим объемом выручки от реализации продукции.

Объемы балансовой прибыли ООО «ВВГСК» в 2003 году уменьшились в 2 раза по сравнению с 2006 годом.

Данные, приведенные в таблице 1 показывают, что доходы предприятия значительно сократились. В 2007 году на один рубль произведенной продукции затраты составляют 96 копеек. У предприятия наблюдается очень низкая рентабельность вследствие превышающего роста затрат над темпами роста выручки от реализации продукции. В целом можно сделать вывод, что ООО «ВВГСК» работает для того, чтобы покрыть свои расходы.

# **1.3. Анализ показателей производства и реализации продукции**

Основными видами деятельности предприятия являются: выполнение строительно-монтажных и ремонтно-строительных работ, генподрядная деятельность при производстве строительно-монтажных работ.

ООО «ВВГСК» осуществляет следующие виды деятельности:

- выполнение строительно-монтажных работ;

- производство строительных материалов и изделий;

- выполнение работ по благоустройству территорий;

- осуществление функций генерального подрядчика;

- осуществление ремонтно-строительных работ с составлением смет.

По видам строительная продукция ООО «ВВГСК» подразделяется на:

- продукцию жилищного домостроения (долевое строительство жилья);

- строительная продукция сельскохозяйственного назначения;

- продукция госзаказа.

Слабыми сторонами строительной продукции являются качество товара и возможности роста рынка, а также в меньшей степени - интенсивность конкуренции.

Возможности роста рынка ограничены большим объемом долевого строительства жилья по республике, перенасыщением данного рынка продукцией (спрос меньше предложения), ростом цен на жилье (а период с начала 2007 года по конец 2007 года цены на жилье в строящихся домах гражданского типа, долевое участие – выросли на 25-30%) при низком уровне жизни и платежеспособности населения.

Показателями, характеризующими производственную программу строительного предприятия, являются: ввод в действие производственных мощностей и объектов строительства; соблюдение норм продолжительности строительства; выполнение общего объема строительно-монтажных работ; ритмичность работы; качество строительной продукции.

Выполнение объема подрядных работ является обобщающим показателем деятельности строительной организации. Общий объем строительно-монтажных работ служит основой для определения потребности в материальных ресурсах, фонде заработной платы и размере оборотных средств.

При анализе структуры продукции необходимо обеспечить группировку изделий по отраслевым сегментам, на соответствующую и не соответствующую профилю данного предприятия. При анализе структуры реализованной продукции ООО «ВВГСК» из соответствующей профилю данного предприятия особо выделяют строительно-монтажные работы. К не соответствующим профилю данного предприятия относится оказание транспортных и прочих услуг населению. Для проведения данного анализа заполним таблицу 2.

Анализируя структуру реализованной продукции можно сказать, что средний удельный вес продукции соответствующей профилю предприятия за анализируемый период составляет 92,89%. В данном случае речь идет строительно-монтажных и ремонтно-строительных работах.

Также можно отметить, что объем реализованной продукции и услуг ООО «ВВГСК» увеличивается с каждым годом, особенно больший прирост можно отметить в 2007 году, когда выручка от реализации увеличилась на 34158 тыс. руб. по отношению к предыдущему году, что связано с увеличившимися заказами на услуги организации.

Таблица 2. Структура реализованной продукции

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | Года | | | | | Отклонение | | | |
| 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 04/03 | 05/04 | 06/05 | 07/06 |
| Реализованная продукция, тыс. р. | 18983 | 17650,6 | 17445,5 | 23237 | 57395 | -1332,4 | -205,1 | 5791,5 | 34158 |
| Соответствующая профилю предприятия (строительно-монтажные работы), тыс. р. | 17231 | 16085,8 | 15919,1 | 22643,3 | 53853 | -1145,2 | -166,7 | 6724,2 | 31209,7 |
| Удельный вес в объеме товарной продукции, % | 90,77 | 91,13 | 91,25 | 97,45 | 93,83 | 0,36 | 0,12 | 6,19 | -3,62 |
| Не соответствующая профилю предприятия, тыс. руб. | 1752 | 1564,8 | 1526,4 | 593,7 | 3542 | -187,2 | -38,4 | -932,7 | 2948,3 |
| Удельный вес в объеме товарной продукции, % | 9,23 | 8,87 | 8,75 | 2,55 | 6,17 | -0,36 | -0,12 | -6,19 | 3,62 |

По данным таблицы можно сделать вывод о падении объемов строительно-монтажных работ ООО «ВВГСК» в 2005 году. Уменьшение объемов строительно-монтажных работ привело к сокращению прибыли предприятия и связано в первую очередь с сокращением заказов на выполняемые предприятием строительные работы. Если сравнить 2005 год с ему предшествующим, то видно, что он был крайне тяжелым для предприятия и охарактеризовался сокращением объема работ на 166,7 тыс. руб. Уменьшение объемов работ привело к сокращению прибыли предприятия и связано в первую очередь с сокращением заказов на выполняемые предприятием строительные работы.

Предприятие потеряло часть ниши на рынке, и теперь перед ним стоит главная задача - отвоевать ее у своих конкурентов. В последние годы пред­приятие уверенно заключала договоры на выполнение работ, что и нашло свое отражение на динамике их объема.

В отношении динамики удельного веса реализованной продукции соответствующей профилю предприятия определенной тенденции не наблюдается. Так, в 2006 году наблюдается увеличение удельного веса на 6,19% по отношению к предыдущему году; в 2007 году отмечается спад на 3,62% по отношению к предыдущему году.

Не соответствующая профилю предприятия товарная продукция к среднем по удельному весу составляет 7,11%, т.е. почти десятая часть всей реализованной продукции. Строительная организация имеет свой автопарк, а также подсобные производства: пилораму, столярный цех, растворобетонный узел, занимается лесозаготовкой. В данном случае речь идет также об оказании следующих услуг для других организаций и населения: погрузо-разгрузочные работы при помощи крана-балки и автокрана, перевозка грузов автосамосвалом, перевозка пассажиров автобусами, сварочные работы, зарядка аккумуляторов и прочие. Подсобное производство в основном направлено на обеспечение материалами основной деятельности ООО «ВВГСК», а также реализации на сторону. В 2007 году реализация по неосновной деятельности увеличилась с 593,7 тыс. р. до 3542 тыс. р., что больше уровня 2006 года почти в 6 раз.

Рассмотрим динамику объема строительно-монтажных работ в ООО «ВВГСК» за отчетный период (табл. 3).

Таблица 3. Динамика объема строительно-монтажных работ

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Объем СМР,  тыс. руб. | Базисные | | Цепные | |
| Темп роста,  % | Абсол.  прирост,  тыс. руб. | Темп роста,  % | Абсол.  прирост,  тыс. руб. |
| 2003 | 17231 | 100 | - | 100 | - |
| 2004 | 16085,8 | 93,35 | -6,65 | 93,35 | -6,65 |
| 2005 | 15919,1 | 92,39 | -0,97 | 98,96 | 5,61 |
| 2006 | 22643,3 | 131,41 | 39,02 | 142,24 | 43,28 |
| 2007 | 53853 | 312,54 | 181,13 | 237,83 | 95,59 |

В целом за 5 лет объем производимых строительно-монтажных ра­бот возрос на 36622 тыс. руб. или на 212,54%, при этом среднего­довой темп прироста составил – 42,5%.

В 2005 году отмечено снижение объемов строительно-монтажных работ на 1293,9 тыс. руб. или на 7,6% по сравнению с 2003 годом.

В 2006 году наблюдаем рост объема выполненных строительно-монтажных работ на 6724,2 тыс. руб. или на 42,24%. В 2007 году рост объемов выполненных строительно-монтажных работ увеличился по сравнению с 2006 годом на 31209,7 тыс. руб., или на 137,83%.

Проведение анализа производственной программы предполагает также анализ выполнения планов предприятия по выпуску продукции, ассортименту, номенклатуре и ее структуре. Однако, данное предприятие работает в последние годы исключительно по заказам на подрядной основе, что затрудняет процесс планирования. В силу этих причин на предприятии не ведется планирование основного вида дея­тельности.

# **1.4. Анализ эффективности использования ресурсов предприятия**

Главная задача анализа трудовых ресурсов – выявить обоснованность плана численности работающих и установить эффективность их использования. В основные задачи анализа использования трудовых ресурсов также входит исследование численности рабочей силы, ее состава и структуры, а также определение размеров и динамики средней заработной платы работников предприятия. Изучение начинается с анализа обеспеченности строительной организации рабочей силой как в разрезе групп персонала, так и по категориям (табл. 4).

Таблица 4. Динамика численности и структуры персонала

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  показателя | 1999 г. | | 2000 г. | | 2001 г. | | 2002 г. | | 2003 г. | | Отклонение 2003/1999 | |
| Чел. | Уд. вес, % | Чел. | Уд. вес, % | Чел. | Уд. вес, % | Чел. | Уд. вес, % | Чел. | Уд. вес, % | Абс., чел. | Относ.  % |
| Среднесписочная численность, всего | 206 | 100 | 186 | 100 | 168 | 100 | 176 | 100 | 182 | 100 | -24 | 88,35 |
| рабочие | 167 | 81,07 | 153 | 82,26 | 142 | 84,52 | 152 | 86,36 | 156 | 85,71 | -11 | 93,41 |
| служащие | 39 | 18,93 | 33 | 17,74 | 26 | 15,48 | 24 | 13,64 | 26 | 14,29 | -13 | 66,67 |

Из данных таблицы видно, что на предприятии сложилась негативная тенденция к снижению численности персонала, в целом за период численность работников строительного предприятия сократилась на 24 чел. или на 11,65%.

В 2005 году среднесписочная численность работников снизилась на 18,4% или 38 человек по сравнению с 2003 г., это произошло за счет сокращения рабочих на 25 человека при одновременном уменьшении штата служащих на 13 человек.

Сокращение рабочих – это вынужденная мера в связи со снижением объемов работ вследствие неплатежеспособности заказчиков.

В 2007 году среднесписочная численность работающих в ООО «ВВГСК» составляет 182 чел. Средний возраст персонала предприятия составляет 46,8 лет. Низкая заработная плата и ее несвоевременная выдача обуславливают текучесть квалифицированных кадров.

Структура работников не претерпевает каких-либо существенных изменений, однако доля служащих в общей численности работников предприятия уменьшилась с 19% в 2003 году до 14% в 2007 году. Данная тенденция оценивается положительно в работе предприятия, так как рост управленческого персонала не обеспечивает в полной мере эффективность деятельности организации. В среднем на одного управленческого работника приходится 6 рабочих.

В строительстве производительность труда определяется затратами рабочего времени на выполнение единицы объема строительно-монтажных работ, т.е. трудоемкостью, а также выработкой в сметной стоимости на одного работающего в единицу времени. Рассмотрим изменение производительности труда работников ООО «ВВГСК» за 1999-2003 гг. (табл. 5).

Таблица 5. Динамика производительности труда

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Год | Среднегодовая выработка,  тыс. руб. / чел. | Базисные | | Цепные | |
| Темп роста,  % | Абсол.  прирост,  тыс. руб. | Темп роста,  % | Абсол.  прирост,  тыс. руб. |
| 2003 | 92,15 | 100 | - | 100 | - |
| 2004 | 94,90 | 102,98 | 2,75 | 102,98 | 2,75 |
| 2005 | 103,84 | 112,69 | 11,69 | 109,43 | 8,94 |
| 2006 | 132,03 | 143,27 | 39,88 | 127,14 | 28,19 |
| 2007 | 315,36 | 342,22 | 223,21 | 238,86 | 183,33 |

По данным таблицы 5 следует отметить: в течение анализируемого периода произошло значительное увеличение выработки в 2007 г.

По сравнению с базовым периодом среднегодовая выработка одного работника в 2004 г. возросла на 2,98%, что в абсолютном выражении составляет 2,75 тыс. руб.; в 2005 г. данный показатель увеличился на 9,71% или 8,94 тыс. руб., в 2006 г. – на 30,59% или 28,19 тыс. руб., и в 2007 г. – на 198,54% или 183,33 тыс. руб.

По сравнению с 2003 г. среднегодовая выработка увеличилась на 138,86% или на 223,21 тыс. руб. в основном за счет увеличения объемов работ и сокращения численности рабочих. Это говорит о том, что недостаточно уделяют внимание в строительной организации использованию трудовых ресурсов, но используют их эффективно.

Основным производственным средствам принадлежит определяющее место в экономике строительного производства. Улучшение их использования имеет первостепенное значение для выполнения задания по освоению объемов работ и повышения эффективности производства.

Основные средства создают материально-техническую основу и условия производственно-хозяйственной деятельности, оказывают непосредственное воздействие на эффективность производства, качество работы и результаты всей деятельности предприятия. Все это определяет необходимость их анализа. Задачами анализа использования средств труда на предприятии является изучение состава и динамики основных фондов, их состояния и движения, а также эффективности их использования.

Рассмотрим структуру основных фондов предприятия за три последних года с целью ее совершенствования и определения направлений будущих капитальных вложений (табл. 6).

Таблица 6. Состав и динамика основных средств предприятия

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  показателя | 2003 г. | | 2004 г. | | 2005 г. | | 2006 г. | | 2007 г. | | Отклонение 2007/2003 | |
| тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % |
| Здания | 606,8 | 7,14 | 606,8 | 7,08 | 859 | 9,85 | 859 | 8,85 | 859 | 8,57 | 252,2 | 1,43 |
| Сооружения | 3545,6 | 41,74 | 3527,9 | 41,18 | 3367,6 | 38,61 | 3430 | 35,34 | 3398 | 33,90 | -147,6 | -7,84 |
| Машины и оборудование | 814,6 | 9,59 | 814,6 | 9,51 | 804,6 | 9,23 | 730 | 7,52 | 959 | 9,57 | 144,4 | -0,02 |
| Транспортные средства | 1616,9 | 19,04 | 1616,9 | 18,87 | 1616,9 | 18,54 | 1801 | 18,56 | 1963 | 19,58 | 346,1 | 0,55 |
| Другие виды основных средств | 2000,9 | 23,56 | 2000,9 | 23,36 | 1933,8 | 22,17 | 2886 | 29,73 | 2845 | 28,38 | 844,1 | 4,82 |
| Итого, в т.ч. | 8493,8 | 100,00 | 8567,1 | 100,00 | 8721,1 | 100,00 | 9706 | 100,00 | 10024 | 100,00 | 1530,2 | - |
| -производственные | 6843,3 | 80,57 | 6916,6 | 80,73 | 7070,6 | 81,07 | 7188,7 | 74,06 | 7547,7 | 75,30 | 704,4 | -5,27 |
| -непроизводственные | 1650,5 | 19,43 | 1650,5 | 19,27 | 1650,5 | 18,93 | 2517,6 | 25,94 | 2476,6 | 24,71 | 826,1 | 5,27 |

Данные таблицы 6 свидетельствуют о возрастании стоимости основных производственных средств за 2003-2007 гг. на 1530,2 тыс. руб. или на 18%.

За период 2003-2007 гг. структура основных фондов предприятия претерпела незначительные изменения. Наибольшим приростом охарактеризовались другие виды основных средств – 4,82%, также можно отметить снижение доли сооружений в общей стоимости основных фондов на 7,84% или на 147,6 тыс. руб.

В 2003-2007 гг. снижается доля пассивной части фондов - зданий и сооружений (на 6,41% по сравнению с 2003 годом) и увеличивается доля активной части основных средств, что оценивается положительно в работе организации, поскольку качественные и количественные изменения в составе основных производственных средств должны осуществляться в направлении роста активной части средств труда. В этих целях в организации необходимо осуществлять мероприятия, обеспечивающие технические, организационные и экономические преобразования.

Обобщающими показателями эффективности использования основных фондов являются фондоотдача и фондоемкость. Показатель фондоотдачи характеризует выпуск продукции на единицу стоимости основных фондов, фондоемкость - это показатель, обратный предыдущему.

Оценка эффективности использования основных производственных средств ООО «ВВГСК» в работе осуществляется путем сравнения показателей фондоотдачи и фондоемкости, представленных в табл. 7.

Из таблицы 7 видно, что фондоотдача за рассматриваемый период возросла на 156,19%, а фондоемкость снизилась на 61%, что свидетельствует об эффективном использовании основных производственных фондов на предприятии. Фондоотдача в 2004 году несколько снизилась на 0,23 руб./руб. по сравнению с 2003 годом, что обусловлено падением объема реализованной продукции предприятия. В 2007 году стоимость основных средств несколько увеличилась, однако резко возрос объем реализованной продукции, в связи с чем фондоотдача возросла и составила 5,73 руб./руб.

Таблица 7. Показатели эффективности использования основных средств

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование  показателя | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | Откло-  нение 2007/2003 | Темп роста, %  2007/2003 |
| Объем реализованной продукции за минусом НДС, тыс. р. | 18983 | 17650,6 | 17445,5 | 23237 | 57395 | 38412 | 302,35 |
| Среднегодовая стоимость средств, тыс. р. | 8493,8 | 8567,1 | 8721,14 | 9706 | 10024 | 1530,2 | 118,02 |
| Среднегодовая численность, чел. | 206 | 186 | 168 | 176 | 182 | -24 | 88,35 |
| Фондоотдача, руб./руб. | 2,23 | 2,06 | 2,00 | 2,39 | 5,73 | 3,49 | 256,19 |
| Фондоемкость, руб./руб. | 0,45 | 0,49 | 0,50 | 0,42 | 0,17 | -0,27 | 39,03 |
| Фондовооруженность, тыс. р./чел. | 41,23 | 46,06 | 51,91 | 55,15 | 55,08 | 13,84 | 133,58 |

Показатель фондовооруженность работников ООО «ВВГСК» увеличился на 33,58%, что связано в первую очередь с увеличением стоимости основных средств и уменьшением численности персонала и свидетельствует об увеличении обеспеченности работников предприятия средствами труда.

В целом же можно говорить о позитивной тенденции использования средств труда в ООО «ВВГСК», наметившейся в 2007 году, в политике использования производственного потенциала предприятия.

Себестоимость строительной продукции – один из факторов, определяющих рентабельность производства, поэтому на анализе себестоимости остановимся более подробно. Под себестоимостью строительно-монтажных работ понимаются денежные затраты строительной организации на производство работ и сдачу заказчикам объектов и комплексов работ.

В рамках данного анализа проводится оценка себестоимости продукции в целом и по элементам затрат, выявление динамики данного показателя, определение влияния изменения каждой статьи затрат на общее изменение себестоимости продукции методом долевого участия, а также определение предельного уровня затрат.

В таблице 8 проведем анализ себестоимости продукции строительного предприятия по элементам затрат.

Таблица 8. Анализ себестоимости работ по элементам затрат

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Элементы затрат | 2003 г. | | 2004 г. | | 2005 г. | | 2006 г. | | 2007 г. | | Отклонение 2007/2003 | |
| тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс. р. | уд. вес, % | тыс.р. | темп роста  % |
| Материальные затраты | 7872,3 | 58,15 | 8127,5 | 57,54 | 9776 | 63,31 | 11993 | 57,25 | 40265 | 73,29 | 32392,7 | 15,14 |
| Расходы на оплату труда | 3438,7 | 25,40 | 3541,8 | 25,07 | 3752 | 24,30 | 61808 | 295,05 | 8219 | 14,96 | 4780,3 | -10,44 |
| Социальные отчисления | 1323,7 | 9,78 | 1427,3 | 10,10 | 1394 | 9,03 | 2274 | 10,86 | 3024 | 5,50 | 1700,3 | -4,27 |
| Амортизация | 226 | 1,67 | 178,5 | 1,26 | 130 | 0,84 | 185 | 0,88 | 155 | 0,28 | -71 | -1,39 |
| Прочие затраты | 677 | 5,00 | 850,7 | 6,02 | 389 | 2,52 | 316 | 1,51 | 3273 | 5,96 | 2596 | 0,96 |
| Итого затрат на произ­водство | 13537,7 | 100 | 14125,8 | 100 | 15441 | 100 | 20948 | 100 | 54936 | 100 | 41398,3 | - |

Структура элементов затрат, подчеркивает, что производство продукции предприятия является материалоемким.

Доля материальных затрат в общем объеме затрат предприятия за 2003-2007 гг. составляет более 50%, в 2007 году она увеличилась до 73,29%, что оценивается отрицательно в работе ООО «ВВГСК». Основную долю в материальных затратах (более 90%) занимают затраты на сырье и материалы, топливо и электроэнергию.

Как показывают данные таблицы 8, производство на предприятии является достаточно трудоемким, в последнее время наметилась тенденция к росту доли затрат на оплату труда, что впрочем объясняется изменением политики в области заработной платы: предприятие не считает для себя возможным в настоящее время увеличивать заработную плату работникам предприятия. За рассматриваемый период совместная доля расходов на оплату труда и отчислений на социальные нужды снизилась с 35,18% до 20,47%, т.е. на 14,71%. Наблюдается невысокая тенденция к росту прочих за­трат, которые состоят в строительной организации из представительских и командировочных расходов (около 40%), налогов (около 35%) и услуг сторонних организаций.

Увеличение в 2007 году доли затрат на материалы по сравнению с другими годами объясняется удорожанием стоимости строительных материалов; и в связи с этим на предприятии должны быть проведены мероприятия по экономному использованию материальных ресурсов.

Важный обобщающий показатель себестоимости продукции - затраты на рубль товарной (реализованной) продукции, который выгоден тем, что, во-первых, очень универсальный: может рассчитываться в любой отрасли производства, во-вторых, наглядно показывает прямую связь между себестоимостью и прибылью. Исчисляется он отношением общей суммы затрат на производство и реализацию продукции к стоимости произведенной товарной продукции в действующих ценах.

Далее определим уровень затрат, т.е. затрат на 1 рубль реализованной продукции (табл. 9).

Таблица 9. Определение уровня затрат на рубль реализованной продукции

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показатели | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Полная себестоимость работ, тыс.р. | 15538 | 16078 | 17612 | 20948 | 54936 |
| Стоимость выполненных работ, тыс.р. | 18983 | 17650,6 | 17445,5 | 23237 | 57395 |
| Затраты на 1 рубль выполненных работ, р. | 0,82 | 0,91 | 1,01 | 0,90 | 0,96 |

Табличные данные свидетельствуют, что удельный вес себестоимости в объеме работ в 2004 году по сравнению с 2003 годом возрос 9 коп., в 2005 году - на 10 копеек. В 2006 году уровень затрат несколько снизился, а в 2007 году возрос до уровня 96 коп. на рубль реализованной продукции. Как мы видим, в течение рассматриваемого периода 2003-2007 гг. наблюдается тенденция к увеличению затрат на 1 рубль реализованной продукции, что оценивается негативно в работе организации.

### **1.5. Оценка финансовых результатов деятельности предприятия**

Различные стороны производственной, сбытовой, снабженческой и финансовой деятельности предприятия получают законченную денежную оценку в системе показателей финансовых результатов. Конечный финансовый результат деятельности предприятия – это балансовая прибыль или убыток, который представляет собой сумму результата от реализации продукции (работ, услуг); результата от прочей реализации; сальдо доходов и расходов от вне реализационных операций.

Обобщенно наиболее важные показатели финансовых результатов деятельности предприятия представлены в форме №2 «Отчет о прибылях и убытках». На основе этого отчета составлена таблица 10.

###### Таблица 10. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «ВВГСК» за 2003-2007 годы (тыс. руб.)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. |
| Выручка от реализации товаров, продукции, работ, услуг | 18983 | 17650,6 | 17455 | 23237 | 57395 |
| Себестоимость реализации товаров, продукции, работ, услуг | 15538 | 16077,9 | 17612,4 | 20948 | 54936 |
| Прибыль (убыток) от реализации | 3345 | 1572,7 | -156,9 | 2289 | 2459 |
| Прочие операционные доходы | 170,8 | 296,6 | 304,4 | 298 | 403 |
| Прочие операционные расходы | 260,1 | 469,9 | 344,2 | 269 | 588 |
| Прочие внереализационные доходы | 38,8 | 78,4 | 120,6 | 47 | 231 |
| Прочие внереализационные расходы | 0,1 | 132,2 | 81 | 866 | 1728 |
| Балансовая прибыль (убыток) | 3294,4 | 1324,1 | -170,5 | 1489 | 777 |
| Чистая прибыль | 2391,9 | 821 | -142,2 | 923 | 187 |

Данные таблицы 10 показывают, что прибыль от реализации уменьшилась в 2005 году на 3552,9 тыс. р., т.е. организация в этом году получила убыток в размере 156,9 тыс. руб. Однако в 2006 году организация улучшила свои финансовые результате в виде положительного значения прибыли от реализации продукции в размере 2289 тыс. руб., а в 2007 году – 2459 тыс. руб. Таким образом, мы наблюдаем относительное улучшение финансовых результатов деятельности к 2007 году, но нельзя сказать об устойчивом состоянии предприятия. Балансовая прибыль за рассматриваемый период снизилась на 2517,4 тыс. руб. с уровня 3294,4 тыс. руб. в 2003 году до 777 тыс. руб. в 2007 году. Чистая прибыль также имеет тенденцию к уменьшению.

Показатели рентабельности продукции, характеризующих уровень прибыльности (убыточности) производства. Показатели рентабельности являются относительными характеристиками финансовых результатов и эффективности деятельности предприятия.

Расчет показателей рентабельности произведен в таблице 11. Анализируя данные таблицы, мы наблюдаем снижение всех показателей рентабельности в 2005 году, рассчитанных по прибыли от реализации, в динамике, что связано, прежде всего с тем, что организация получала убытки от хозяйственной деятельности.

###### Таблица 11. Расчет показателей рентабельности, %

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Наименование коэффициента | 2003 г. | 2004 г. | 2005 г. | 2006 г. | 2007 г. | Отклонение 2007/2003 |
| Рентабельность продукции | 17,89 | 8,91 | -0,90 | 9,85 | 4,28 | -13,61 |
| Рентабельность основной деятельности | 17,35 | 7,50 | -0,98 | 6,41 | 1,35 | -16,00 |
| Рентабельность основного капитала | 19,25 | 7,50 | -0,94 | 7,78 | 3,37 | -15,88 |
| Рентабельность собственного капитала | 56,94 | 24,39 | -4,26 | 40,29 | 19,64 | -37,30 |
| Рентабельность оборотного капитала | 25,15 | 9,54 | -1,21 | 10,06 | 4,19 | -20,96 |

С 2006 года все показатели вернули свои положительные значения, не смотря на это, они остаются на относительно низком уровне.

За рассматриваемый период 2003-2007 гг. рентабельность продукции уменьшилась на 13,61%, рентабельность основной деятельности – на 16%, рентабельность основного капитала – на 15,88% рентабельность собственного капитала – на 37,30%, рентабельность оборотного капитала – на 20,96%. Все это связано со снижением размеров прибыли организации от реализации продукции и услуг, балансовой прибыли к 2007 году.

**2. Анализ конкурентной среды и оценка конкурентных возможностей ООО «ВВГСК»**

**2.1. Характеристика конкурентов**

Анализ конкурентов должен установить, какие силы определяют степень интенсивности конкурентной борьбы.

Анализ конкурентной среды в отрасли, состава и структуры конкурентов, намерений и действий конкурентов, давая ценную информацию, должен дополняться анализом состояния и конкурентных возможностей организации, разрабатывающей свои стратегии. Анализируя данные, можно утверждать, что наибольшую угрозу для ООО «ВВГСК» представляют конкуренты, - в основном это либо мелкие фирмы, выигрывающие более низкими ценами, либо это крупные предприятия, у которых больше возможностей для выполнения сложных работ и у них высокопроизводительное оборудование, которое очень дорого приобрести.

Таблица 12. Факторы непосредственного окружения

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Группа факторов | Фактор | Проявление | Влияние на предприятие | Возможная мера со стороны предприятия |
| Конкуренты | Высокий уровень конкуренции | Появление новых фирм с меньшими ценами | Уменьшение прибыли | PR, маркетинг и участие в спонсорстве |
| Используют новейшие и редкие технологии и оборудование | Работа с крупными клиентами и большими заказами | Уменьшение спроса | Развитие прибыльных направлений для перераспределения прибыли в новые технологии |

Конкуренты ООО «ВВГСК» на рынке долевого строительства жилья представлены в таблице 13.

Таблица 13. Характеристика конкурентов

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Фирма-конкурент | Месторасположение, телефон | Районы строительства жилых домов | Условия строительства |
| 1. ООО «Континент» | Ул. Советская, 125 а  45-01-21 | Ул. Зарубина, 45  Ул. Толстого  Ул. Петрова, 23  Ул. Ползунова | Первый взнос 30%  Рассрочка до окончания строительства  Без отделки |
| 2. ОАО «Салют» | Ул. Строителей  63-0162,  41-72-53 | Ул. Анникова | Рассрочка до окончания строительства. Цена 15000 руб./кв.м. |
| 3. ЗАО «Стройметресурс» | Ул. Советская, 106  45-69-39 | Ул. Васильева, Гомзово, 9-1 микрорайон | Первый взнос 30%  Рассрочка до 1 года  Цена 10000 руб./кв.м. |
| 4. ОАО «Управление механизации строительства» | Ул. Машиностроителей, 107  73-34-75 | Ул. Анциферова  Ул. Васильева  Ленинский проспект  Ул. Суворова  Ул. Толстого | Без отделки  Цена 13500 руб./кв.м. |

В качестве основных конкурентов ООО «ВВГСК» на рынке строительства жилья принимаем ОАО «Салют» и ОАО «Управление механизации строительства». Данные фирмы схожи с нашим предприятиям по масштабам строительной деятельности и периоду нахождения на рынке.

Фирмы ООО «Континент» и ЗАО «Стройметресурс» превосходят нашу фирму по масштабам строительства и финансовым возможностям в силу того, что инвесторами строительства и владельцами предприятия являются московские фирмы.

# **2.2. Резервы возможного развития продукции фирмы**

###### Рассмотрим появление резервов возможного развития продукции фирмы и обработку программ их реализации (табл. 15).

Таблица 15. Резервы повышения конкурентоспособности продукции фирмы

|  |  |
| --- | --- |
| Направления реализации выявленных резервов | Разработка путей и методов реализации выявленных резервов |
| Кредиты | Участвовать в конкурсах на лучший бизнес-план и получение кредитов от государства на конкурсной основе под строительство жилья в новых районах |
| Изыскание собственных средств, имеющихся технологий набор кадров | Главная проблема - это финансы. Здесь вариантом может быть изыскание собственных средств за счет: увеличения реализации на сторону продукции собственных подразделений; после анализа - продажа части своих производственных фондов лили отдельных подразделений для открытия новых, прибыльных производств. Прибыль от реализации и средства от продажи позволят иметь достаточный капитал для развития производства. Экономическое влияние на маркетинг огромно, курсы повышения квалификации или принятие на работу молодых специалистов обойдутся фирме расходами, но окупятся сполна в долгосрочной перспективе |
| Новые технологии строительства | Стараться всеми доступными способами модернизировать существующие технологии строительного производства, использования современных новых строительных материалов за сотрудничества с другими строительными фирмами и научными лабораториями |

## **Исследование конкурентоспособности продукции**

Конкурентоспособность товара — это относительная и обобщенная характеристика товара, выражающая его выгодные отличия от товара-конкурента, ради которых потребитель отдает предпочтение именно данной продукции. Конкурентоспособность товара во многом определяет конкурентоспособность предприятия, выпускающего этот товар, поэтому этот блок анализа играет очень важную роль в нашем маркетинговом исследовании.

Товаром ООО «ВВГСК» является строительная продукция – то есть законченные строительством и сданные в эксплуатацию объекты (жилые дома, производственные здания и сооружения, сельскохозяйственные постройки, объекты общественного и гражданского назначения, мосты, трубопроводы и т.д.).

Определим относительные преимущества, имеющиеся у предприятия ООО «ВВГСК» и его конкурентов. Выразим их в балльной оценке в таблице 21.

Таблица 21. Определение относительных преимуществ в конкуренции

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Относительные преимущества в конкуренции | Удель ный вес, % | ООО «ВВГСК» | | ОАО «Салют» | | ОАО «УМС» | |
| Баллы  0-100 | Общие оценки | Баллы  0-100 | Общие оценки | Баллы  0-100 | Общие оценки |
| 1. Цены | 30 | 80 | 24 | 95 | 28,5 | 100 | 30 |
| 2. Соблюдение сроков сдачи объектов | 30 | 95 | 28,5 | 100 | 30 | 90 | 27 |
| 3. Качество | 10 | 100 | 10 | 100 | 10 | 95 | 9,5 |
| 4. Объем сбыта | 30 | 90 | 27 | 80 | 24 | 70 | 21 |
| Итого: |  |  | 89,5 |  | 92,5 |  | 87,5 |

ООО «ВВГСК» имеет относительно небольшое преимущество, в основном, за счет более низкой стоимости продукции. Преимущество достигается, в основном, за счет более низких расходов на оплату труда, т.к. на предприятиях-конкурентах уровень заработной платы, к сожалению, выше. Главным положительным фактором для конкурентов ООО «ВВГСК» является наличие сложившейся системы сбыта своей продукции.

Для предприятия, действующего на рынке строительства наилучшей стратегией бизнеса является продуктовая дифференциация, к которой относятся такие направления, как: высокое качество строительно-монтажных работ; дополнительные виды продукции, а также работа на заказ.

Таким образом, ООО «ВВГСК» имеет небольшие преимущества по сравнению со своими конкурентами, это соизмеримо низкая цена продукции, гибкая система производственного процесса и производственные мощности, которые удовлетворяют условиям планируемого производства.

Для ООО «ВВГСК» предпочтительней стратегия – стабилизация или расширение рынка. Эта стратегия используется организациями в условиях развивающегося или ненасыщенного рынка. Возможные пути достижения целей – увеличение потребления и привлечение покупателей конкурирующих продуктов. Маркетинговые мероприятия необходимо сконцентрировать в рамках товарной, ценовой и коммуникационной политики.

Необходимо расширение предполагаемого ассортимента продукции и предлагаемых услуг, обладающих низкой себестоимостью и, следовательно, низкой ценой. Способ снижения издержек требует того, чтобы продукция не считалась низкого качества среди потребителей, потому что в такой ситуации преимущество в области себестоимости перестает приносить дополнительную прибыль. В связи с этим необходимо ужесточить существующий контроль за качеством строительной продукции.

Для деятельности ООО «ВВГСК» необходимо усиление мероприятий маркетинга для имеющегося товара на имеющихся рынках с целью стабилизации или расширения доли рынка, а, следовательно, объема продаж. Пути достижения: увеличение объема сбыта строительной продукции (снижение цен, расширение и обновление ассортимента, обслуживание); сохранение собственной клиентуры, привлечение новых потребителей конкурирующих товаров; активизация скрытой потребности (реклама).

# **Заключение**

В современных условиях для обеспечения конкурентоспособности предприятия используется все многообразие стратегических и тактических приемов маркетинга. Обеспечение конкурентоспособности – это, прежде всего философия работы в условиях рынка, ориентирующая на:

а) понимание нужд потребителя и тенденций их развития;

б) знание поведения и возможностей конкурентов;

в) знание состояния и тенденций развития рынка;

г) знание окружающей среды и ее тенденций;

д) умение создать такой товар и так довести его до потребителя, чтобы он предпочел его товару конкурента.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия носит комплексный характер. Поэтому недооценка какого-либо фактора может привести к неудаче фирмы на рынке. Нередки случаи, когда товары высокого качества не находят достаточного сбыта. Конечная цель всякого «маркетингового марафона» – победа в конкурентной борьбе. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий фирмы. Состоится она или не состоится, – зависит от конкурентоспособности товаров, обеспечение которой является главной целью маркетинга.

Проведенный анализ хозяйственно-финансовой деятельности предприятия ООО «ВВГСК» за 2003-2007 годы выявил следующее:

* общий объем выручки возрос за 2006 год по сравнению с 2005 годом на 5792 тыс. руб., и за 2007 год по сравнению с 2006 годом на 34158 тыс. руб.;
* увеличение численности работников предприятия на 8 чел. в 2006 году и на 6 чел. в 2007 году;
* среднегодовая выработка на одного работника предприятия возросла за 2003-2007 гг. на 223,21 тыс. руб.;
* доля материальных затрат в себестоимости в 2007 году возросла по сравнению с 2003 годом на 15,14%.
* рост балансовой прибыли за 2006 год по сравнению с 2005 годом на 1659,5 тыс. руб., за 2007 год снижение по сравнению с 2006 годом – на 712 тыс. руб.;
* рост фондоотдачи за 2006 год (2,39 руб./руб.) по сравнению с 2005 годом (2,00 руб./руб.) на 0,39 руб./руб., за 2007 год (5,73 руб./руб.) по сравнению с 2006 годом более чем в 2,3 раза.

На основании вышеизложенного, предлагаются следующие выводы и рекомендации по улучшению хозяйственной деятельности предприятия:

1) Основное направление ООО «ВВГСК» и его структурных подразделений – строительство объектов на основе ведения подрядной деятельности, необходимо искать новых заказчиков, тем самым расширять рынок оказания работ и услуг;

2) Необходимо привести в соответствие формирование рыночной цены к затратному механизму, сложившемуся в ООО «ВВГСК»;

3) При имеющейся доле затрат на оплату труда с отчислениями в общем объеме себестоимости продукции, использовании трудовых ресурсов должно быть более эффективным. Для этого необходимо улучшить организацию труда и обратить внимание на повышение квалификации работников;

4) Необходимо решить вопросы приобретения и замены устаревших механизмов и оборудования, подъемных механиз­мов большой грузоподъем­ности, замены устарев­ших транспортных средств для перевоз­ки рабочих.

ООО «ВВГСК», равно как и подавляющее большинство предприятий, находится в достаточно сложном финансовом положении, которое усложняется отсутствием средств у потенциальных потребителей продукции.

На предприятии требуется безотлагательное решение следующих первоочередных задач: изыскание дополнительных источников финансирования, поиск стратегического инвестора, ориентация производственной программы на платежеспособного потребителя-заказчика, сокращение расчетов за работы, услуги и производимую продукцию бартером.

Ставится цель — не сбавлять темпов роста подрядных работ в республике, которая явля­ется одним из приоритетных направле­ний развития ООО «ВВГСК» и укрепления конкурентоспособности предприятия.

В результате анализа технико-экономического и финансового состояния ООО «ВВГСК» нужно отметить следующее. Обладая кадровыми и материально-техническими ресурсами предприятие испытывает трудности в финансовом положении. Это связано прежде всего с тем, что большой удельный вес в имущественном положении занимают оборотные активы, к которым относится дебиторская задолженность. Предприятию нельзя допускать дальнейшего снижения показателей эффективности своей работы.

В работе был проведен маркетинговый анализ деятельности ООО «ВВГСК» с целью повышения конкурентоспособности предприятия. Предложена методика оценки факторов конкурентоспособности предприятия и фирм основных конкурентов. По сумме набранных баллов, положение на рынке у предприятия ООО «ВВГСК» предпочтительней, чем у фирм-конкурентов. Это свидетельствует об устойчивом положении данной организации.

Стратегией целевого рынка ООО «ВВГСК» лучше всего выбрать стратегию концентрированного маркетинга. Данная стратегия целесообразна для небольших фирм, которые обладают ограниченными ресурсами, но могут преуспеть, обеспечивая экономию на специализации и за счет высокой степени уникальности в удовлетворении потребностей. Стратегия концентрированного маркетинга обычно не максимизирует сбыт. Здесь целью фирмы является привлечение значительной доли рыночного сегмента при управляемых издержках. Важно, чтобы ООО «ВВГСК» лучше приспосабливало маркетинговую программу к своим сегментам, чем конкуренты.

Предложенные варианты маркетинговых стратегий и направлений развития ООО «ВВГСК» возможно смогут изменить положение к лучшему. Их использование поможет сделать продукцию предприятия более конкурентоспособной и завоевывать новые ниши в сфере строительства, а возможно и расширению производства.

# **Список литературы**

1. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. – М.: «Дело и сервис», 1998. – 256 с.
2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 215 с.
3. Воронов А.А. Оценка и менеджмент конкурентоспособности продукции. — Краснодар, 2003. – 346 с.
4. Герчикова И.Н. Маркетинг: Организация. Технология. – М.: Школа международного бизнеса МГИ – 2000. – 80 с.
5. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. — М.: Издательство «Финпресс», 2000. – 421 с.
6. Долинская М.Г., Соловьев И.Н. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. — М.: Изд-во стандартов, 1999. – 219 с.
7. Еленева Ю.Я. Разработка и внедрение системы обеспечения конкурентоспособности в комплексе «предпринимательское дело»: Дис. канд. техн. наук. — М., 2000. – 189 с.
8. Киперман Г.Я. Диагностика деятельности акционерного общества // Аудит и финансовый анализ. – 2001. - №1. – с. 5-13.
9. Крылов И.В. Маркетинг: (Социология маркетинговых коммуникаций): Учеб. пособ. – М.: Центр, 1998. – 189 с.
10. Любушин Н.П., Лещева В.В., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учеб. пособие . – М.: Юнити-Дана, 1999. – 471 с.
11. Максимов И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. - 2003. — № 3. — с. 33-39.
12. Пешкова Е.П. Маркетинговый анализ деятельности фирмы: Практ. Рекомендации. Метод. основы. Порядок проведения.– М.: Ось, 1998. – 80 с.
13. Родионова Л.Н., Кантор О.Г., Хакимова Ю.Р. Оценка конкурентоспособности продукции// Маркетинг в России и за рубежом. - 2002. - № 1. - с. 63-77.
14. Максимов И. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. - 2000. - № 3. - с. 33-39.
15. Маркетинг: Учеб-к для вузов по спец «Маркетинг и Менеджмент» / Под ред. А.Н. Романова. – М.: Банки и Биржи, 1999. – 558 с.
16. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 2-е изд., перераб. И доп. – Мн.: ИП «Экоперспектива», 2001. – 498с.
17. Третьяк В.П. и др. Основы маркетинга: Учеб. пособие / В.П. Третьяк, О.А. Третьяк, В.А. Шевандин; Петербург. гос. ун-т путей сообщ.; Каф. полит. Экономии. – Спб.: ПГУПС, 1999. – 113с.
18. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. — М.: ИНФРА-М, 2000. - 312 с.
19. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. — М.: Изд-во АО «Бизнес-школа Интел-Синтез», 1999. – 290 с.
20. Шкардун В.Д., Ахтямов Т.М. Методика исследования конкуренции на рынке// Маркетинг в России и за рубежом. - 2000.- № 4. - с. 44-54.
21. Экономика и статистика фирм / В.Е.Адамов, С.Д.Ищенкова, Т.П. Сиротина, С.А. Смирнов – М.: Финансы и статистика, 2000. – 240 с.
22. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебное пособие. — 2-е изд. — М.: Гном-Пресс, 1998. – 309 с.