

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления  
(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки, специальности)

Производственный менеджмент

(направленность (профиль)/специализация)

## **ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)**

на тему «Повышение конкурентоспособности продукции на основе эффективного сервисного обслуживания (на примере ООО «МПласт-ТЛ»)»

Студент

Е.Г. Широкова

(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент Т.А. Яковлева

(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2022

## Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Е.Г. Широкова

Тема работы: «Повышение конкурентоспособности продукции на основе эффективного сервисного обслуживания (на примере ООО «МПласт-ТЛ»»»

Научный руководитель: кан. экон. наук, доцент Т.А. Яковлева

Цель исследования – заключается в проведении анализа конкурентоспособности продукции ООО «МПласт-ТЛ» и разработка мероприятий по ее повышению на основе эффективного сервисного обслуживания.

Объект исследования – ООО «МПласт-ТЛ».

Предмет исследования – организационно-экономические отношения, влияющие на конкурентоспособность продукции ООО «МПласт-ТЛ».

Методы исследования – факторный анализ, синтез, прогнозирование, статистическая обработка результатов, дедукция и т.д.

Краткие выводы по бакалаврской работе: разработанные мероприятия могут быть применены в ООО «МПласт-ТЛ» с целью повышения конкурентоспособности продукции.

Практическая значимость работы заключается в том, что отдельные её положения в виде материала подразделов 2.2, 2.3, 3.1 могут быть использованы специалистами организации, являющейся объектом исследования.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, 3-х разделов, заключения, списка литературы из 35 источников и 3 приложений. Общий объем работы, без приложений 56 страницы машинописного текста, в том числе таблиц – 12, рисунков – 27.

## Содержание

Введение.....	6
1 Теоретические аспекты конкурентоспособности продукции предприятия... 8	
1.1 Понятие, сущность и виды конкурентоспособности продукции предприятия .....	8
1.2 Этапы и методы оценки конкурентоспособности продукции предприятия .....	14
2 Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ».....	18
2.1 Техничко–экономическая характеристика предприятия .....	18
2.2 Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ».....	25
3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания .....	39
3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции предприятия на основе эффективного сервисного обслуживания .....	39
3.2 Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» .....	44
Заключение .....	51
Список используемой литературы .....	54
Приложение А Бухгалтерский баланс ООО «МПласт-ТЛ» .....	59
Приложение Б Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ» .....	61
Приложение В Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ».....	62

## Введение

Развитие рыночных отношений в условиях жесткой конкуренции влияет на эффективность деятельности предприятий. Каждое предприятие в процессе осуществления деятельности преследует цель извлечь максимальную прибыль. Для достижения положительного финансового результата конкурентные предприятия расширяют ассортимент продаж, номенклатуру продукции и услуг, совершенствуют процесс продаж и экономических отношений.

Тема исследования «Повышение конкурентоспособности продукции на основе эффективного сервисного обслуживания» является актуальной, так как перед предприятием стоит сложная задача повысить конкурентные преимущества продукции, которая будет более привлекательной для потребителей.

Цель исследования заключается в проведении анализа конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» и разработка мероприятий по ее повышению на основе эффективного сервисного обслуживания.

Задачи исследования:

- изучить теоретические аспекты конкурентоспособности продукции;
- провести анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»;
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания.

Объектом исследования выступает ООО «МПласт–ТЛ».

Предметом исследования выступают организационно-экономические отношения, влияющие на конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ».

Бакалаврская работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка используемой литературы и приложений.

В первом разделе изучены теоретические аспекты конкурентоспособности продукции, в том числе понятие, сущность, виды, этапы и методы оценки конкурентоспособности продукции предприятия.

Во втором разделе проведен анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ», предоставлена технико-экономическая характеристика предприятия.

В третьем разделе разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания, проведена оценка их экономической эффективности.

При написании бакалаврской работы использовались различные методы исследования, такие как статистический, математический и сравнительный методы.

Нормативной базой исследования послужили периодические издания, публикуемые в поисковой системе Интернет, а также труды известных авторов в области исследования темы.

Практическая значимость бакалаврской работы заключается в том, что разработанные мероприятия могут быть применены в ООО «МПласт–ТЛ» с целью повышения конкурентоспособности продукции.

# **1 Теоретические аспекты конкурентоспособности продукции предприятия**

## **1.1 Понятие, сущность и виды конкурентоспособности продукции предприятия**

Каждое предприятие, реализующее продукцию, стремится удовлетворить запрос покупателей и потребителей. На сегодняшний день на экономическом рынке существует жестокая конкуренция, поэтому предлагаемая продукция должна соответствовать качеству и другим предъявляемым требованиям, а также быть конкурентоспособнее по отношению к аналогичным товарам, предоставленным на рынке.

На сегодняшний день существует множество определений понятия «конкурентоспособность продукции». Так, по мнению Е.Е. Абрамович: «Конкурентоспособность продукции – это относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от развития конкурентных фирм по степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности» [1, с. 429].

А.А. Ассартинова толкует: «Конкурентоспособность продукции – это набор потребительских и ценовых характеристик, определяющих степень успеха товара на рынке» [3, с. 394].

Л.Г. Лошадкина говорит о том, что: «Конкурентоспособность продукции – это способность продукции быть привлекательной по сравнению с другими изделиями аналогичного вида и назначения благодаря лучшему соответствию своих характеристик требованиям данного рынка и потребительским оценкам» [15, с. 28].

Изучая понятия авторов в области исследования можно прийти к выводу, что конкурентоспособность продукции представляет собой свойства продукции, превосходящие по качеству и другим критериям аналогичную продукцию конкурентов.

Конкурентоспособность продукции предприятия зависит от множества факторов, представленных на рисунке 1.



Рисунок 1 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность продукции предприятия

Конкурентоспособность продукции предприятия зависит от таких факторов, как вид реализуемой продукции и спрос на нее, конкурентоспособность региона и отрасли деятельности, количества имеющихся конкурентов на экономическом рынке, возможности дальнейшего расширения деятельности предприятия и других факторов.

Конкурентоспособность продукции определяются на основании следующих параметров, представленных на рисунке 2.

Параметрами, определяющими конкурентоспособность продукции, являются технические, нормативные, экономические и экологические параметры [9, с. 242].

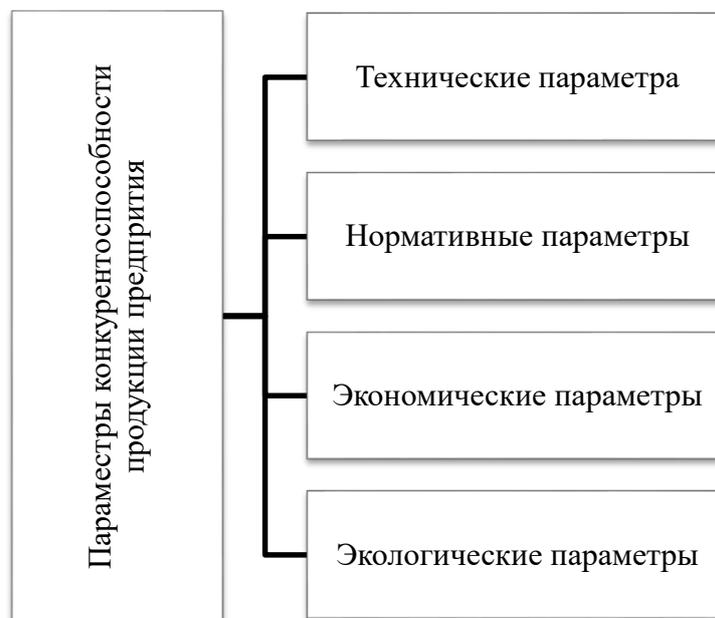


Рисунок 2 – Параметры конкурентоспособности продукции предприятия

Технические параметры конкурентоспособности продукции предприятия включают в себя:

- параметры назначения, определяющие свойства, функции и область применения продукции;
- эргономические параметры, определяющие параметры продукции в результате выполнения различных операций человеческого организма, к числу которых относятся труд и отдых;
- эстетические параметры, определяющие внешние свойства продукции, к числу которых относятся цвет, стиль, изображение продукции;
- конструктивные параметры, определяющие конструктивно–технологические свойства продукции, к числу которых относятся надежность, ремонтпригодность, долговечность и другие свойства.

Нормативные параметры представляют собой разработанные нормы и стандарты, применяемые к выпускаемой и реализуемой продукции. Продукция, не соответствующая установленным нормам и стандартам не

может быть использована для удовлетворения нужд покупателей и потребителей [31, с. 129].

Экономические параметры связаны с затратами выпускаемой и реализуемой продукцией, к числу которых относятся:

- затраты на изготовление продукции;
- затраты на хранение продукции;
- затраты на транспортировку продукции;
- затраты на монтаж продукции;
- эксплуатационные и другие затраты.

Экологические параметры конкурентоспособности продукции предприятия связаны с требованиями по охране окружающей среды и бережливого производства.

Индикаторы конкурентоспособности продукции предприятия представлены на рисунке 3.



Рисунок 3 – Индикаторы конкурентоспособности продукции предприятия

Индикаторами конкурентоспособности продукции предприятия являются назначение, качество и цена продукции. Качество

конкурентоспособности продукции характеризует полезные свойства, цена – экономические свойства данной продукции [4].

Качество конкурентоспособности продукции состоит из жестких и мягких показателей. К числу жестких показателей качества конкурентоспособности продукции относятся технические и нормативные показатели, мягкими являются эстетические и психологические показатели продукции [21, с. 506]. На сегодняшний день выделяют шесть видов конкурентоспособности продукции, представлены на рисунке 4 [2].



Рисунок 4 – Виды конкурентоспособности продукции предприятия

Основными видами конкурентоспособности продукции предприятия являются функциональная, видовая, предметная, ценовая, скрытая ценовая и незаконная конкурентоспособность [5].

Функциональная конкурентоспособность продукции проявляется в удовлетворении потребности потребителя, один и тот же продукт по-разному влияет на удовлетворение потребителей и между собой являются конкурентами [6].

Видовая конкурентоспособность продукции представляет собой различное оформление аналогичной продукции [10].

Предметная конкурентоспособность продукции представляет собой различное качество аналогичной продукции [7].

Ценовая конкурентоспособность продукции проявляется в результате снижения цены на продукцию с целью увеличения продаж и привлечения потребителей.

Скрытая ценовая конкурентоспособность продукции проявляется в отдельных случаях, таких как продажа продукции по цене конкурентов или же снижение стоимости потребления продукции [11].

Существует также незаконная конкурентоспособность продукции, которая проявляется в случае совершения антирекламой деятельности по отношению к аналогичной продукции конкурентов или производства продукции подделки [8, с. 194].

В результате изучения понятия, сущности и видов конкурентоспособности продукции предприятия сделаны следующие выводы:

- конкурентоспособность продукции представляет собой свойства продукции, превосходящие по качеству и другим критериям аналогичную продукцию конкурентов [12];

- конкурентоспособность продукции предприятия зависит от таких факторов, как вид реализуемой продукции и спрос на нее, конкурентоспособность региона и отрасли деятельности, количества имеющихся конкурентов на экономическом рынке, возможности дальнейшего расширения деятельности предприятия и других факторов [13];

- параметрами, определяющими конкурентоспособность продукции, являются технические, нормативные, экономические и экологические параметры [14];

- индикаторами конкурентоспособности продукции предприятия являются назначение, качество и цена продукции [16];

- основными видами конкурентоспособности продукции предприятия являются функциональная, видовая, предметная, ценовая, скрытая ценовая и незаконная конкурентоспособность [17].

## **1.2 Этапы и методы оценки конкурентоспособности продукции предприятия**

Конкурентоспособность продукции предприятия зависит от множества факторов, поэтому оценку конкурентоспособности продукции необходимо проводить комплексно. Оценка конкурентоспособности продукции предприятия осуществляется поэтапно, а именно [18]:

- изучение экономического рынка, учитывая при этом географические, социальные и политические аспекты и их особенности;

- проведение анализа конкурентов, в том числе уровень продаж и спроса на продукцию конкурентов, продвижение продукции, стимулирование сбыта и другие направления [19];

- проведение анализа потребителей, выявление удовлетворенности потребностей потребителей, сегментация потребителей;

- определение свойств исследуемой продукции, в том числе технические, эргономические и другие [22];

- на основании собранной информации выявление факторов, влияющих на рост конкурентоспособности продукции предприятия;

- разработка мероприятий по продвижению продукции и увеличению ее конкурентоспособности [20].

На сегодняшний день выделяют множество методов оценки конкурентоспособности продукции предприятия, основные из которых представлены на рисунке 5.

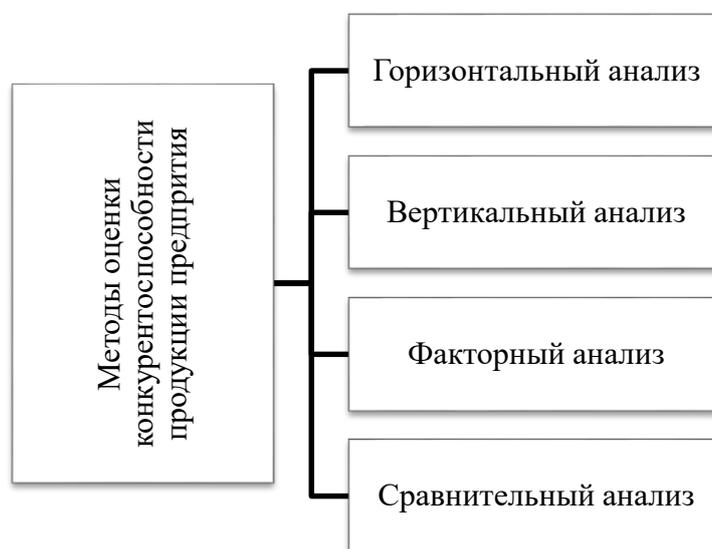


Рисунок 5 – Методы оценки конкурентоспособности продукции предприятия

Наиболее распространенными методами оценки конкурентоспособности продукции предприятия являются горизонтальный и вертикальный анализ показателей, факторный и сравнительный анализ показателей [24, с. 94].

Горизонтальный анализ конкурентоспособности продукции предприятия представляет собой сравнение показателей за периоды исследования с целью определения тенденции уменьшения или роста.

Вертикальный анализ конкурентоспособности продукции предприятия представляет собой детализацию структуры показателей [23].

Факторный анализ конкурентоспособности продукции предприятия представляет собой определения влияния отдельных элементов на общие экономические показатели. К числу факторов, влияющих на конкурентоспособность продукции предприятия, относятся надежность и

безопасность, визуальна красота, уровень сервиса, простота в применении и другие факторы [26].

При сравнительном анализе конкурентоспособности продукции предприятия проводят анализ сравнения с аналогичной продукцией конкурентов или средних значений отрасли исследования.

При оценке конкурентоспособности продукции предприятия проводят расчет показателей [25, с. 234].

Формула единичного показателя конкурентоспособности продукции предприятия:

$$КПед = \frac{Пед}{Пед0} \times 100\%; \quad (1)$$

где КПед – единичный показатель конкурентоспособности продукции предприятия;

Пед – значение показателя единичной продукции предприятия;

Пед0 – значение показателя единичной продукции предприятия, взятого за базу сравнения.

Чем выше значение показателя КПед, тем лучше конкурентоспособность продукции предприятия [27].

Формула групповых показателей конкурентоспособности продукции предприятия:

$$КПгп = \sum_{i=1}^n в \times Пед; \quad (2)$$

где КПгп – групповой показатель конкурентоспособности продукции предприятия;

n – количество участвующих в расчете параметров;

в – вес параметра в объеме коэффициента весомости, равный единице;

Пед – значение показателя единичной продукции предприятия.

Основными группами показателей, определяющими конкурентоспособность продукции предприятия, являются:

- экономическая группа, определяющая трудозатраты на производство, хранение и реализацию продукции, в том числе затраты на упаковку, энергопотребление и другие затраты [28];
- группа сбыта, определяющая специальные предложения по реализации продукции, в том числе акции, скидки, открытость информации и другие составляющие [29];
- группа эксплуатации, определяющая гарантию, послегарантийное обслуживание, затраты на утилизацию и ремонт и другие составляющие;
- группа прогрессивности продукции, определяющая количество потребителей, юридическую сторону и другие составляющие [32];
- группа восприятия, определяющая имидж продукции, популярность, экологичность и другие составляющие продукции предприятия [30].

В результате изучения этапов и методов оценки конкурентоспособности продукции предприятия сделаны следующие выводы:

- оценка конкурентоспособности продукции предприятия осуществляется поэтапно [33];
- наиболее распространенными методами оценки конкурентоспособности продукции предприятия являются горизонтальный и вертикальный анализ показателей, факторный и сравнительный анализ показателей;
- конкурентоспособность продукции предприятия зависит от множества факторов, поэтому оценку конкурентоспособности продукции необходимо проводить комплексно [34].

Следовательно, в первом разделе бакалаврской работы изучены теоретические аспекты конкурентоспособности продукции предприятия [35].

## **2 Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»**

### **2.1 Техничко–экономическая характеристика предприятия**

Общество с ограниченной ответственностью «МПласт–ТЛ», далее по тексту ООО «МПласт–ТЛ» осуществляет деятельность с 2018г. в Самарской области г. Тольятти.

Юридический адрес: 445007, Самарская область, г. Тольятти, ул. Ларина 189, строение 35, офис 1.

ООО «МПласт–ТЛ» применяет упрощенную систему налогообложения, уставный капитал составляет 10 т.р., статус в реестре субъектов малого и среднего предпринимательства: микропредприятие.

Основные виды деятельности ООО «МПласт–ТЛ»:

- производство кирпича;
- производство черепицы;
- производство других строительных изделий из обожженной глины;
- производство пластмассовых плит, полос, труб и профилей;
- производство других пластмассовых строительных изделий;
- оптовая торговля строительными пластмассовыми материалами и изделиями из обожженной глины;
- розничная торговля строительными пластмассовыми материалами и изделиями из обожженной глины;
- предоставление услуг по перевозкам;
- осуществление деятельности по складированию, хранению, транспортной обработке грузов.

Руководителем ООО «МПласт–ТЛ» является директор Меркулов С.В., которому принадлежит 50% доли, и по 25% у двух других учредителей.

Структура управления линейная, численность персонала на 31 декабря 2021г. составила 3 человека, представлена на рисунке 6.

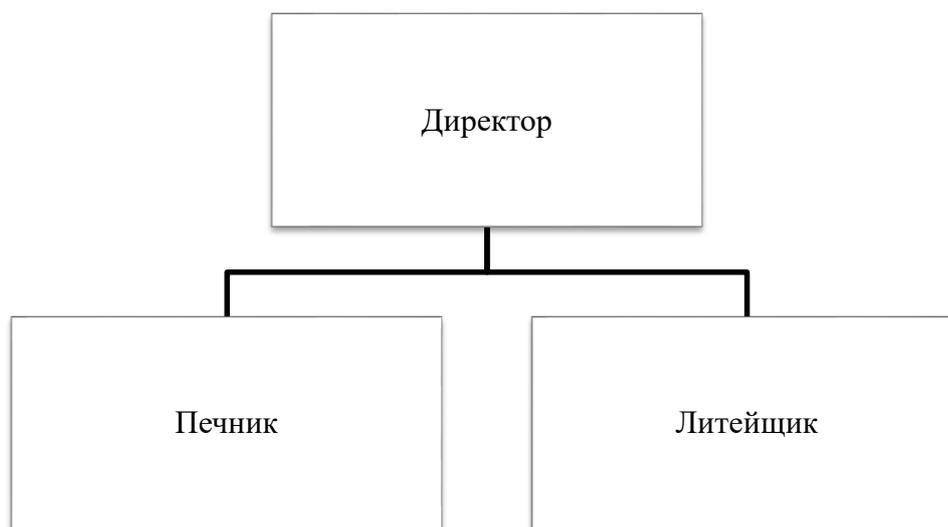


Рисунок 6 – Организационная структура управления ООО «МПласт–ТЛ»

Функциональными обязанностями директора ООО «МПласт–ТЛ» является ведение переговоров с покупателями и заказчиками, заключение договоров, осуществление контроля по производству, транспортировке и оплате и другие обязанности. Печник производит изделиями из обожженной глины, в том числе кирпичи и черепицу. Литейщик производит пластмассовые материалы.

В таблице 1 проведен анализ основных технико–экономических показателей ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. на основании Приложений А–В.

Таблица 1 – Анализ основных технико–экономических показателей ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг.

Показатели	2019 г.	2020 г.	2021 г.	Изменение			
				2020 г. –2019 г.		2021 г. –2020 г.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
1. Выручка, т. р.	251724	296240	300905	44516	117,68	4665	101,57
2. Себестоимость продаж, т. р.	165400	198504	194506	33104	120,01	-3998	97,99
3. Валовая прибыль, т. р.	86324	97736	106399	11412	113,22	8663	108,86
5. Коммерческие расходы, т. р.	79811	94337	98405	14526	118,20	4068	104,31
6. Прибыль от продаж, т. р.	6513	3399	7994	-3114	52,19	4595	235,19
7. Чистая прибыль, т. р.	197	2182	2997	1985	1107,61	815	137,35
8. Основные средства, т. р.	5044	12209	11204	7165	242,05	-1005	91,77
9. Оборотные активы, т. р.	106751	137411	139358	30660	128,72	1947	101,42
10. Численность ППП, чел.	3	3	3	0	100,00	0	100,00
11. Фонд оплаты труда ППП, т. р.	1181	1439	1562	258	121,85	123	108,55
12. Производительность труда работающего, т. р.	83908	98747	100302	14839	117,68	1555	101,57
13. Среднегодовая заработная плата работающего, т. р.	394	480	521	86	121,83	41	108,54
14. Фондоотдача	49,91	24,26	26,86	-25,65	48,61	2,6	110,72
15. Оборачиваемость активов, раз	2,36	2,16	2,16	-0,2	91,53	0	100,00
16. Рентабельность продаж, %	2,59	1,15	2,66	-1,44	44,40	1,51	231,30
17. Рентабельность производства, %	2,66	1,16	2,73	-1,5	43,61	1,57	235,34
18. Затраты на рубль выручки, р.	97,41	98,85	97,34	1,44	101,48	-1,51	98,47

За период исследования возросла выручка ООО «МПласт–ТЛ», а именно за 2019–2020гг. на 17,68%, за 2020–2021гг. на 1,57%. Себестоимость продаж предприятия за 2019–2020гг. увеличилась на 20,01%, а за 2020–2021гг. наблюдается обратная тенденция, себестоимость продаж уменьшилась на 2,01%.

Динамика выручки и себестоимости продаж ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 7.

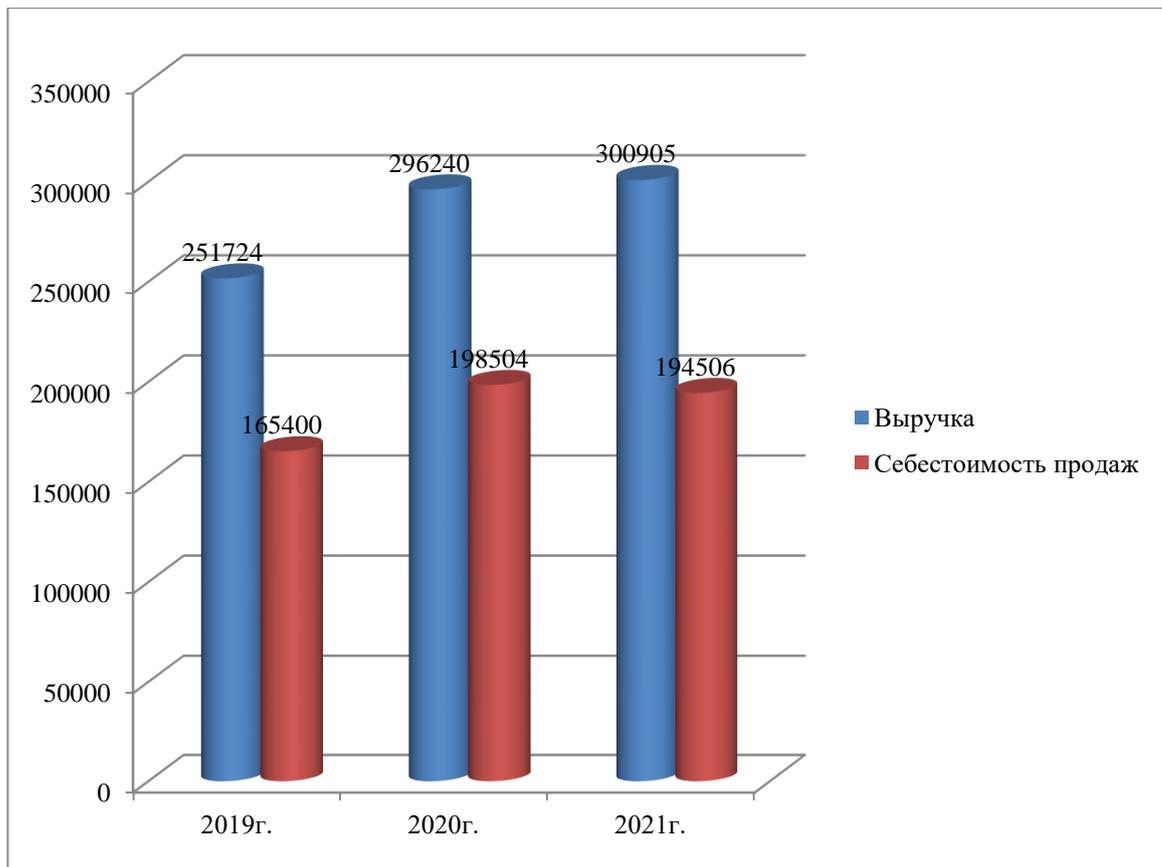


Рисунок 7 – Динамика выручки и себестоимости продаж ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

Валовая прибыль ООО «МПласт–ТЛ» в результате изменения выручки и себестоимости продаж увеличилась за 2019–2020 на 13,22%, а за 2020–2021гг. на 8,86%.

За период исследования на предприятии увеличились коммерческие расходы, в итоге прибыль от продаж за 2019–2020гг. сократилась на 47,81%, а за 2020–2021гг. возросла на 135,19%.

В результате чистая прибыль от осуществления финансово–хозяйственной деятельности ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. увеличилась, а именно за 2019–2020гг. на 1985 т.р., за 2020–2021гг. на 815 т.р.

Динамика финансовых результатов ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 8.

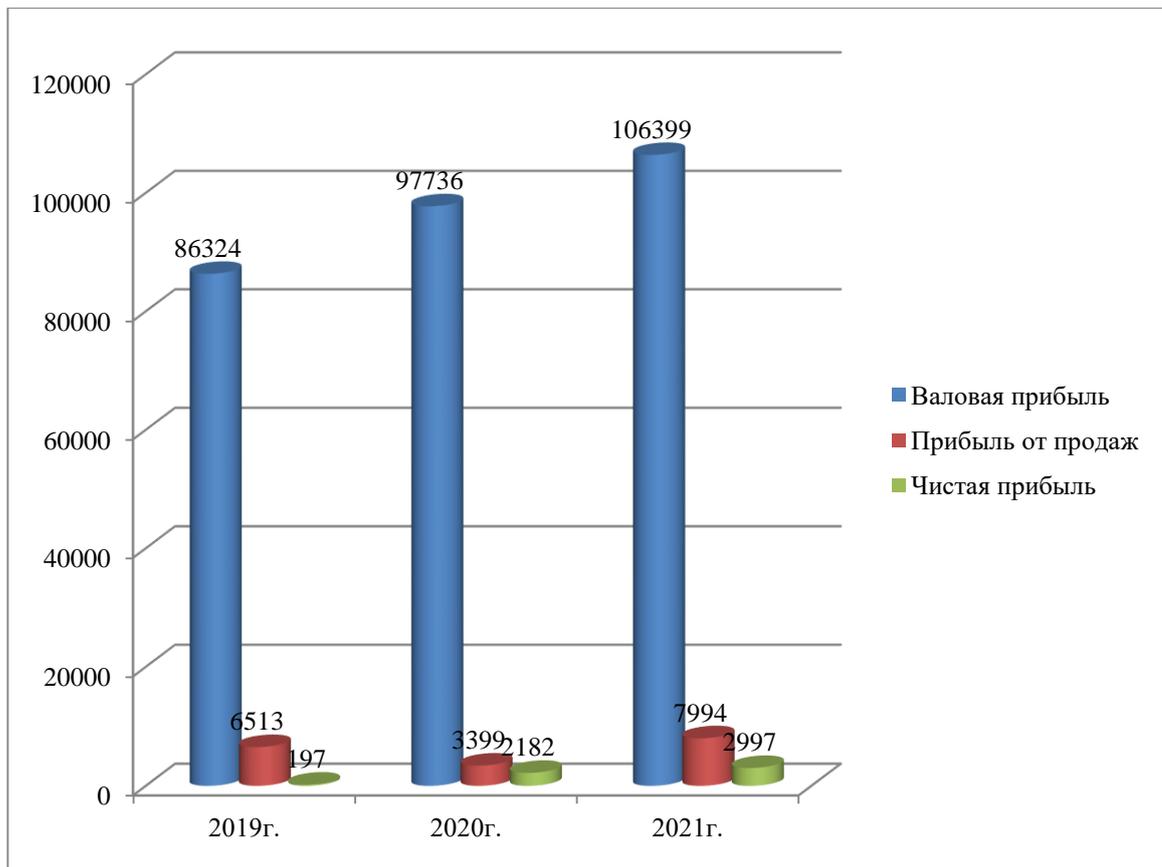


Рисунок 8 – Динамика финансовых результатов ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

За 2019–2020гг. в ООО «МПласт-ТЛ» увеличились основные средства на 142,05%, за 2020–2021гг. они сократились на 8,23%.

Оборотные активы предприятия за период исследования возросли, а именно за 2019–2020гг. на 28,72%, а за 2020–2021гг. на 1,42%. Рост оборотных активов произошел в большей степени за счет увеличения дебиторской задолженности.

Динамика основных средств и оборотных активов ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 9.

Численность персонала ООО «МПласт-ТЛ» за период исследования не изменился и составил 3 человека. Увеличился фонд оплаты труда предприятия, а именно за 2019–2020гг. на 21,85%, за 2020–2021гг. на 8,55%.

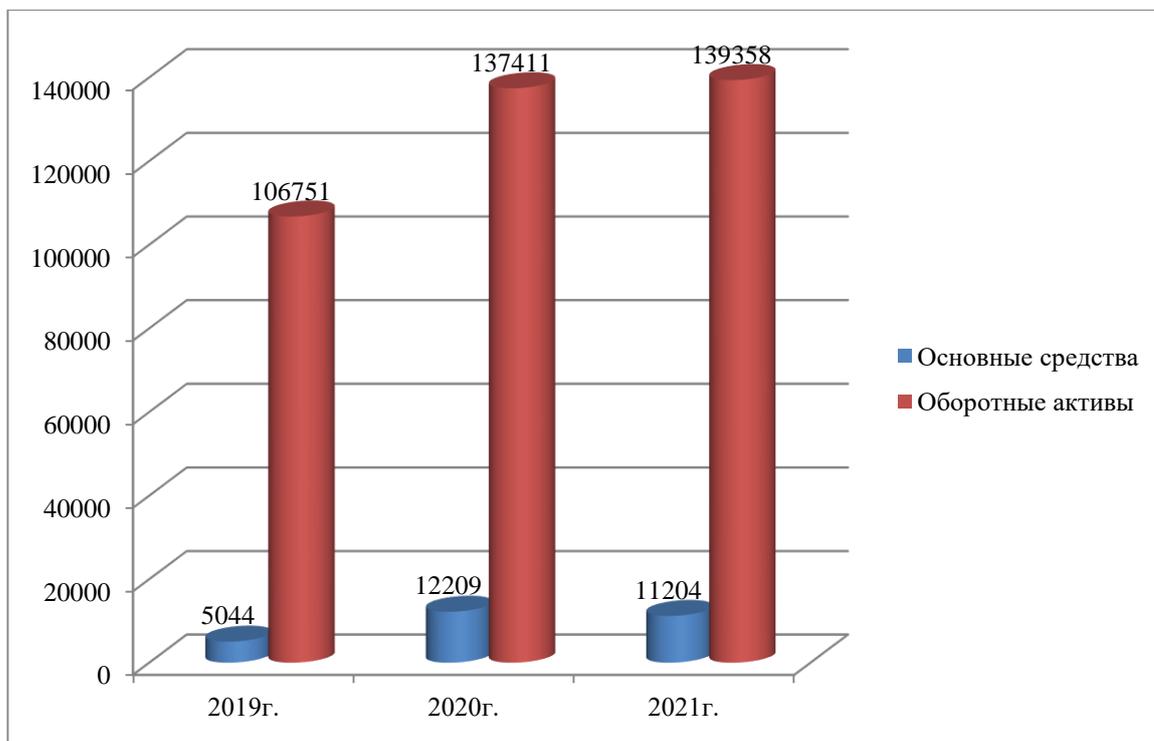


Рисунок 9 – Динамика основных средств и оборотных активов ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

За 2019–2021гг. возросла производительность труда, работающего ООО «МПласт–ТЛ», динамика представлена на рисунке 10.

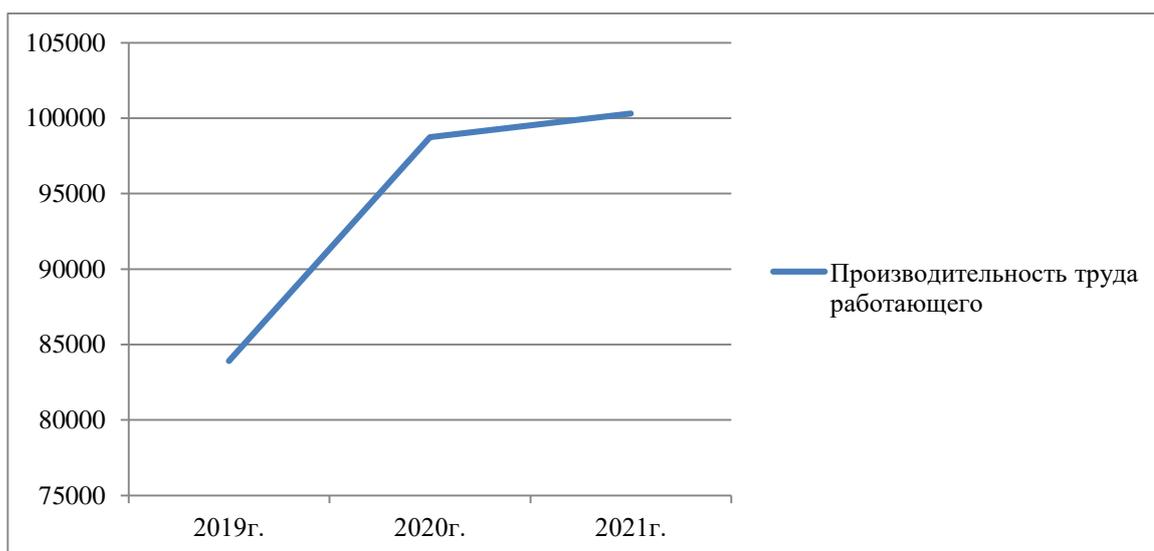


Рисунок 10 – Динамика производительности труда, работающего ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

За период исследования на предприятии возросла заработная плата персоналу, а именно за 2019–2020гг. на 21,83%, за 2020–2021гг. на 8,54%.

За 2019–2020гг. уменьшился показатель фондоотдачи ООО «МПласт–ТЛ», но за 2020–2021гг. он увеличился на 10,72%, что свидетельствует об увеличении количества производимой продукции на рубль основных фондов.

За 2019–2021гг. сократилась оборачиваемость активов на 0,2 раза. За 2019–2020гг. уменьшилась рентабельность продаж и производства предприятия 55,6% и 56,39%, за 2020–2021гг. показатели увеличились 131,3% и 135,34%.

Динамика рентабельность продаж и производства ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 11.

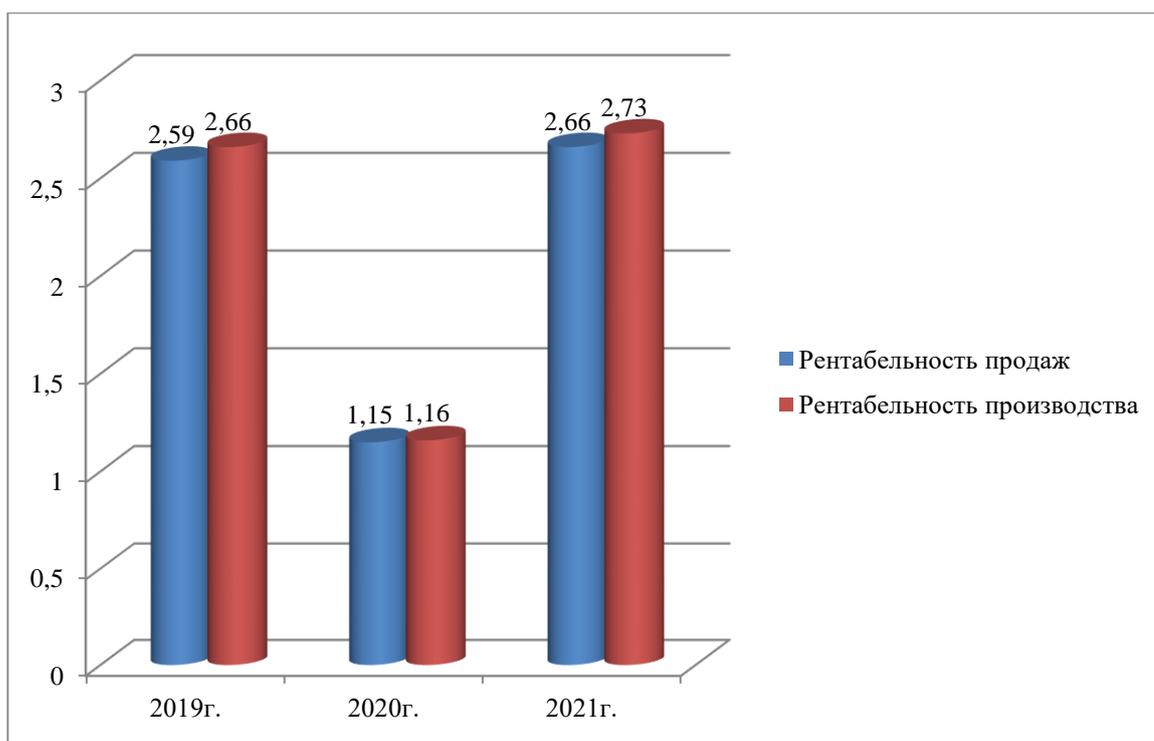


Рисунок 11 – Динамика рентабельность продаж и производства ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в %

За 2019–2020гг. на предприятии увеличились затраты на рубль выручки на 1,48%, за 2020–2021гг. они сократились на 1,53%.

Следовательно, в результате проведенного анализа технико-экономической характеристики выявлено улучшение финансово-хозяйственной деятельности ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. о чем свидетельствует рост чистой прибыли, показателей рентабельности и уменьшение затрат на рубль выручки.

## 2.2 Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт-ТЛ»

Динамика отраслевого рынка по продаже кирпича и другой сопутствующей продукции в Самарской области представлена на рисунке 12.

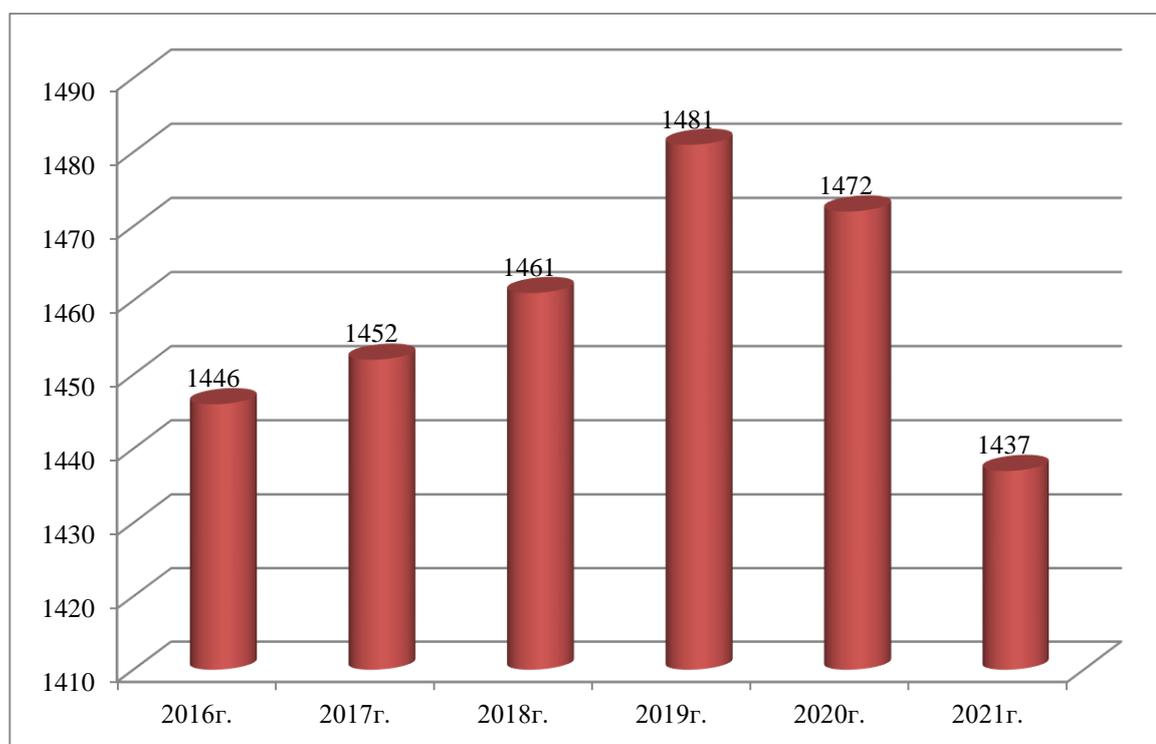


Рисунок 12 - Динамика отраслевого рынка по продаже кирпича и другой сопутствующей продукции в Самарской области за 2016-2021гг. в млн. услуг.

Согласно динамике, на рисунке 12 за период 2016-2019 гг. возрос объем продаж кирпича и сопутствующей продукции на рынке Самарской области, однако за период 2019-2021гг. наблюдается тенденция снижения. Факт

снижения спроса вызван нестабильной экономической обстановкой в стране, что повлияло на рост себестоимости продукции и цен продаж.

В таблице 2 проведен анализ влияния структурных сдвигов в производстве на величину объема продаж продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг.

Таблица 2 – Анализ влияния структурных сдвигов в производстве на величину объема продаж продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг.

Показатели	2019г.	2020г.	2021г.	Абсолютное отклонение	
				2020г.– 2019г.	2021г.– 2020г.
1	2	3	4	5	6
Объем реализации, т.р.	251724	296240	300905	44516	4665
Количество реализованных изделий, шт.	18205	20105	20332	1900	227
Средняя цена одного изделия, т.р.	13,83	14,73	14,80	0,90	0,07

За период исследования увеличился объем реализованной продукции предприятия, а именно за 2019–2020г. на 44516 т.р., за 2020–2021гг. на 4665 т.р.

В ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. возросло количество реализованных изделий, а именно за 2019–2020г. на 1900 шт., за 2020–2021гг. на 227 шт., данный факт свидетельствует об увеличении спроса на продукцию предприятия, что придает продукции рост конкурентных преимуществ.

Динамика средней цены одной продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 13.

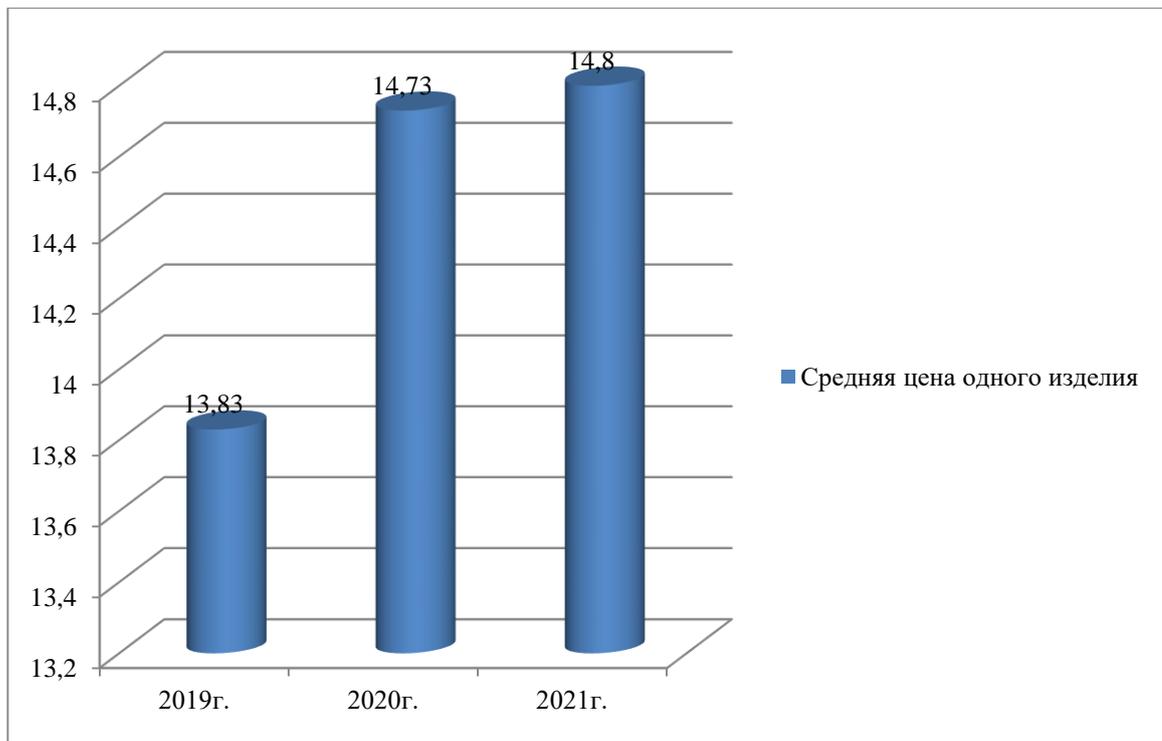


Рисунок 13 – Динамика средней цены одной продукции ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

В таблице 3 проведен анализ равномерности деятельности ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. Анализ выполнения плана по ассортименту продукции ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Анализ выполнения плана по ассортименту продукции ООО «МПласт-ТЛ» за 2021гг.

Номенклатурная группа	Объем реализации, шт.			Выполнение плана по ассортименту, %	Засчитывается в выполнение плана по ассортименту, да/нет
	план	факт	Уд. вес факт. продукции %		
1	2	3	4	5	6
Кирпич	7700	7726	38,00	100,34	да
Черепица	5500	5519	27,14	100,35	да
Другие строительные изделия из обожженной глины	1750	1826	8,98	104,34	да

Продолжение таблицы 3

1	2	3	4	5	6
Другие пластмассовые строительные изделия	1750	1752	8,62	100,11	да
Пластмассовые плиты, полосы, трубы и профили	1750	1839	9,04	105,09	да
Услуги	1750	1670	8,22	95,43	нет
Итого продукция	20200	20332	100,00	100,65	х

Структура удельного веса фактических значений ассортимента продукции за 2021г. представлена на рисунке 14.

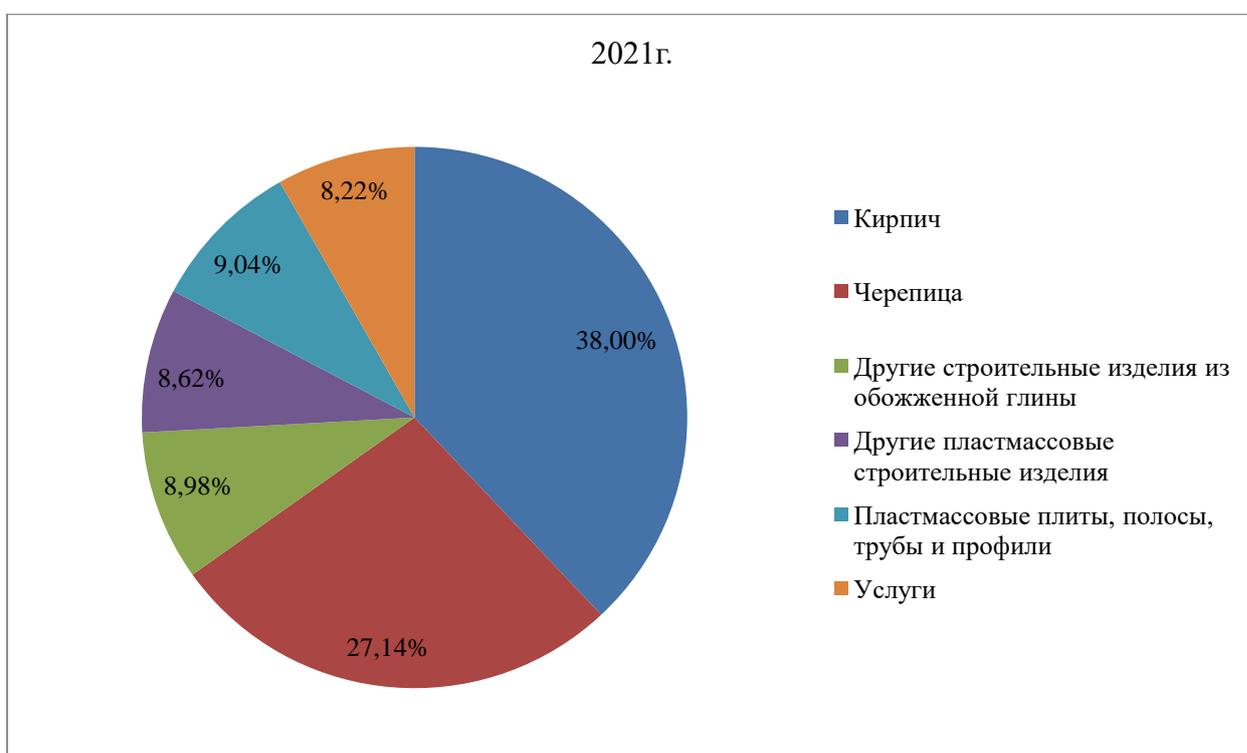


Рисунок 14 – Структура удельного веса фактических значений ассортимента продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. в %

В результате проведенного анализа выполнения плана по ассортименту продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. выявлено, что в целом план сверх выполнен на 0,65%.

Наибольшую долю в структуре удельного веса фактических значений ассортимента продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. составили кирпичи в размере 38%, на втором месте черепица – 27,14%. Данный вид продукции является наиболее конкурентоспособным по отношению к другим видам производимой продукции, так как пользуется большим спросом со стороны покупателей и заказчиков.

Некоторые позиции в структуре продаваемой продукции не соответствуют плановым значениям, а именно предоставляемые услуги, план по которым не довыполнен на 4,57%.

Сравнительная динамика фактического и планового значения произведенной продукции и оказанных услуг ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. представлена на рисунке 15.

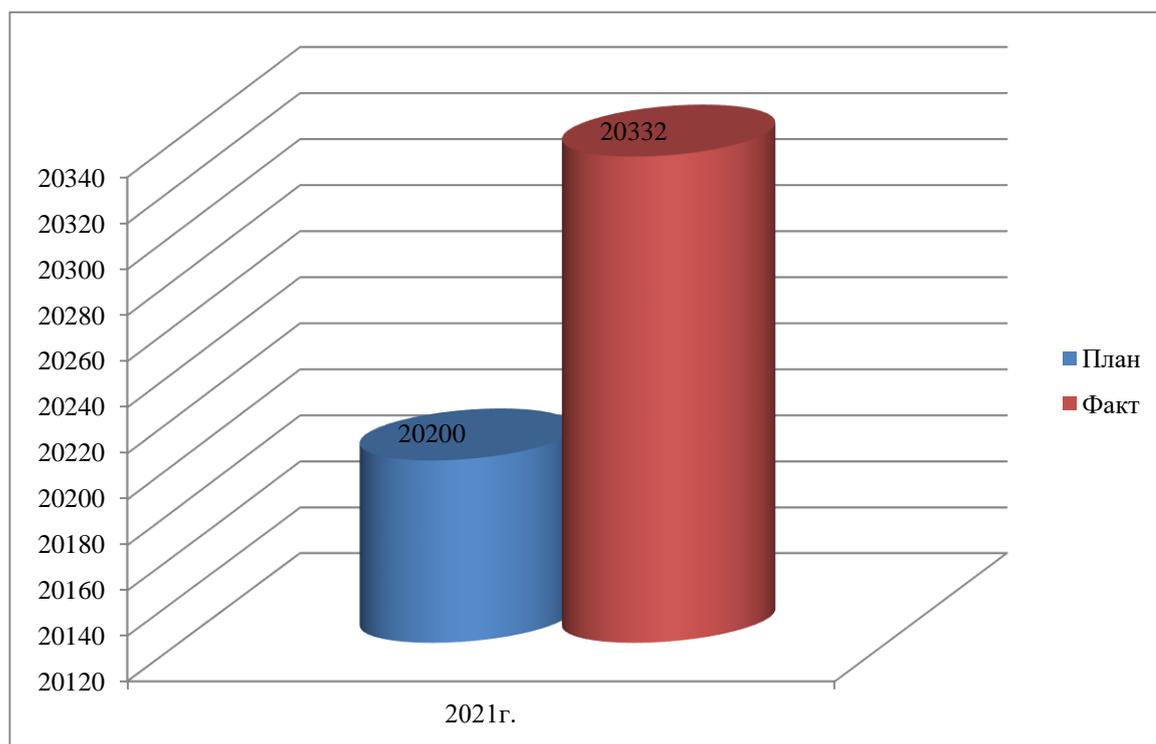


Рисунок 15 – Сравнительная динамика фактического и планового значения произведенной продукции и оказанных услуг ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. в шт.

Остальная продукция предприятия превышает фактический объем, а именно кирпич на 0,34%, черепица на 0,35%, другие строительные изделия из обожженной глины на 4,34%, другие пластмассовые строительные изделия на 0,11%, пластмассовые плиты, полосы, трубы и профили на 5,09.

Анализ факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Анализ внешних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование фактора	Знак влияния фактора	Степень влияния фактора	Вес фактора	Важность фактора
Политические факторы				
Недостаточная поддержка со стороны государства	-	1	0,4	-0,4
Ужесточение требований и контроля	-	2	0,2	-0,4
Санкции	-	3	0,4	-1,2
Экономические факторы				
Замедление роста экономического рынка	-	2	0,4	-0,8
Наступление экономического кризиса	-	1	0,4	-0,4
Повышение конкуренции на экономическом рынке	-	3	0,2	-0,6
Социальные факторы				
Снижение спроса	-	1	0,7	-0,7
Рост потребителей	+	2	0,3	+0,6
Технологические факторы				
Расширение деятельности	+	2	0,6	+1,2
Завоевание доли на рынке конкурентов	+	1	0,4	+0,4

В результате анализа факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» выявлено, что наиболее негативное влияние оказывают такие факторы, как санкционные мероприятия, замедление роста экономического рынка и повышение конкуренции.

Положительное влияние на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» оказывают технологические факторы и рост потребителей. Результаты анализа внешних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлены на рисунке 16.



Рисунок 16 - Результаты анализа внешних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ»

С целью определения конкурентоспособности ООО «МПласт–ТЛ» применен сравнительный метод анализа, а именно SWOT–анализ конкурентоспособности предприятия.

Анализ внутренних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлен в таблице 5.

На стоимость и конкурентоспособность весомое влияние оказывает проблемы качества производимой продукции. В ООО «МПласт–ТЛ» проводится усиленный контроль за качеством производимой продукции, брак составляет не более 2%.

Таблица 5 – Анализ внутренних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование фактора	Знак влияния фактора	Степень влияния фактора	Вес фактора	Важность фактора
Стратегия развития предприятия	+	1	0,1	0,1
Финансовое положение предприятия	+	2	0,2	0,4
Система учета затрат и ценообразования	+	4	0,2	0,8
Проблемы с качеством продукции, брак	-	5	0,3	-1,5
Производительность	+	3	0,2	0,6

Результаты анализа внешних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлены на рисунке 17.

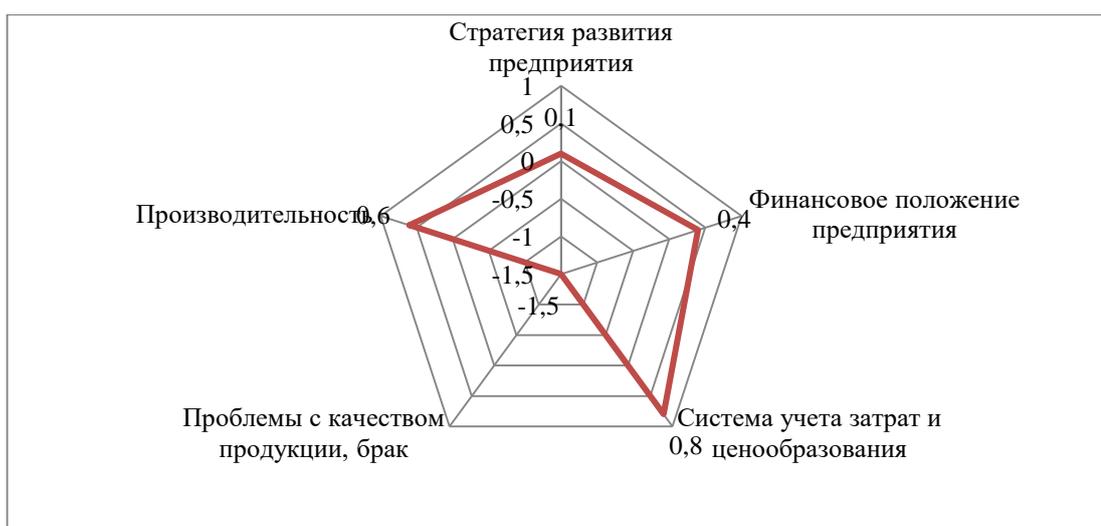


Рисунок 17 - Результаты анализа внутренних факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Система учета затрат и ценообразование также оказывает весомое влияние на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ». На предприятии ведется система учета затрат и ценообразование бухгалтерией.

Производительность в ООО «МПласт–ТЛ» за период исследования увеличилась, что в свою очередь также влияет на стоимость и конкурентоспособность продукции. Финансовое положение ООО «МПласт–ТЛ» стабильное, на предприятии имеется стратегия развития.

В таблице 6 представлен SWOT–анализ ООО «МПласт–ТЛ» с целью выявления сильных и слабых сторон, а также дальнейших возможностей развития и непредвиденных наступлений угроз.

Таблица 6 – SWOT–анализ ООО «МПласт–ТЛ»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>– обширная клиентская база</li> <li>– хорошая репутация предприятия;</li> <li>– хорошая кредитная история;</li> <li>– большой ассортимент предоставляемой продукции (услуг);</li> <li>– улучшение финансового положения.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– отсутствие организации маркетинга и рекламы продаж;</li> <li>– заемные средства предприятия превышают собственные;</li> <li>– наличие дебиторской и кредиторской задолженности.</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>– привлечение новых потенциальных клиентов;</li> <li>– расширение деятельности и завоевание доли рынков конкурентов;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– высокая конкуренция;</li> <li>– снижение спроса на продукцию (услуги);</li> <li>– замедление роста рынка;</li> <li>– наступление экономического кризиса или других форс–мажорных обстоятельств.</li> </ul>

Сильными сторонами деятельности ООО «МПласт–ТЛ» является наличие обширной клиентской базы, хорошей репутации и кредитной истории. Помимо этого, предприятие предоставляет большой ассортимент продукции к продаже, а также услуг. За период исследования в ООО «МПласт–ТЛ» улучшилось финансовое положение, возросла чистая прибыль.

Динамика заемных и собственных средств ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. представлена на рисунке 18.

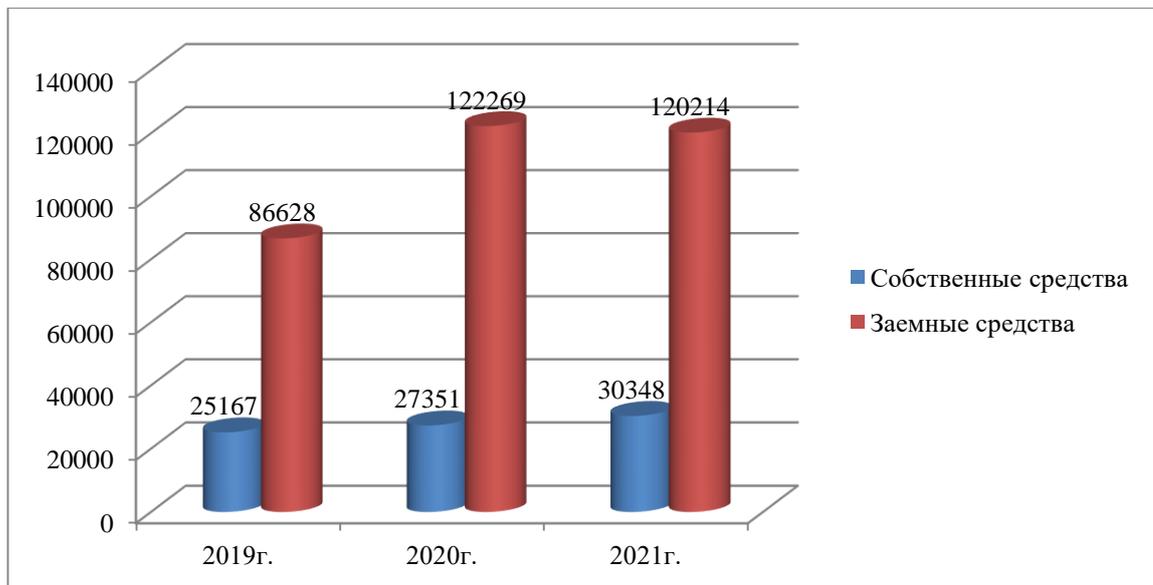


Рисунок 18 – Динамика собственных и заемных средств ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

Слабыми сторонами деятельности ООО «МПласт–ТЛ» являются отсутствие организации маркетинга и рекламы по продвижению продаж продукции, оказанию услуг. Заемные средства предприятия значительно превышают собственные, что указывает на невозможность быстрого погашения в случае необходимости текущие обязательства за счет имеющихся денежных ресурсов. Данный фактор свидетельствует о низкой платежеспособности ООО «МПласт–ТЛ».

Наличие дебиторской и кредиторской задолженности, а также их рост за 2019–2021 гг. отражает ухудшение платежной дисциплины перед покупателями и заказчиками, поставщиками и подрядчиками, бюджетом и персоналом ООО «МПласт–ТЛ», динамика представлена на рисунке 19.

Возможностями дальнейшего развития ООО «МПласт–ТЛ» являются привлечение новых потенциальных покупателей и заказчиков за счет организации маркетинга и рекламы продаж продукции (услуг), а также за счет выхода на электронные площадки и заключения долгосрочных договоров с крупными заказчиками. Расширение деятельности и завоевание доли рынка конкурентов являются также возможностями развития предприятия.

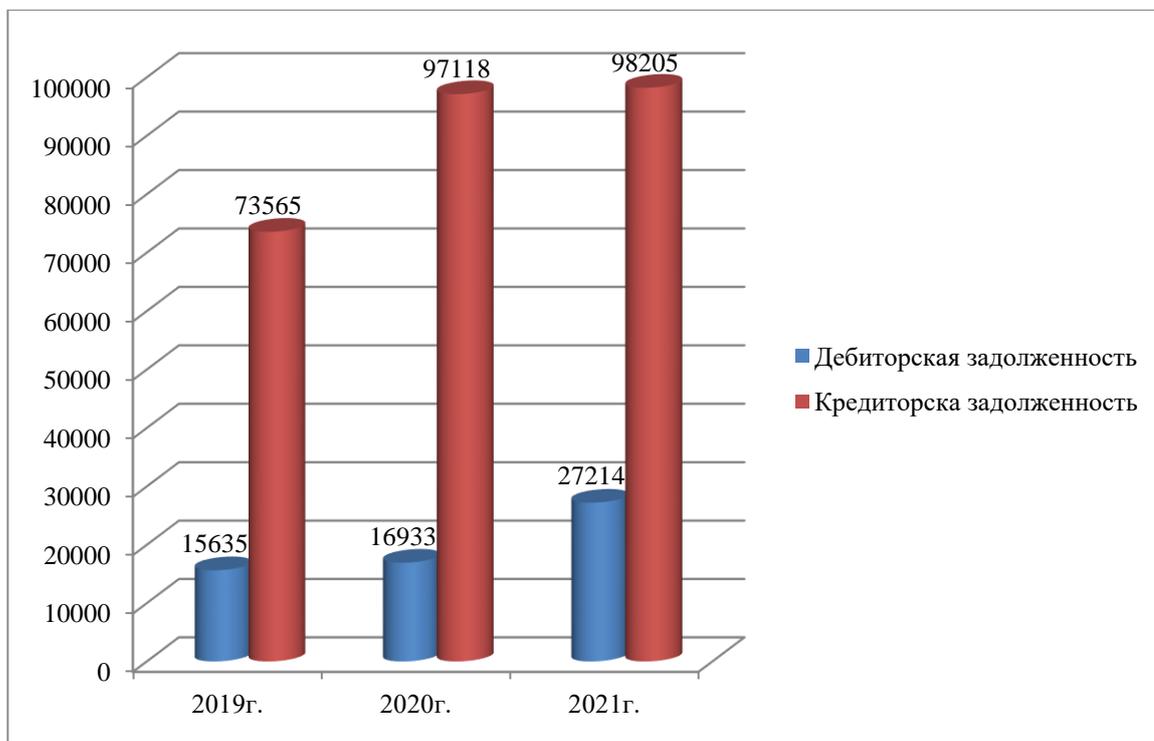


Рисунок 19 – Динамика дебиторской и кредиторской задолженности ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. в т.р.

Угрозами развития могут быть наличие высокой конкуренции, снижение спроса на продукцию (услуги), замедление роста рынка, экономический кризис и наступление других форс–мажорных обстоятельств.

С целью определения конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» применен сравнительный метод анализа. Данные для анализа получены в результате опроса экспертов, менеджеров и администраторов предприятий, по каждому фактору выставлены оценки по пятибалльной шкале, где 1–минимальное значение и 5–максимальное значение.

Основными конкурентами ООО «МПласт–ТЛ», осуществляющими деятельность по производству аналогичной продукции в г. Тольятти являются: ООО «БСКК», ООО "Аффари", ООО "ПКФ СККМ", ООО "Восход". Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлен в таблице 7.

Таблица 7 – Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование показателя	ООО «МПласт–ТЛ»	ООО «БСКК»	ООО "Аффари"	ООО "ПКФ СККМ"	ООО "Восход"
Ассортимент продукции	4	2	1	4	2
Цена продукции	3	2	2	4	2
Качество продукции	3	2	2	3	2
Зона продаж и качество сервисного обслуживания	3	3	2	4	3
Итого баллы	12	9	7	15	9

Многоугольник конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» представлен на рисунке 20.

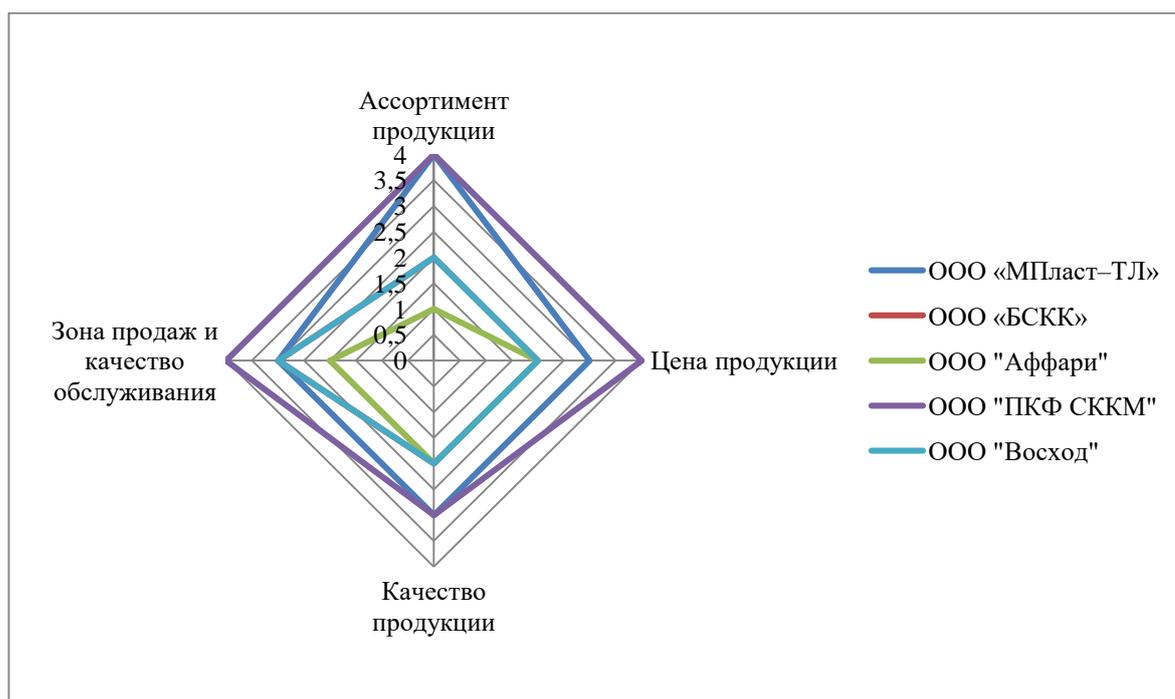


Рисунок 20 – Многоугольник конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»

В результате проведенного сравнительного анализа конкурентоспособности продукции выявлено, что продукция и услуги ООО «МПласт–ТЛ» уступают по таким позициям, как зона продаж и качество сервисного обслуживания продукции и цена продукции ООО "ПКФ СККМ". В ООО "ПКФ СККМ" ассортимент продукции шире, при этом цена на продукцию ниже на 2-3% чем в исследуемом предприятии.

Следовательно, во втором разделе бакалаврской работы проведен анализ конкурентоспособности продукции и технико–экономической характеристики ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. На основании проведенного анализа сделаны следующие выводы:

- чистая прибыль от осуществления финансово–хозяйственной деятельности ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. увеличилась, а именно за 2019–2020гг. на 1985 т.р., за 2020–2021гг. на 815 т.р.;

- численность персонала ООО «МПласт–ТЛ» за период исследования не изменился и составил 3 человека, увеличился фонд оплаты труда и производительность труда персонала;

- за 2019–2020гг. уменьшился показатель фондоотдачи ООО «МПласт–ТЛ», но за 2020–2021гг. он увеличился на 10,72%, что свидетельствует об увеличении количества производимой продукции на рубль основных фондов;

- в результате проведенного анализа технико–экономической характеристики выявлено улучшение финансово–хозяйственной деятельности ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. о чем свидетельствует рост чистой прибыли, показателей рентабельности и уменьшение затрат на рубль выручки;

- за период исследования увеличился объем реализованной продукции предприятия, а именно за 2019–2020гг. на 44516 т.р., за 2020–2021гг. на 4665 т.р., в ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. возросло количество реализованных изделий, а именно за 2019–2020гг. на 8511 шт., за 2020–2021гг. на 4792 шт.;

– в результате проведенного анализа выполнения плана по ассортименту продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. выявлено, что в целом план сверх выполнен;

– в результате анализа факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» выявлено, что наиболее негативное влияние оказывают такие факторы, как санкционные мероприятия, замедление роста экономического рынка и повышение конкуренции;

– положительное влияние на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» оказывают технологические факторы и рост потребителей;

– на стоимость и конкурентоспособность весомое влияние оказывает проблемы качества производимой продукции. В ООО «МПласт–ТЛ» проводится усиленный контроль за качеством производимой продукции, брак составляет не более 2%;

– в результате проведенного сравнительного анализа конкурентоспособности продукции выявлено, что продукция и услуги ООО «МПласт–ТЛ» уступают по таким позициям, как зона продаж и качество сервисного обслуживания продукции и цена продукции ООО "ПКФ СККМ".

Следовательно, ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется разработать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности продукции.

### **3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания**

#### **3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции предприятия на основе эффективного сервисного обслуживания**

В результате проведенного сравнительного анализа конкурентоспособности продукции выявлено, что продукция и услуги ООО «МПласт–ТЛ» уступают по таким позициям, как ассортимент предлагаемой продукции и цена продукции ООО "ПКФ СККМ".

Мероприятием, направленным на повышение конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» является разработка механизма эффективного сервисного обслуживания. Механизм сервисного обслуживания должен быть нацелен на повышение конкурентных преимуществ продукции, улучшению зоны продаж и качества сервисного обслуживания, оптимизации цены продукции предприятия.

От эффективности сервисного обслуживания и повышения его качества зависит клиентопоток и репутация предприятия. Чем больше удовлетворено потребностей потенциальных клиентов, тем больше предприятие получит прибыль.

На рисунке 21 представлены основные мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания.

Механизм эффективного сервисного обслуживания должен быть нацелен на полное удовлетворение потребности клиента. Одним из главных ключей к успеху и расположению клиента к себе является открытость и доброжелательность.



Рисунок 22 - Мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Концептуальная модель удовлетворенности клиента представлена на рисунке 22.

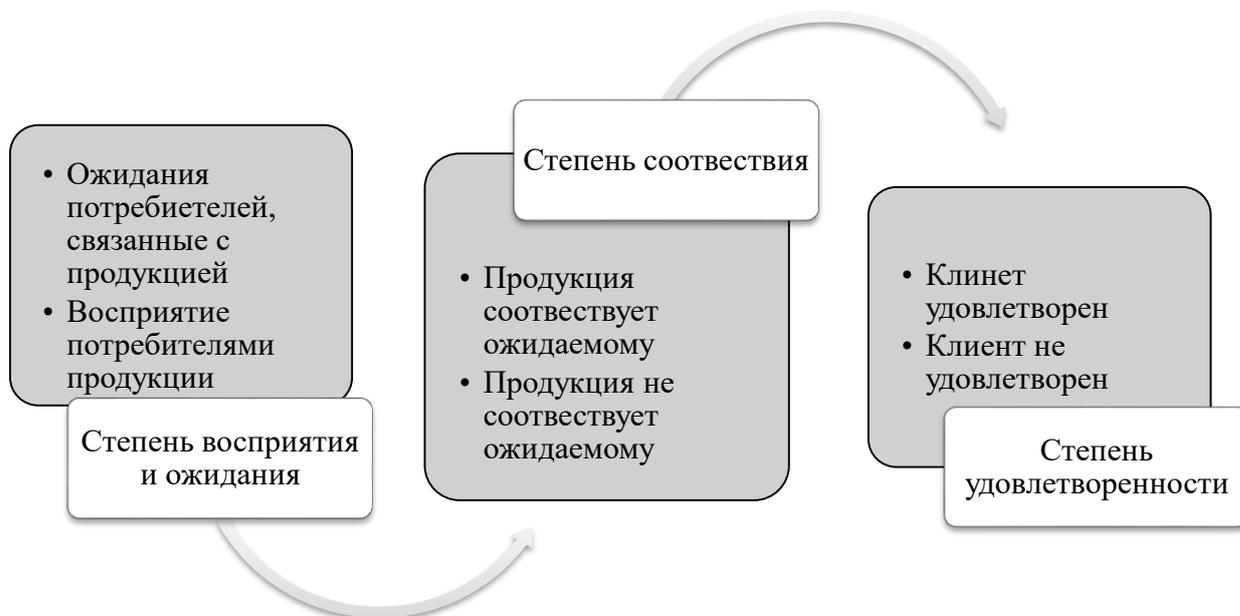


Рисунок 22 - Концептуальная модель удовлетворенности клиента

При обращении клиента с вопросами по поводу качества и других характеристик товара необходимо максимально информировано предоставлять ответы, сухость и безразличие отпугнет клиента или же оставит негативное впечатление о качестве сервисного обслуживания.

Для покупателей ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется разработать систему предоставления скидок и бонусов. Предприятие сотрудничает как с розничными клиентами, так и с оптовыми. Скидки планируется предоставлять клиентам в зависимости от объема и суммы приобретаемой продукции, чем больше заказ – тем выше скидка.

За повторный заказ планируется предоставлять дополнительные бонусы, что увеличит интерес клиентов к дальнейшему сотрудничеству по приобретению продукции ООО «МПласт–ТЛ». Данное мероприятие позволит оптимизировать цену предоставляемой продукции с учетом объема продаж.

ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется заключить партнерские отношения со строительным предприятием.

Так при обращении клиента за покупкой кирпича и других строительных материалов дополнительным преимуществом сервисного обслуживания, направленного на повышение качества сервисного обслуживания и повышения конкурентоспособности продукции может послужить информация по дальнейшему строительству.

Строительное предприятие в свою очередь за реальных привлеченных клиентов будет выплачивать вознаграждение в виде денежного эквивалента в зависимости от суммы заключенного договора по строительному объекту, что повлияет на рост прибыли ООО «МПласт–ТЛ».

Механизм партнерского соглашения между строительным предприятием и ООО «МПласт–ТЛ» представлен на рисунке 23.



Рисунок 23 - Механизм партнерского соглашения

Для повышения эффективности сервисного обслуживания ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется разработать собственный сайт, на котором будет доступна:

- информация о предприятии, виду деятельности, преимуществах;
- каталог продукции;
- лицензии и другая документация, необходимая для партнеров и крупных заказчиков;
- фотогалерея;
- контакты, режим работы и другие сведения о предприятии.

Собственный сайт в поисковой системе Интернет охватит наибольший объем аудитории, находящейся не только в Тольятти, а по всей России. Потенциальные клиенты смогут удаленно изучить характеристики предлагаемой продукции и сервисных услуг, ознакомиться с ассортиментом и стоимостью товара, сравнить полученную информацию с конкурентами.

Выход на электронные площадки позволит привлечь крупных потребителей. ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется выйти на площадки не только в качестве продавца, но и в качестве покупателей.

Крупные предприятия не ищут продавцов, а создают тендер, в котором прописано объем и вид желаемой продукции. Данный тендер открыт для всех продавцов и в случае заинтересованности продавцы сами выставляют цену на желаемую продукцию, наиболее привлекательную по сравнению с предприятиями конкурентами. Участие в подобных тендерах позволит привлечь крупного потребителя с большим объемом поставки.

Одной из популярных площадок, легкой в применении, является электронная торговая площадка B2B. Преимущества электронной площадки:

- участие в электронных торгах с быстрой регистрацией;
- открытость условий проведения торгов и сопутствующей по ним документации;
- имеется круглосуточный сервис удаленной поддержки экспертов по тендерам;
- возможность участвовать в чужих тендерах и создавать свои тендеры на продажу.

Еще одним направлением эффективного сервисного обслуживания является предоставления рассрочки платежей. ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется предоставлять рассрочку платежа оптовым клиентам, что в свою очередь повысит заинтересованность клиентов в приобретении продукции, увеличив ее конкурентоспособность, а также повлияет на снижение дебиторской задолженности предприятия.

За 2019-2021 гг. в ООО «МПласт–ТЛ» повысился уровень дебиторской задолженности, данный факт свидетельствует об отсутствии платежной дисциплины. Предоставление рассрочки платежа снизит уровень дебиторской задолженности, что приведет к повышению лояльности покупателей и заказчиков, тем самым увеличив продажи и конечную прибыль. Рост продаж повлечет за собой конкурентоспособность продукции.

В связи с нестабильной экономической обстановкой в стране цены на сырье и материалы растут ежедневно. Возможность бронировать товар по предоплате позволит повысить конкурентные преимущества. ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется вести журнал по брони на будущий период, что позволит распределить нагрузку производства.

Следовательно, мероприятиями по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания являются удовлетворение потребностей клиентов, разработка системы скидок и бонусов, заключение партнерского соглашения со строительной фирмой, разработка собственного сайта, выход на электронные площадки, возможность предоставления рассрочки платежа и брони по производству продукции.

### **3.2 Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»**

Система скидок и бонусов ООО «МПласт–ТЛ» планируется предоставлять клиентам в зависимости от объема и суммы приобретаемой продукции, чем больше заказ – тем выше скидка. За повторный заказ планируется предоставлять дополнительные бонусы, таблица 8.

Таблица 8 – Система скидок и бонусов ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование показателя	Размер предоставляемой скидки / бонусов
Сумма договора от 20 до 50т.р.	2%
Сумма договора от 50 до 100т.р.	3%
Сумма договора от 100 до 150т.р.	5%
Сумма договора свыше 200 т.р.	7%
Повторное заключение договора поставки продукции	2%
Долгосрочное заключение многократной поставки продукции	4%

За счет предоставления скидок и бонусов согласно маркетинговым исследованиям объем продаж возрастет не менее чем на 5%.

Затраты на разработку сайта составят 250 т.р., затраты на годовое обслуживание составят 240 т.р. Общие затраты по мероприятию составят:

$$250 + 240 = 490 \text{ т.р.}$$

Планируемый прирост потенциальных заказчиков от внедрения сайта согласно маркетинговым исследованиям составит не менее 2%.

Годовые затраты за выход на электронные площадки составят 100 т.р.: регистрация, обслуживание, получение электронной цифровой подписи. Планируемый рост потенциальных клиентов в прогнозном периоде от данного мероприятия составит не менее 3%.

Предоставление рассрочки платежей и возможности брони позволит сократить уровень дебиторской задолженности, повысив тем самым прибыль не менее чем на 1%. Предоставление услуги брони производства необходимой продукции увеличит затраты не менее чем на 10%.

Данные прогнозных доходов и расходов занесены в таблицу 9.

Таблица 9 - Прогнозные показатели расхода и дохода ООО «МПласт-ТЛ» разработанных мероприятий

Наименование показателя	Прогноз	
	Расход	Доход
Предоставление скидок и бонусов	8874	15045
Разработка и внедрение собственного сайта	490	6018
Выход на электронные площадки	100	9027
Уменьшение уровня дебиторской задолженности	1400	3010
Предоставление услуг по рассрочки платежей и брони	19451	0
Итого	29725	33100

Расход предприятия в прогнозном периоде от применения разработанных мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности продукции, составит 29725 т.р., доход – 33100 т.р.

В таблице 10 представлены прогнозные финансовые результаты ООО «МПласт–ТЛ» с учетом применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции.

Таблица 10 - Прогнозные финансовые результаты ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование показателя	2021г.	Прогноз	Абс. изм. +/-	Отн. изм. %
Выручка	300905	334005	33100	111,00
Себестоимость продаж	194506	224231	29725	115,28
Валовая прибыль	106399	109774	3375	103,17
Прибыль от продаж	7994	11369	3375	142,22
Прибыль до налогообложения	4996	8371	3375	167,55
Чистая прибыль	2997	5023	2026	167,60

В прогнозном периоде рост выручки составит 11%, при себестоимости продаж 15,28%, динамика представлена на рисунке 24.

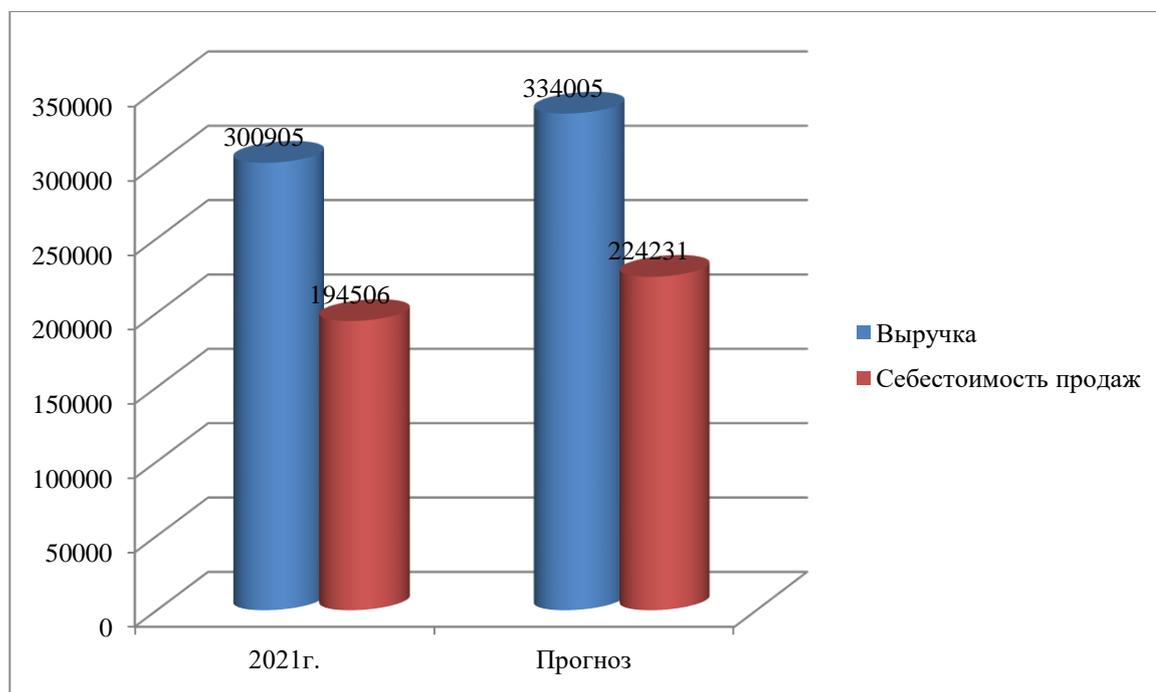


Рисунок 24 – Прогнозные финансовые результаты ООО «МПласт–ТЛ» с учетом применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции

За счет применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, планируемый рост выручки составит 67,6%, динамика представлена на рисунке 25.

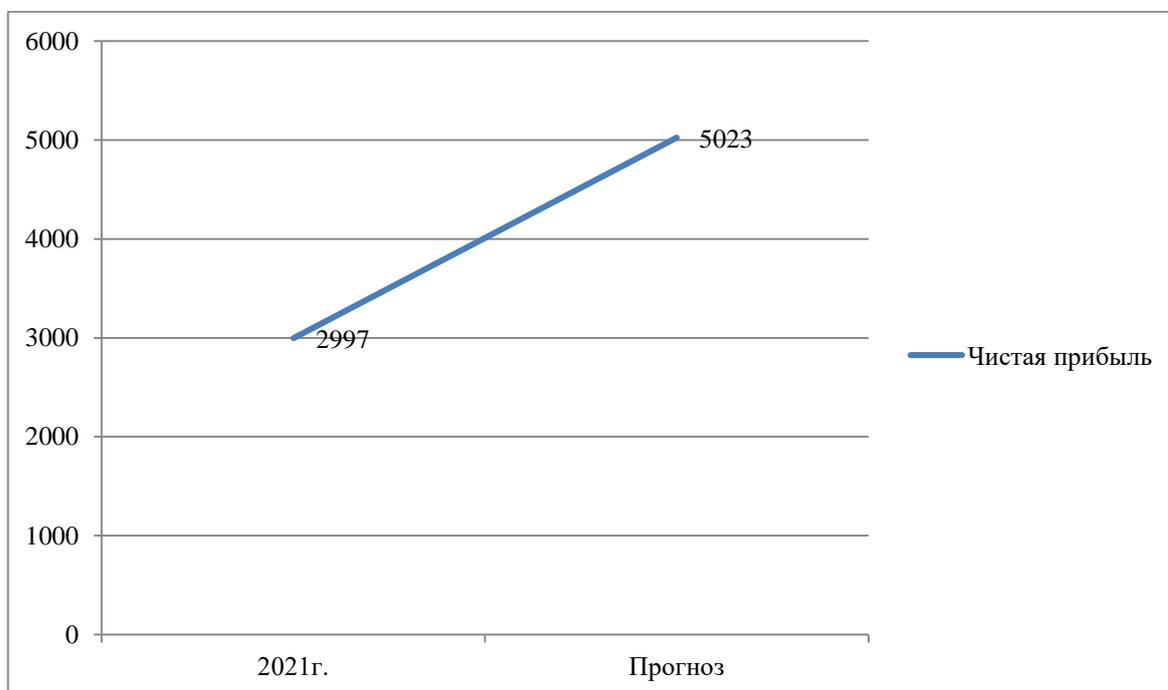


Рисунок 25 – Прогнозная чистая прибыль ООО «МПласт–ТЛ» с учетом применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции

Анализ влияния структурных сдвигов в производстве на величину объема продаж продукции ООО «МПласт–ТЛ» в результате применения разработанных мероприятий представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Анализ влияния структурных сдвигов в производстве на величину объема продаж продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг.

Показатель	2021 г.	Прогноз	Изменение
Объем реализации, т.р.	300905	334005	33100
Количество реализованных изделий, шт.	20332	29569	9237
Средняя цена одного изделия, т.р.	14,80	14,80	0,00

В результате применения разработанных мероприятий по повышению конкурентных преимуществ производимой продукции планируемый рост объема продаж при неизменной цене составит 9237 шт., динамика представлена на рисунке 26.

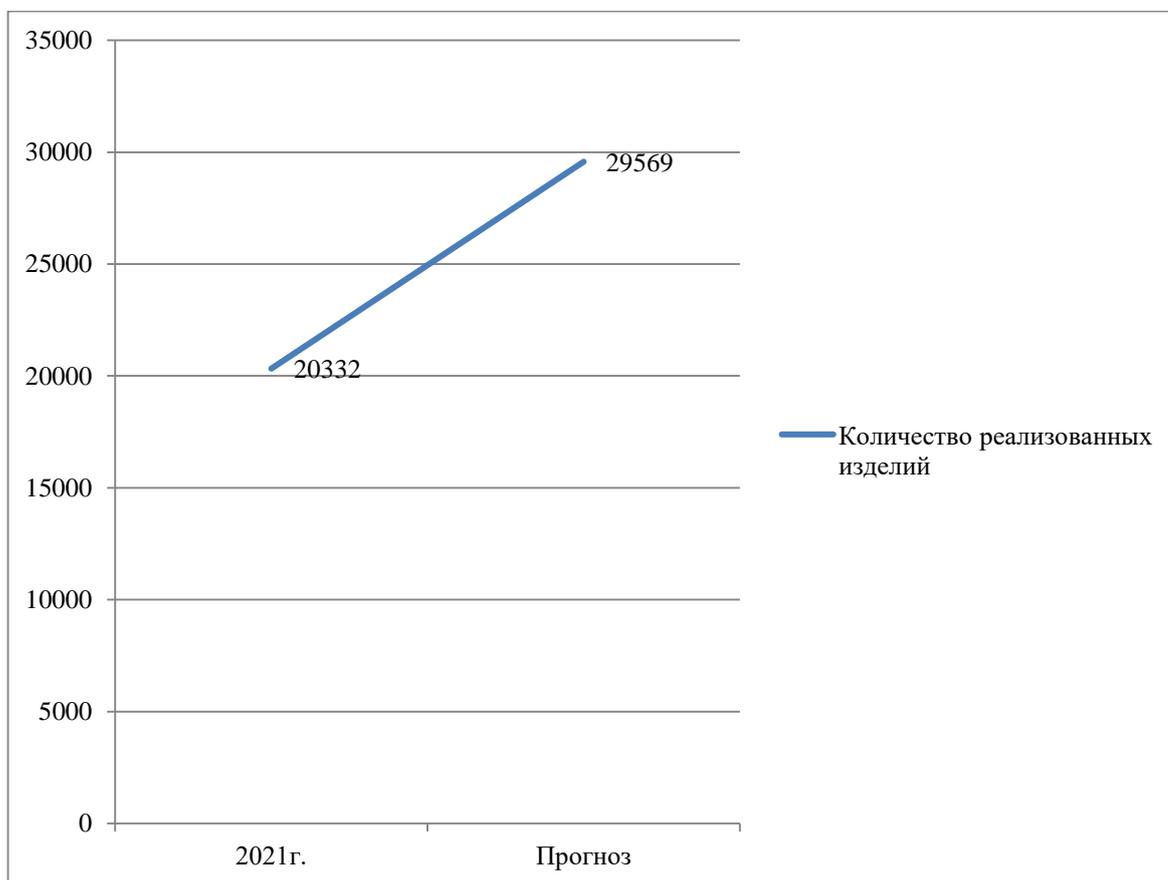


Рисунок 26 – Количество реализованных изделий ООО «МПласт–ТЛ» с учетом применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции

Рост количества реализуемой продукции свидетельствует о повышении конкурных преимуществ продукции за счет увеличения спроса со стороны покупателей и заказчиков.

Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» в результате применения разработанных мероприятий представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Анализ конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»

Наименование показателя	ООО «МПласт–ТЛ»	ООО «БСКК»	ООО "Аффари"	ООО "ПКФ СККМ"	ООО "Восход"
Ассортимент продукции	4	2	1	4	2
Цена продукции	4	2	2	4	2
Качество продукции	3	2	2	3	2
Зона продаж и качество сервисного обслуживания	4	3	2	4	3
Итого баллы	15	9	7	15	9

Многоугольник конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» в результате применения разработанных мероприятий представлен на рисунке 27.

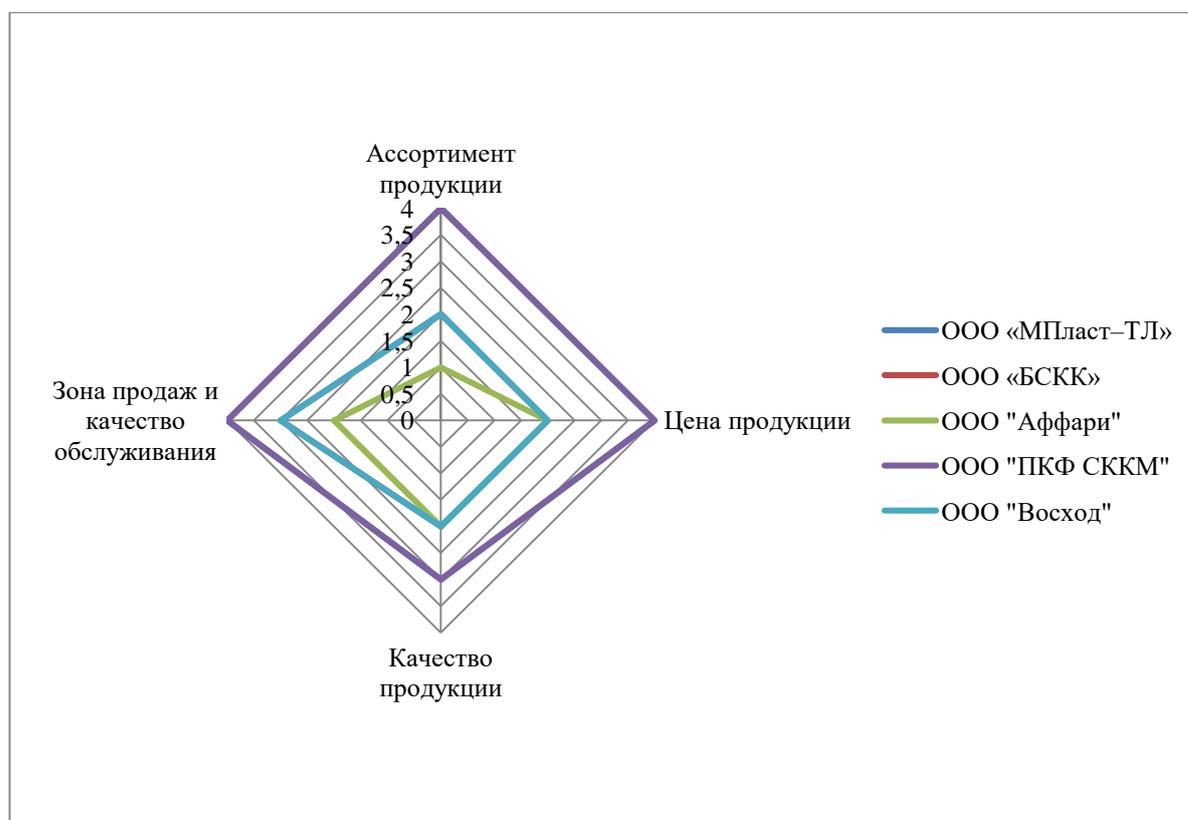


Рисунок 27 – Многоугольник конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ»

В результате проведенного сравнительного анализа конкурентоспособности продукции выявлено, что продукция и услуги ООО «МПласт–ТЛ» за счет применения разработанных мероприятий займут лидерские позиции, а именно улучшится зона продаж и качество сервисного обслуживания клиентов.

Следовательно, мероприятиями по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания являются удовлетворение потребностей клиентов, разработка системы скидок и бонусов, заключение партнерского соглашения со строительной фирмой, разработка собственного сайта, выход на электронные площадки, возможность предоставления рассрочки платежа и брони по производству продукции.

Мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции на основе эффективного сервисного обслуживания позволят ООО «МПласт–ТЛ» увеличить клиентопоток, что повлияет на рост чистой прибыли и усилить конкурентные преимущества предоставляемой продукции.

## Заключение

В первом разделе бакалаврской работы изучены теоретические аспекты конкурентоспособности продукции предприятия.

В результате изучения этапов и методов оценки конкурентоспособности продукции предприятия сделаны следующие выводы:

- оценка конкурентоспособности продукции предприятия осуществляется поэтапно;

- наиболее распространенными методами оценки конкурентоспособности продукции предприятия являются горизонтальный и вертикальный анализ показателей, факторный и сравнительный анализ показателей;

- конкурентоспособность продукции предприятия зависит от множества факторов, поэтому оценку конкурентоспособности продукции необходимо проводить комплексно.

Во втором разделе бакалаврской работы проведен анализ конкурентоспособности продукции и технико-экономической характеристики ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. На основании проведенного анализа сделаны следующие выводы:

- чистая прибыль от осуществления финансово-хозяйственной деятельности ООО «МПласт-ТЛ» за 2019–2021гг. увеличилась, а именно за 2019–2020гг. на 1985 т.р., за 2020–2021гг. на 815 т.р.;

- численность персонала ООО «МПласт-ТЛ» за период исследования не изменился и составил 3 человека, увеличился фонд оплаты труда и производительность труда персонала;

- за 2019–2020гг. уменьшился показатель фондоотдачи ООО «МПласт-ТЛ», но за 2020–2021гг. он увеличился на 10,72%, что свидетельствует об увеличении количества производимой продукции на рубль основных фондов;

– в результате проведенного анализа технико–экономической характеристики выявлено улучшение финансово–хозяйственной деятельности ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. о чем свидетельствует рост чистой прибыли, показателей рентабельности и уменьшение затрат на рубль выручки;

– за период исследования увеличился объем реализованной продукции предприятия, а именно за 2019–2020г. на 44516 т.р., за 2020–2021гг. на 4665 т.р., в ООО «МПласт–ТЛ» за 2019–2021гг. возросло количество реализованных изделий, а именно за 2019–2020г. на 8511 шт., за 2020–2021гг. на 4792 шт.;

– в результате проведенного анализа выполнения плана по ассортименту продукции ООО «МПласт–ТЛ» за 2021г. выявлено, что в целом план сверх выполнен;

– в результате анализа факторов, влияющих на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» выявлено, что наиболее негативное влияние оказывают такие факторы, как санкционные мероприятия, замедление роста экономического рынка и повышение конкуренции;

– положительное влияние на стоимость и конкурентоспособность продукции ООО «МПласт–ТЛ» оказывают технологические факторы и рост потребителей;

– на стоимость и конкурентоспособность весомое влияние оказывает проблемы качества производимой продукции. В ООО «МПласт–ТЛ» проводится усиленный контроль за качеством производимой продукции, брак составляет не более 2%;

– в результате проведенного сравнительного анализа конкурентоспособности продукции выявлено, что продукция и услуги ООО «МПласт–ТЛ» уступают по таким позициям, как она продаж и качество сервисного обслуживания продукции, и цена продукции ООО "ПКФ СККМ".

ООО «МПласт–ТЛ» рекомендуется разработать мероприятия, направленные на повышение конкурентоспособности продукции.

Мероприятием, направленным на повышение конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» является разработка механизма эффективного сервисного обслуживания. От эффективности сервисного обслуживания зависит клиентопоток и репутация предприятия. Чем больше удовлетворено потребностей потенциальных клиентов, тем больше предприятие получит прибыль.

Мероприятиями по повышению конкурентоспособности продукции ООО «МПласт–ТЛ» на основе эффективного сервисного обслуживания являются удовлетворение потребностей клиентов, разработка системы скидок и бонусов, заключение партнерского соглашения со строительной фирмой, разработка собственного сайта, выход на электронные площадки, возможность предоставления рассрочки платежа и брони по производству продукции.

В прогнозном периоде рост выручки составит 11%, при себестоимости продаж 15,28%

За счет применения разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции, планируемый рост выручки составит 67,6%. В результате применения разработанных мероприятий по повышению конкурентных преимуществ производимой продукции планируемый рост объема продаж при неизменной цене составит 9237 шт.

Рост количества реализуемой продукции свидетельствует о повышении конкурентных преимуществ продукции за счет увеличения спроса со стороны покупателей и заказчиков.

Следовательно, мероприятия по повышению конкурентоспособности продукции на основе эффективного сервисного обслуживания позволят ООО «МПласт–ТЛ» увеличить клиентопоток, что повлияет на рост чистой прибыли и усилит конкурентные преимущества предоставляемой продукции.

## Список используемой литературы

1. Абрамович Е. Е. Информационная база и методы анализа конкурентоспособности продукции организации / Е. Е. Агронский // Актуальные проблемы современной науки: Материалы V Международной научно–практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов, Краснодар: ИП Дедкова С.А., 2019. – С. 32–35.
2. Антонова О.Б. Менеджмент: учебник // Качество в производственных и социально–экономических системах : Сборник научных трудов 6–й Международной научно–технической конференции. В 2–х томах. – М.: Инфра–М., 2020 – 511 с.
3. Ассартинова А.А. Конкурентоспособность организации // Актуальные проблемы современной науки: Материалы V Международной научно–практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов. – М.: Финансы и кредит, 2019 – 427 с.
4. Бердин В. В. Методические аспекты анализа деятельности предприятия / В. В. Бердина // Менеджмент: материалы VIII межрегиональной научно–практической конференции молодых учёных и студентов, Симферополь, 17–18 мая 2019 года / Министерство науки и высшего образования РФ, Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского, 2019. – С. 250–252.
5. Бложкина Н. А. Производственный менеджмент / Н. А. Блохина, М. Е. Гребнева // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы: Сборник статей по материалам XVI Международной научно–практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов: в 2 т., Нижний Новгород, 15 ноября 2018 года / Мининский университет. – Нижний Новгород: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина", 2021.

– С. 119–122.

6. Влюбленова В. А. Менеджмент / В. А. Власова // Молодежь XXI века: образование, наука, инновации: Материалы VI Всероссийской студенческой научно–практической конференции с международным участием, Новосибирск, / Под редакцией А.В. Харламова, Т.С. Федосова. – Новосибирск: Новосибирский государственный педагогический университет, 2020. – С. 63–65.

7. Губанова Е. В. Методика анализа эффективности производства на предприятии / Е. В. Губанова // Научно–технический прогресс: актуальные и перспективные направления будущего: Сборник материалов VI Международной научно–практической конференции, Кемерово, 18 августа 2017 года. – Кемерово: Общество с ограниченной ответственностью "Западно–Сибирский научный центр", 2019. – С. 175–178.

8. Дмитрич Н.Н. Экономика: учебник для вузов // материалы VIII межрегиональной научно–практической конференции молодых учёных и студентов. – М.: ЮНИТИ, 2019 – 273 с.

9. Жабрина, М. А. Производственный менеджмент / М. А. Жбанчикова, О. А. Тагирова // Инновационные идеи молодых исследователей для агропромышленного комплекса России: Сборник материалов Международной научно–практической конференции молодых ученых, Пенза, 28–29 марта 2019 года. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2019. – С. 242–245.

10. Жирафовин П.С. Менеджмент: учебник // Научный поиск молодежи XXI века. Сборник научных статей по материалам XII Международной научной конференции студентов и магистрантов Часть 3. – М.: Экономика, 2021 – 309 с.

11. Зидали М. В. Управление персоналом и эффективность предприятия / М. В. Зимонина // Межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно–исследовательских проектов, представленных на 4–й международной научно–практической конференции,

Москва, 07–08 апреля 2020 года. – Москва: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство "КноРус", 2020. – С. 99–102.

12. Каньков М.С. Основы менеджмента: учебник // Промышленное развитие России: проблемы, перспективы: Сборник статей по материалам XVI Международной научно–практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. – М.: Инфра–М, 2021 – 334 с.

13. Кожин И. А. Как повысить эффективность производства организации / И. А. Компанец, А. Г. Щербинина // Социально–экономические и правовые аспекты развития общества: Материалы всероссийской научно–практической конференции, Краснодар, 17 ноября 2018 года. – Майкоп: ООО "Электронные издательские технологии", 2020. – С. 189–193.

14. Лаврушкина Е.В. Оценка и мотивация деятельности сотрудников предприятий: учебник // Новое слово в науке: стратегии развития: Сборник материалов II Международной научно–практической конференции. – М.: ЮНИТИ, 2019 – 166 с.

15. Лошадкина Л. Г. Производственный менеджмент / Л. Г. Лопастейская, Д. В. Турбина // Социально–экономические аспекты устойчивого развития бизнеса в будущем: сборник статей по итогам Международной научно–практической конференции, Казань, – Казань: Общество с ограниченной ответственностью "Агентство международных исследований", 2019. – С. 28–30.

16. Лужникова О.Л. Менеджмент организации: учебник для вузов. – М: Экономика, 2020 – 284 с.

17. Мамыкина А.А. Компетенции управленческого персонала и формирование конкурентных преимуществ предприятия: учебник // Интеллектуальный потенциал Сибири: материалы 28–ой Региональной научной студенческой конференции: в 3 частях. – М.: ЮНИТИ, 2019 – 228 с.

18. Некрасова О.Д. Основы менеджмента: учебник // Молодежь XXI века: образование, наука, инновации: Материалы VI Всероссийской

студенческой научно–практической конференции с международным участием. – М.: Экономика, 2021 – 118 с.

19. Орлова В.Б. Экономика и результаты деятельности коммерческих предприятий: учебник. – М.: ПРИОР. 2020 – 276 с.

20. Петькина Е.В. Производственный менеджмент: учебник // Межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно–исследовательских проектов, представленных на 4–й международной научно–практической конференции. – М.: Инфра – М, 2019 – 229 с.

21. Поляркина В.Я. Анализ и диагностика финансово–хозяйственной деятельности организации: учебник / В.Я. Поздняков. – Москва: НИЦ ИНФРА–М, 2018. С. 617.

22. Пуникова А.П. Производственный менеджмент: учебник. – М.: Экономика, 2019 – 314 с.

23. Свиридов С.Л. Экономика: учебник. – М.: ЮНИТИ, 2020 – 360 с.

24. Трубачева Т.О. Производственный менеджмент: учебник // Актуальные проблемы бухгалтерского учета и аудита в условиях стратегического развития экономики: Сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно–практической конференции молодых ученых. – СПб.: Питер, 2017 – 251 с.

25. Усмадова М.М. Производственный менеджмент: учебник. – М.: ЮНИТИ, 2016 – 311 с.

26. Фесагин А.В. Производственный менеджмент / А.В. Федин, И.В. Павлова // В сборнике: Сборник научных работ студентов, аспирантов и профессорско–преподавательского состава по итогам Национальной научно–практической конференции. Под редакцией М.В. Петровской, В.З. Чаплюка, Л.Н. Сорокиной. 2021. С. 425–432.

27. Филимонова С.А. Менеджмент // Научные труды Калужского государственного университета имени К.Э. Циолковского : материалы докладов гуманитарных секций региональной университетской научно–практической конференции. 2019. №4(94). С. 9–23.

28. Финансы. В 2 ч. : учеб. и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.Я. Лукасевич. – 4-е изд., перераб. и доп.– Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 377с.

29. Фриауф, А.И. Экономика // В книге: МНСК–2018: Экономика Материалы 56-й Международной научной студенческой конференции. 2020. С. 187–188.

30. Хагрин Р.Р. Финансовый анализ: учебник // Актуальные проблемы учета, анализа, контроля и налогообложения в условиях цифровизации экономики: Межвузовский сборник научных трудов и результатов совместных научно–исследовательских проектов, представленных на 4-й международной научно–практической конференции. – М.: ЮНИТИ, 2019 – 408 с.

31. Хомякова К.О. Производственный менеджмент / Хозяинова К.О., Домрачева Л.П.// Вестник КемРИПК. 2019. № 1. С. 147–154.уманитарных и естественных наук. 2019. № 5–4. С.129–131.

32. Чернова С.А., Анализ эффективности деятельности предприятия. / Чернова С.А., Гасанова А.Г. // Наука среди нас. – 2019. – № 6 (22). – С. 88–93.

33. Шалаев И. А., Соболева И. А., Николаенко Н. М. Банкротство // Производственный менеджмент: перспективы развития и совершенствования. 2020. №7 (17). С. 346–351.

34. Шарафутдинова Д. Р. Экономика. В сборнике: Глобализация науки и техники в условиях кризиса. Материалы ХХІХ Всероссийской научно–практической конференции. В 2-х частях. Ростов–на–Дону, 2021. С.114–117.

35. Шеремет, А. Д. Менеджмент: учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — Москва : ИНФРА–М, 2017. — 374 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — [www.dx.doi.org/10.12737/21493](http://www.dx.doi.org/10.12737/21493). – ISBN 978–5–16–105019–4 Хрящин А.О. Финансы: учебник для вузов. – М.: Дашков и Ко, 2019 – 367 с.

Приложение А  
**Бухгалтерский баланс ООО «МПласт-ТЛ»**

Таблица А.1 - Бухгалтерский баланс ООО «МПласт-ТЛ»

<b>Бухгалтерский баланс</b>		Коды		
на <u>31 декабря</u> <u>2021</u> г.				
		Форма по ОКУД	0710001	
		Дата (число, месяц, год)	19	01
		по ОКПО	28487104	
Организация <u>ООО «МПласт-ТЛ»</u>		ИНН	6324091746	
Идентификационный номер налогоплательщика _____		по		
Вид экономической деятельности <u>Производство кирпича и других строительных изделий</u>		ОКВЭД 2	23.32	
Организационно-правовая форма/форма собственности _____		по ОКОПФ/ОКФС	12300	16
Общество с ограниченной ответственностью _____		по ОКЕИ	384	
Единица измерения: тыс. руб.				
Местонахождение (адрес) <u>445007, Самарская обл., Тольятти, 189, стр. 35, оф. 1</u>				

Пояснения <sub>1</sub>	Наименование показателя <sup>2</sup>	На <u>31.12</u>	На 31 декабря	На 31 декабря
		<u>2021</u> г. <sup>3</sup>	<u>2020</u> г. <sup>4</sup>	<u>2019</u> г. <sup>5</sup>
	<b>АКТИВ</b>			
	<b>I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Нематериальные активы			
	Результаты исследований и разработок			
	Нематериальные поисковые активы			
	Материальные поисковые активы			
	Основные средства	11204	12209	5044
	Доходные вложения в материальные ценности			
	Финансовые вложения			
	Отложенные налоговые активы			
	Прочие внеоборотные активы			
	<b>Итого по разделу I</b>	<b>11204</b>	<b>12209</b>	<b>5044</b>
	<b>II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ</b>			
	Запасы	104170	117269	89048
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	8	16	2
	Дебиторская задолженность	27214	16933	15635
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)			
	Денежные средства и денежные эквиваленты	2184	1930	1918
	Прочие оборотные активы	5782	1264	147
	<b>Итого по разделу II</b>	<b>139358</b>	<b>137441</b>	<b>106751</b>
	<b>БАЛАНС</b>	<b>150562</b>	<b>149621</b>	<b>111795</b>

Продолжение приложения А

Продолжение таблицы А.1

Пояснения 1	Наименование показателя 2	На 31.12 2021 г.3	На 31 декабря 2020 г.4	На 31 декабря 2019 г.5
	<b>ПАССИВ</b>			
	<b>III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ 6</b>			
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	100	100	100
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	( )	( )	( )
	Переоценка внеоборотных активов			
	Добавочный капитал (без переоценки)			
	Резервный капитал			
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	30248	27251	25067
	Итого по разделу III	30348	27351	25167
	<b>IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства	14203	16660	12770
	Отложенные налоговые обязательства	0	1368	0
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства	7806	7123	293
	Итого по разделу IV	22009	25151	13063
	<b>V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА</b>			
	Заемные средства			
	Кредиторская задолженность	98205	97118	73656
	Доходы будущих периодов			
	Оценочные обязательства			
	Прочие обязательства			
	Итого по разделу V			
	<b>БАЛАНС</b>	98205	97118	73565

Приложение Б  
Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ»

Таблица Б.1 - Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ»

<b>Отчет о финансовых результатах</b>		<b>за _____ 20 21 г.</b>		
		Дата (число, месяц, год)	Коды	
Организация <u>ООО «МПласт-ТЛ»</u>	по ОКПО	15	01	22
Идентификационный номер налогоплательщика _____	ИНН	0710002		
Вид экономической деятельности <u>Производство кирпича и других строительных изделий</u>	по ОКВЭД 2	28487104		
Организационно-правовая форма/форма собственности _____	по ОКФС/ОКФП	6324091746		
Общество с ограниченной ответственностью	по ОКФС/ОКФП	23.32		
Единица измерения: тыс. руб.	по ОКЕИ	12300	16	
		384		

Пояснения <small>1</small>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За _____ 20 21 г. <sup>3</sup>	За _____ 20 20 г. <sup>4</sup>
	Выручка <sup>5</sup>	300905	296240
	Себестоимость продаж	( 194506 )	( 198504 )
	Валовая прибыль (убыток)	106399	97736
	Коммерческие расходы	( 98405 )	( 94337 )
	Управленческие расходы	( )	( )
	Прибыль (убыток) от продаж	7994	3399
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению		
	Проценты к уплате	( 1200 )	( )
	Прочие доходы	3009	3806
	Прочие расходы	( 4807 )	( 3477 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	4996	3728
	Налог на прибыль <sup>7</sup>	1989	1542
	в т.ч. текущий налог на прибыль	( )	( )
	отложенный налог на прибыль		
	Прочее	-10	-4
	Чистая прибыль (убыток)	2997	2182

**Приложение В**  
**Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ»**

Таблица В.1 - Отчёт о финансовых результатах ООО «МПласт-ТЛ»

<b>Отчет о финансовых результатах</b>		<b>за _____ 20 20__ г.</b>		<b>Коды</b>		
		Дата (число, месяц, год)		0710002		
		Форма по ОКУД		17	01	2021
Организация	ООО «МПласт-ТЛ»	по ОКПО		28487104		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		6324091746		
Вид экономической деятельности	Производство кирпича и других строительных изделий	по ОКВЭД 2		23.32		
Организационно-правовая форма/форма собственности		по ОКОПФ/ОКФС		12300	16	
Общество с ограниченной ответственностью		по ОКЕИ		384		
Единица измерения: тыс. руб.						

Пояснения <small>1</small>	Наименование показателя <sup>2</sup>	За _____ 20 20__ г. <sup>3</sup>	За _____ 20 19__ г. <sup>4</sup>
	Выручка <sup>5</sup>	296240	251724
	Себестоимость продаж	( 198504 )	( 165400 )
	Валовая прибыль (убыток)	97736	86324
	Коммерческие расходы	( 94337 )	( 79811 )
	Управленческие расходы	( )	( )
	Прибыль (убыток) от продаж	3399	6513
	Доходы от участия в других организациях		
	Проценты к получению		
	Проценты к уплате	( )	( 230 )
	Прочие доходы	3806	1740
	Прочие расходы	( 3477 )	( 7597 )
	Прибыль (убыток) до налогообложения	3728	426
	Налог на прибыль <sup>7</sup>	1542	218
	в т.ч. текущий налог на прибыль	( )	( )
	отложенный налог на прибыль		
	Прочее	-4	-11
	Чистая прибыль (убыток)	2181	197