

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
Экономика и менеджмент
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« » 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

Расширение спектра предоставляемых услуг на примере ООО «Энергопректсервис»

Руководитель _____ Т. Б. Коняхина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ А. В. Устич
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2019

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:
Расширение спектра предоставляемых услуг на примере
ООО «Энергопректсервис»

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Аналитическая часть

наименование раздела

подпись, дата

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Проектная часть

наименование раздела

подпись, дата

Т. Б. Коняхина

инициалы, фамилия

Нормоконтролер

подпись, дата

Н. Л. Сигачева

инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы
Расширение спектра предоставляемых услуг на примере
ООО «Энергопректсервис»

ВКР выполнена на 73 страницах, с использованием 12 иллюстраций, 38 таблиц, 2 формул, 4 приложений, 35 использованных источников, 14 количество листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: услуги, сфера услуг, SWOT-анализ, внешняя среда, внутренняя среда, конкурентные преимущества, конъюнктура, планирование, прямой маркетинг, исследование рынка, сегментация.

Автор работы (З-74Э)

А. В. Устич

подпись инициалы, фамилия

Руководитель работы

Т. Б. Коняхина

подпись инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы — 2019

Цель — разработка мероприятий по расширению спектра услуг предприятия.

Задачи: дать понятие услуг; рассмотреть сущность и виды услуг, определить особенности продвижения услуг на рынке и требования к их совершенствованию; рассмотреть количественные и качественные показатели оказания услуг; разработать мероприятия по расширению спектра услуг предприятия; дать оценку эффективности предложенных мероприятий.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что для создания и сохранения конкурентного преимущества производители услуг должны выделять и решать проблемы, характерные для конкретного вида деятельности, в частности расширять спектр и совершенствовать свою сферу оказания услуг.

Научная новизна работы заключается в исследовании вопросов особенностей функционирования сферы услуг, и определения направлений расширения спектра услуг с учетом внешних и внутренних факторов влияния.

В квалификационной работе разработан план мероприятий по расширению перечня оказываемых услуг ООО «Энергопректсервис», который позволит предприятию укрепить свои рыночные позиции и повысить конкурентоспособность.

По результатам проведенных исследований определены основные направления расширения перечня оказываемых предприятием услуг, с использованием уже имеющихся мощностей предприятия путем расширения целевых сегментов потребителей.

По результатам реализации предложенных мероприятий ожидается рост эффективности хозяйственной деятельности, которая принесет дополнительную приносить прибыль, а также улучшит сервисное обслуживание своих потребителей.

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

I The theme of the graduation thesis is «Expansion of the range of services provided by example LLC «Energopraktservice»

The graduation thesis comprises 73 pages, 12 figures, 38 charts, 2 formulas, 4 applications, 35 reference items, 14 visual aids (slides).

Key words: motivation, management motivation system; non-material motivation, motivation methods, motivation functions.

Author of the work (3 - 74)	_____	<u>A. V. Ustich</u>
Academic supervisor	signature _____	full name <u>T. B. Konyahina</u>
English language supervisor	signature _____ signature _____	<u>E. A. Nikitina</u> full name

Year of qualification work protection - 2019

The goal - the development of measures to expand the range of services of the enterprise.

Tasks: to give the concept of services; consider the nature and types of services, identify features of the promotion of services on the market and requirements for their improvement; consider quantitative and qualitative indicators of service provision; develop activities to expand the range of services of the enterprise; assess the effectiveness of the proposed activities.

The relevance of the research topic is due to the fact that in order to create and maintain a competitive advantage, service providers must identify and solve problems specific to a particular type of activity, in particular, expand the range and improve their sphere of service provision.

The scientific novelty of the work consists in studying the issues of the specific features of the functioning of the services sector, and determining the directions for expanding the range of services, taking into account external and internal factors of influence.

In the qualification work, an action plan was developed to expand the list of services provided by Energopraktservice LLC, which will allow the enterprise to strengthen its market position and increase its competitiveness.

According to the results of the research, the main directions for expanding the list of services provided by the enterprise were identified, using the existing facilities of the enterprise by expanding target segments of consumers.

According to the results of the implementation of the proposed measures, the expected increase in the efficiency of economic activity, which will bring additional profit, as well as improve the service of its customers.

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
«Экономика и менеджмент»
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« ____ » _____ 2019 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту Устич Алена Викторовне

фамилия, имя, отчество

Группа 3-74Э Направление 38.03.01 Экономика

номер код наименование

Тема выпускной квалификационной работы Расширение спектра предоставляемых услуг на примере ООО «Энергопроектсервис»

Утверждена приказом по институту № 251 от 10.04.2019

Руководитель ВКР Т. Б. Коняхина к.э.н., доцент кафедры «Экономика и менеджмент» ХТИ-филиал СФУ.

инициалы, фамилия, должность, ученое звание и место работы

Исходные данные для ВКР бухгалтерский баланс ООО «Энергопроектсервис» и отчет о финансовых результатах

Перечень разделов ВКР Теоретическая часть. 1 Методологические аспекты услуг. Аналитическая часть. 2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Энергопроектсервис». Проектная часть. 3 Разработка мероприятий по расширению спектра услуг ООО «Энергопроектсервис».

Перечень иллюстративного материала: 1 титульный лист, 2 актуальность, 3 цель и задачи работы, 4 основные признаки, характерные для услуг 5 типы услуг 6 структура выручки ООО «Энергопроектсервис» по видам работ за 2018 год 7 структурный анализ капитала ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. 8 динамика рентабельности ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. 9 структура конкурентного рынка электромонтажных услуг 10 Матрица SWOT-анализа динамика показателей рентабельности ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. 10 SWOT-анализ 11 спектр расширения услуг 12 финансовый план спектра расширения услуг 13 Расчет влияния предложенных мероприятий на показатели деятельности 14 Прогноз эффективности деятельности при расширении спектра услуг.

Руководитель ВКР

подпись

Т. Б. Коняхина

инициалы и фамилия

Задание принял к исполнению

А.В. Устич

подпись, инициалы и фамилия студента

« 10» 04 2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	6
1 Теоретическая часть. Методологические аспекты услуг.....	8
1.1 Понятие, сущность и виды услуг	8
1.2 Методы продвижения услуг на рынке	14
1.3 Качественные и качественные показатели оказания услуг.....	21
2 Аналитическая часть. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Энергопроектсервис »	26
2.1 Характеристика предприятия	26
2.2 Анализ актива баланса.....	30
2.3 Анализ пассива баланса.....	35
2.4 Оценка ликвидности и финансовой устойчивости.....	38
2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия	42
2.6 Управленческий анализ	45
2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия	50
2.8 Вопросы экологии	52
3 Проектная часть. мероприятия по расширению спектра услуг ООО «Энергопроектсервис»	54
3.1 Оценка направления развития спектра услуг.....	54
3.2 Расчет затрат на проведение мероприятий.....	60
3.3 Экономическая эффективность предложенных мероприятий	65
Заключение	68
Список использованных источников	70
Приложения А – Г	73

ВВЕДЕНИЕ

Услуга может быть определена как отдельный законченный результат, формируемый в сфере сервиса, и предоставленный потребителю в соответствии с требованиями, установленными к его свойствам, и имеющимся спросом.

Стремительное расширение сферы услуг является одним из основных направлений развития современной экономики, что обусловлено увеличением спроса на услуги и предопределено влиянием целого ряда факторов, таких как рост благосостояния; рост доходов; рост использования высокотехнологичных товаров.

В сфере деловых услуг, совершенствование рынков и технологий усиливает потребность компаний в предприятиях сферы услуг, занимающихся исследованиями рынка, маркетинговыми разработками и техническими консультациями. Компании охотно покупают услуги, поскольку это позволяет избежать дополнительных капиталовложений в средства их самостоятельного производства и позволяет сохранять гибкость. В целом предоставление услуг на рынке связано с возникновением особых проблем, для решения которых нужны особые маркетинговые стратегии.

Актуальность темы исследования определена тем, что большое разнообразие предоставляемых услуг означает, что для создания и сохранения конкурентного преимущества производители услуг должны выделять и решать проблемы, характерные для конкретного вида деятельности, в частности расширять спектр и совершенствовать свою сферу оказания услуг.

Цель работы — разработка мероприятий по расширению спектра услуг предприятия.

Для реализации поставленной цели необходимо решить ряд задач:

- дать понятие услуг, определить их сущность и виды;
- рассмотреть требования, предъявляемые к оказанию услуг;
- определить количественные и качественные показатели оказания услуг;
- оценить состояние финансово-хозяйственной деятельности предприятия;

- обосновать мероприятия по развитию спектра услуг предприятия;
- дать оценку эффективности предлагаемых мероприятий.

В качестве объекта данной работы выбрано предприятие, основным видом деятельности которого является производство электромонтажных работ ООО «Энергопректсервис».

Предметом исследования является сфера оказания деловых услуг в условиях рыночной экономики.

В качестве теоретической и методологической основы проведения исследования являются труды следующих авторов: Гамаюнова Б.П., Беквит Г., Синициной О.Н., Тультаева Т.А., Кондратьевой А.К., Щербаковой С.А. и др.

Выбор методов исследования обусловлен поставленной целью и спецификой предметной области. В ходе работы были использованы следующие методы: общенаучные методы (анализ и синтез, обобщение, аналогия); методы сравнительного и статистического анализа.

Структура работы построена с учетом соблюдения логической последовательности и взаимосвязи отдельных разделов, факторов и составляющих исследуемых проблем.

В первой части исследованы методологические аспекты услуг, дано понятие, рассмотрена сущность и виды услуг, определены требования и количественные и качественные характеристики услуг. Во второй части проведен подробный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. В третьей части предложены мероприятия по расширению спектра услуг предприятия.

В заключении изложены основные результаты исследования, сформулированы основные выводы и практические рекомендации по совершенствованию оценки и управления процессом расширения спектра услуг предприятия.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 1 МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УСЛУГ

1.1 Понятие, сущность и виды услуг

В общем виде услуга представляет собой экономическое благо, проявляющееся в форме определенной деятельности. Иначе говоря, это определенное действие (или их последовательность), направленное на повышение потребительской полезности объекта услуги [13].

Под услугами так же следует понимать любую деятельность или работу, которую, одна сторона способна предложить другой. Как правило, она характеризуется отсутствием предлагаемой материальной осязаемости такой деятельности и не выражается во владении чем-либо.

На рисунке 1.1, выделены основные признаки, которые отделяют услуги от товаров и характеризуют особенности их функционирования в области производства и потребления.

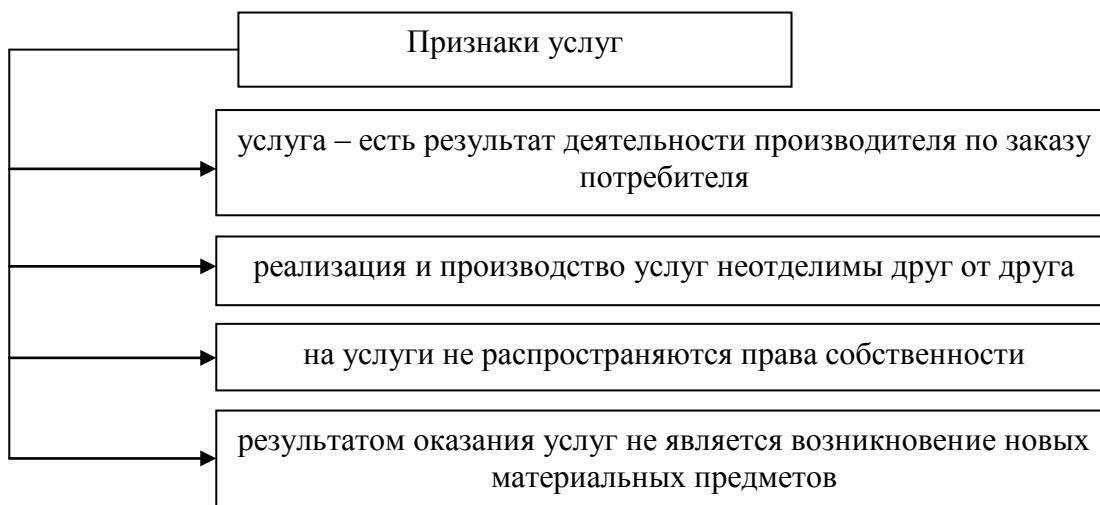


Рисунок 1.1 — Основные признаки, характерные для услуг

Как следует из рисунка 1.1, основные признаки, характерные для услуг: услуга – есть результат деятельности производителя по заказу потребителя; реализация и производство услуг неотделимы друг от друга; на услуги не распространяются права собственности; результатом оказания услуг не

является возникновение новых материальных предметов. К этим основным признакам, необходимо добавить характеристики, присущие услугам:

1) Неосызаемость. Человек не может заранее узнать то, какое качество будет в конце, пока не получит ее результат, не заплатит за нее. Чтобы потребитель доверял, используются проверенные способы. Специалист может рассказать, а по возможности показать результат выполненной работы.

2) Услуга связана с источником работы: человеком или машиной. Поставщики работают с большой группой потребителей, поставляя им товар. Здесь важное место занимает обслуживание, ведь потребители будут выбирать те компании, которые заслужили их доверие.

3) Непостоянство качественной характеристики. Услуги различаются по качеству, в зависимости от времени, места их оказания. Поэтому покупатели советуют с другими потребителями о качестве услуги. Для улучшения сервиса компаний вкладывают деньги в обучение профессионалов. В этом учитывается удовлетворенность клиентов, жалобы, предложения.

4) Несохраняемость. Услугу нельзя сохранить. Поэтому многие фирмы берут ее стоимость заранее, чтобы потребитель хотел посетить компанию во время назначенной встречи [15].

Кроме вышеперечисленного, можно выделить относительные качества, присущие услугам. К относительному качеству относятся следующие характеристики:

- можно сравнивать с деятельностью конкурентов;
- оно рассматривается со стороны покупателя;
- цена независима от деятельности фирмы;
- захватывает материальные, нематериальные ценности, к которым относится поведение сотрудников.

Выявляются эти особенности двумя этапами:

- 1) Выделяются важные потребительские критерии, благодаря которым осуществляется деятельность. Это согласуется с персоналом.
- 2) Оцениваются критерии, их сравнение с конкурентами. В результате

можно создать эффективную деятельность предприятия.

К функциональному качеству услуг относится процесс взаимодействия с персоналом. Благодаря отличному обслуживанию клиент будет доволен, поэтому он обязательно обратиться за услугой снова [15].

Оказание услуг имеет свой результат. Влияние оказываемой услуги на потребителя, и результат влияния, приведены на рисунке 1.2.

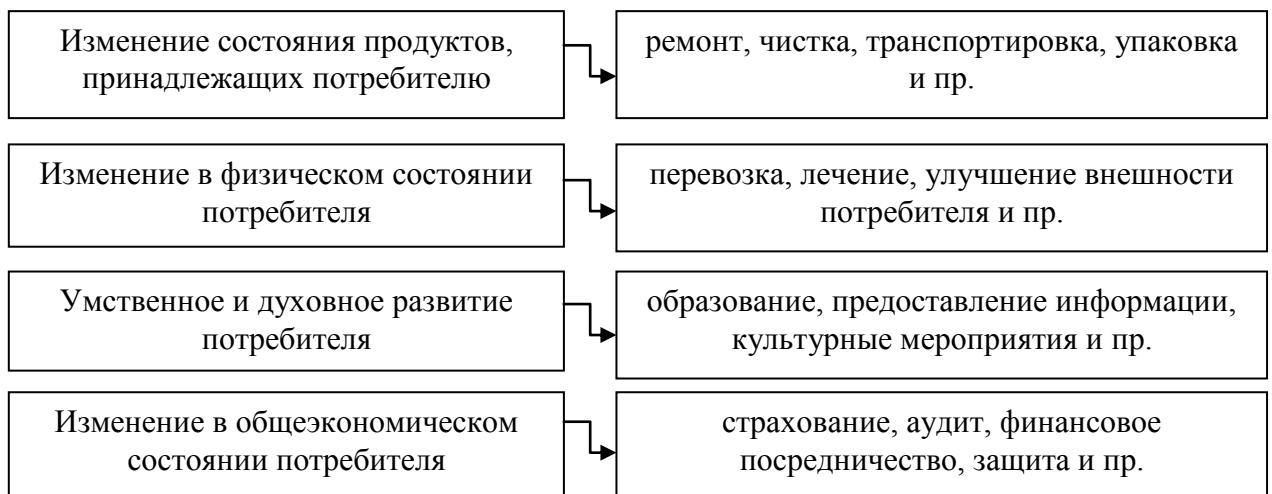


Рисунок 1.2 — Результаты оказания услуг [15]

По приведенному на рисунке 1.2 перечню результатов оказания услуг производится принципиальное разграничение работ и услуг.

В случае проведения работ по договору подряда, заказчику должен быть представлен материальный результат проведенных работ. Напротив, если оказывается услуга (медицинская, образовательная, юридическая и т.д.), то какой-либо овеществленный результат может отсутствовать. Поэтому не достижение эффекта от оказанной услуги не позволяет считать обязательства не исполненными. Следует подчеркнуть, что некоторые услуги могут иметь материальный результат, но этот результат должен быть неотделим от самого действия или деятельности [16].

Все услуги делятся на материальные и нематериальные. В первом случае, речь идет об изменении потребительских свойств изделий, их перемещении, а также создании условий для их потребления. Услуги же нематериального плана

не связаны с товаром в его материальной форме.

Сравнение услуг по степени материальности приведено на рисунке 1.2.

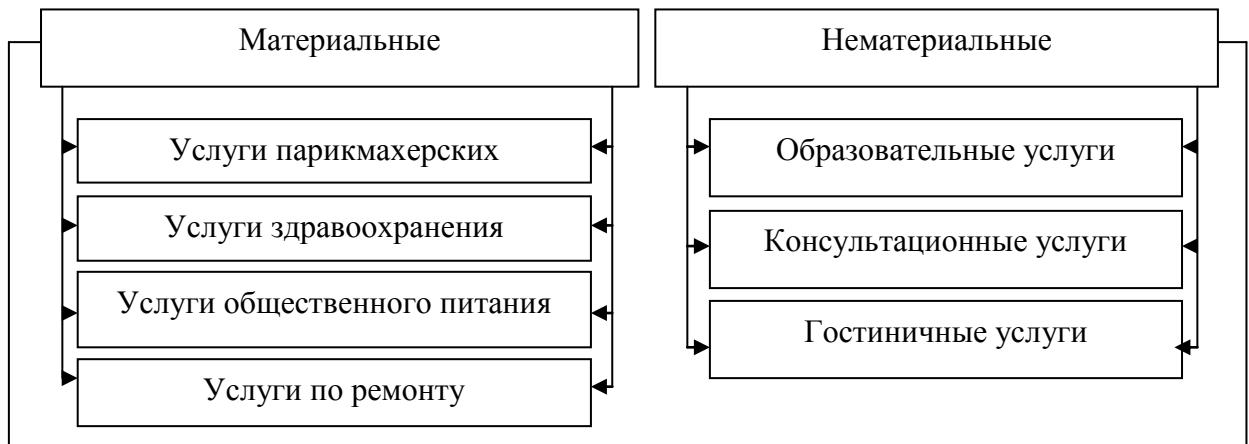


Рисунок 1.3 — Сравнение услуг по степени осозаемости [16].

Кроме того, услуги могут быть бытовыми, деловыми, социальными и производственными. Типология услуг по назначению приведена в таблице 1.1.

Таблица 1.1 —Типы услуг

Типы услуг	Сфера услуг
Производственные	Инжиниринг, лизинг, обслуживание (ремонт) оборудования, и др.
Распределительные	Торговля, транспорт, связь
Профessionальные	Банки, страхование, финансы, консалтинг, реклама и др.
Потребительские (массовые)	Услуги, связанные с домашним хозяйством и досугом
Общественные	ТВ, радио, образование, культура

Говоря об экономике в масштабах страны, можно указать, что сегодня в состав сектора услуг входят такие отрасли, как здравоохранение, торговля, связь, транспорт, туризм и пр. Эти услуги могут оказываться как частным лицам, так и предприятиям. Сектор услуг по своему содержанию не предусматривает создания материальных благ, однако оказывает влияние на объемы их производства и качественные показатели. Здесь повышается значение оборудования и квалификации трудовых ресурсов [16].

Преобладание в экономике страны третичного сектора (сфера услуг), указывает на ее постиндустриальный характер, а общество такой страны

называют постиндустриальным. Некоторые ученые в состав третичного сектора, основанного на сфере услуг, включают еще два сектора:

- четвертичный (финансы, информационные технологии);
- пятеричный (образование, исследования, маркетинг) [20].

В современном постиндустриальном обществе роль сектора услуг в экономике все возрастает. При этом со сферой услуг связаны практически все виды деятельности. Сегодня оказанием услуг занимаются не только сервисные организации, но и промышленные предприятия, которые осуществляют транспортные услуги, гарантийное и пост гарантийное обслуживание производимой продукции, информационную поддержку клиентов и пр.

Сектор услуг играет существенную роль в мировом хозяйстве. В настоящее время прослеживаются ярко выраженные тенденции наращивания объемов производства услуг. Доходы от сервисной деятельности неуклонно растут, а занятости в этой сфере – повышается. В соответствии с этим наблюдается ужесточение конкурентной борьбы за потребителя. Увеличиваются объемы импорта и экспорта услуг. В состав сферы услуг входит огромное множество видов сервиса [34].

Согласно классификации Всемирной торговой организации (ВТО) существует более 150 их видов, которые условно могут быть сгруппированы в 12 секторов (Приложение А).

По оценкам экспертов суммарный вклад третичного сектора в мировой валовой внутренний продукт (ВВП) составляет порядка 70 % [34].

Таким образом, можно говорить о преобладании сферы услуг в мировом хозяйстве и отнесении общества к постиндустриальному. Безусловно, все это характерно лишь для развитых стран (США, Европа и пр.). Наблюдается ярко выраженная тенденция увеличения доли, населения занятого в производстве услуг. Во многих странах мира этот показатель превышает соответствующее значение для промышленного производства [29].

Активизация развития сектора услуг в мировом хозяйстве обусловлена целым рядом факторов, определяющее значение среди которых сыграли:

интернационализация; политика развитых государств; социальные изменения; совершенствование сферы информационных технологий; тенденции развития бизнес-среды. Так или иначе, роли сервисной деятельности в мировой экономике неуклонно растет, а ее вклад в национальные экономики стран – растет [20].

Для российской экономики, впрочем, как и для многих других государств, характерна ярко выраженная тенденция наращивания доли сектора услуг в валовом внутреннем продукте. В то же время следует понимать, что в России сфера услуг долгое время сильно отставала, да и сейчас продолжает отставать, от аналогичного сектора экономик большинства развитых государств. Характерной особенностью сферы услуг в России остается частичная неформальность предоставления услуг, не требующих интеллектуальных ресурсов, существенных финансовых и материальных затрат, в результате чего происходит замедление развития не только отдельных сервисных организаций, но и целого ряда отраслей отечественной сферы услуг [34].

Обширное распространение в российской практике получает оказание услуг частными лицами, которые не вступают в отношения найма. Либерализация внешней торговли, включая торговлю услугами, а также открытие отечественного рынка услуг содействуют активизации деятельности зарубежных поставщиков различных видов услуг. В результате сектор услуг расширяется, однако российская экономика по-прежнему остается ориентированной на первичный сектор.

Таким образом, услуги обладают рядом специфических характеристик, которые присущи им как экономическому благу, а так же отраслевыми, качественными, относительными и функциональными характеристиками. Указанные отличительные характеристики, особенности услуг, делают управление операциями в сфере услуг более трудным делом, чем в промышленности, торговле с точки зрения обеспечения эффективности, их специфические характеристики определяют особенности управления и применения маркетинга.

1.2 Методы продвижения услуг на рынке

Продвижение услуг отличается от продвижения товаров. Причина тому кроется в нематериальном характере услуги. Поэтому, разработка комплекса маркетинга и комплекса продвижения для услуг, намного сложнее. Оценить качество услуги до ее потребления невозможно, а товар можно предварительно пощупать, осмотреть или даже попробовать.

Цель первого субъекта, который оказывает услугу, это получение морального или материального вознаграждения, второй субъект имеет цель достичь желаемого результата за определенную плату [29].

Выделяют сеть ключевых отличий в поведении потребителей на рынке услуг, которые являются основой разработки стратегии продвижения и маркетинговых программ:

- сложность оценки качества услуги до покупки;
- более низкий уровень знания сервисной организации более высокая неопределенность в уровне обслуживания;
- непрозрачная структура себестоимости услуги;
- непостоянный спрос;
- высокая доля постоянных затрат;
- трудности с расчетом итоговой стоимости до покупки [16].

Такая особенность услуги как неосозаемость, связана с риском совершить неверный выбор при покупке услуги. Результат деятельности по оказанию услуги, подверженный во многих случаях влиянию различных качеств производителя не может быть заранее определен с достаточной точностью; окончательная оценка результата возможна только после потребления услуги. Поэтому все стратегии продвижения и рекламы строятся на решении следующих задач:

- минимизация страха и неуверенности перед покупкой за счет повышения доверия к сервисной организации;
- постоянная работа над повышением уровня знаний о компании;

- улучшение уровня и скорости обслуживания клиентов;
- упрощение доступа к услуге;
- повышение наглядности услуги;
- рост удовлетворенности потребителей;
- совершенствование технологий обслуживания [15].

Грамотное решение всех задач позволит построить эффективную стратегию продвижения услуги на рынке и привлечь максимальное количество новых клиентов и удержать старых.

Методов и способов продвижения товаров великое разнообразие, но не все они применимы для сферы услуг. В этом случае эффективными методами продвижения считаются: реклама; связи с общественностью (PR); отзывы и рекомендации; телефонный маркетинг; продажа услуг; взаимоотношения с клиентами; публичные выступления; участие в различных объединениях и ассоциациях; прямая рассылка рекламных буклотов; выпуск сувенирной продукции [28].

При планировании рекламной кампании по продвижению услуги рекомендуют привлекать специалистов, которые подберут подходящие рекламные средства и способы воздействия на потребителей. Основной упор в рекламе следует делать на компетентность, профессионализм и заботу сотрудника (исполнителя) о клиенте.

Эффективным инструментом связей с общественностью может стать статья о компании в прессе. Для этого необходимо определить, какие периодические издания читают клиенты и какие издания вообще популярны. Далее продумать основную идею статьи и выбрать того, кто подготовит статью (журналист или копирайтер) [35].

Обязательно опубликовать статью в сочетании с фотографией, это привлечет читателей. Постоянным клиентам, коллегам и партнерам разослать экземпляр газеты или журнала со статьей.

Самым результативным методом продвижения услуги являются рекомендации и отзывы довольных клиентов. Это сарафанное радио или

реклама из уст в уста работает лучше и эффективнее, чем платные средства продвижения. Результат телефонного маркетинга как способа продвижения услуги зависит от грамотно составленного сценария разговора с клиентов и уровня подготовки сотрудников. Они должны быть не только компетентны в вопросах, но и уметь общаться с людьми, обладать настойчивостью, сообразительностью и вежливостью. При продаже услуги клиенту важно уметь его слушать и задать вопросы [35].

В отличие от продаж товаров, услугу можно приспособить к требованиям клиентов. Исполнитель должен выступать консультантом: выявить, что необходимо клиенту, подобрать подходящую услугу и позволить клиенту участвовать в процессе оказания услуги. Важно и взаимодействовать с клиентами, общаться с ними, поддерживать контакт на период оказания услуги и после.

Самым дорогим, но эффективным способом продвижения услуги является прямая рассылка рекламных проспектов или буклетов. Они отправляются по почте клиентам из базы или потенциальным потребителям (что выясняется в ходе проведения маркетингового исследования).

И последний способ – это раздача небольших сувениров с фирменной символикой компании. Ручки, блокноты, календари и пр.

Когда компания, оказывающая услуги, желает продвигать себя в Интернете, первым делом необходимо создать свой интернет-сайт или лендинг. Любая реклама всегда ссылается на сайт, который побуждает клиента к действию. После просмотра веб-ресурса компании клиент должен заходить позвонить, заказать и записаться на услугу. Важно еще адаптировать сайт под любые устройства (планшет, смартфон) [35].

Основными способами продвижения услуг в интернете являются: контекстная реклама; социальные сети (SMM); контент-маркетинг; youtube; сайты агрегаторы; сайты отзывов. Потенциальный клиент при вводе ключевого слова в поисковике Яндекса или Google первым видит рекламные ссылки на компании. Это и есть контекстная реклама. Лучше всего заказать ее настройку

у специалистов [35].

Продвижение через социальные сети набирает обороты и немалые благодаря широкому охвату аудитории. Самым популярным ресурсом считается Инстаграм, далее идет сеть Вконтакте, Фейсбук. Социальная сеть Одноклассники как платформа для продвижения услуг неэффективная и уже постепенно умирает. Контент-маркетинг в сфере оказания услуг означает постоянное создание и распространение полезной информации для целевых потребителей с целью формирования доверительных отношений. YouTube является третьим по посещаемости сайтом и второй поисковой системой в мире. Это не просто площадка для хранения видеороликов, но и крупнейшая социальная сеть, принадлежащая Google [35].

Компания может развивать свой канал YouTube, привлекая клиентов из этой поисковой сети. Сайты агрегаторы — это интернет-справочники товаров и услуг различной тематики, такие как: yell.ru, 2gis.ru, zoon.ru, gidm.ru. Сайты агрегаторы позволяют собрать максимум полезной и необходимой информации для пользователей в наглядном и структурированном виде [35].

Специфические особенности сферы услуг представляют конкретные проблемы. Сервисные операции часто трудоемки и, следовательно, подвержены изменениям, которыми сложно управлять и которые могут привести к неудовлетворенности клиента.

Требования к планированию являются еще одной большой проблемой сферы услуг. Услуги динамичны и имеют низкий срок годности, что часто приводит к случаям простоя мощностей или возможности потерь. По сравнению с традиционными производственными процессами, процессами в сфере услуг являются менее заметными и, следовательно, в них труднее определить брак [28].

Кроме того, в сфере услуг дорого качество, а не просто измерение характеристик, поэтому, может быть сложно выявить дефект.

Для решения этих проблем, как и другим отраслям промышленности, сфере услуг необходимо внедрять инновации и постоянно улучшать свои

процессы, повышать качество.

Ниже представлены четыре метода для улучшения процессов сферы оказания услуг (рисунок 1.4).



Рисунок 1.4 — Методы улучшения процессов сферы оказания услуг

Метод 1: Разработка руководства к процессу оказания услуг.

Руководство к процессу представляет собой набор инструкций / указаний по проведению повседневных операций. Это один из наиболее экономически эффективных способов достижения определенной степени стандартизации процесса. Хотя он и не уменьшает человеческий фактор, но предотвращает отклонение от предписанных шагов процесса при оказании услуг [28].

Ожидаемые выгоды:

- повышает согласованность результатов обслуживания, поскольку все поставщики услуг в осуществлении одинаковых процессов работают согласно, в соответствии с руководством к процессу;
- выступает, как справочное руководство для работы с исключениями и вопросами в ходе оказания услуг;
- помогает при переходе процесса от одного ресурса к другому.

Метод 2: Автоматизация процессов в сфере оказания услуг.

Процессы сервиса осуществляются с использованием значительных человеческих ресурсов и, следовательно, существует высокая вероятность того, что изменения будут вводиться в процессы непосредственно во время предоставления услуг. Во всей сфере услуг, различные организации добились

стандартизации процессов в некоторых секторах в значительной степени за счет развертывания технологических решений автоматизации.

Ожидаемые выгоды:

- снижение человеческого фактора в оказании услуг;
- повышение производительности процесса предоставления услуг;
- стандартизация процесса предоставления услуг;
- устранение изменений, возникших в процессе на уровне провайдера.

Метод 3: Сокращение количества невыполненных требований.

Организации, предоставляющие услуги имеют два типа запросов: невыполненный запрос (инцидент) и запрос услуг. Запрос услуг - запрос на обслуживание от клиента, который поступает когда ему что-то нужно. В то время как невыполненный запрос (инцидент) – запрос, возникший вследствие неспособности выполнить что-либо для клиента надлежащим образом. Невыполненный запрос, таким образом, это запрос, который существует только потому, что не был удовлетворен первоначальный запрос. Например, если в колл-центре большая часть обращений касается, либо запросов, направленных ранее, либо переделки неправильно сделанных работ. Эти обращения не обеспечивают ценность для клиента, и они потребляют существующие мощности колл-центра [35].

Невыполненный запрос представляет собой распространенный тип несоответствий в сервисных организациях. Сервисные организации должны определить долю невыполненных запросов относительно общего количества запросов. Кроме того, им необходимо провести анализ основных причин невыполнения запросов и принять меры для их сокращения. Например, в колл-центре, в котором есть многочисленные невыполненные запросы, организация должна провести анализ причин обращений клиентов и постараться сократить количество отказов, а не пытаться снизить затраты приходящиеся на один ответ по обращению.

4. Создание шаблона обслуживания. Ориентированный на клиента подход к инновациям и совершенствованию услуг

Ожидаемые выгоды:

- снижение количества браков и увеличение эффективности процесса предоставления услуг;
- повышение удовлетворенности клиентов, за счет увеличения ценности операции / выполнения взаимодействия;
- раскрытие потенциала новых услуг.

Таким образом, обобщая результаты исследования можно сказать, что рынок услуг, развивается по законам рыночной экономики, является разновидностью товарного рынка и вместе с этим, имеет ряд специфических черт, что обуславливает особый подход к предпринимательской и маркетинговой деятельности, призванной обеспечить удовлетворение спроса на услуги.

Характер работы по оказанию услуг таков, что определить, что и как следует изменить, бывает очень непросто. Процессы оказания услуг гораздо менее наглядны, чем производственные процессы.

Постоянное совершенствование услуг способствует поддержанию соответствия услуг изменяющимся потребностями бизнеса за счет определения и внедрения улучшений услуг, поддерживающих бизнес-процессы. Постоянное совершенствование услуг является одной из стадий жизненного цикла услуги.

В настоящее время отмечается тенденция объединения ранее обособленных видов услуг в рамках одной компании, которая предлагая услуги в комплексе, может повысить свою конкурентоспособность, ослабив возможные риски своей деятельности за счет диверсификации. Таким образом, сегодня можно говорить о диверсификации сферы услуг, которая проявляется в современном бизнесе все более отчетливо.

Исходя из особенностей и специфики нематериального производства, далее будут рассмотрены качественные и количественные показатели оценки оказания услуг.

1.3 Количественные и качественные показатели оказания услуг

Под сферой услуг следует понимать совокупность видов деятельности и отраслей хозяйства, которые предназначены для производства и реализации услуг населению. Сфера услуг напрямую связана с воспроизводством человеческой жизни и созданием благоприятных условий для развития производительных сил и их размещения. В зависимости от той роли, которую играют услуги в воспроизводственном процессе, а также от характера удовлетворяемых ими потребностей выделяют три вида сфер услуг – материального производства, духовной жизни и социальных услуг [15].

Главное место в оценке занимает потребитель, а стандартами закрепляются основные общепринятые понятия. Важно, чтобы оказанная услуга могла использоваться по назначению.

Условно можно разделить показатели услуги на количественные, легко измеряемые, и качественные, которые сложнее измерить и подсчитать.

Понятие качество услуг включает три главных составляющих: объект, потребности, характеристики.

Объектом называется услуга, которая должна соответствовать качеству. Результатом этой деятельности может быть продукция, передаваемая от одного лица к другому на основе договора. Услуги осуществляются с целью удовлетворения потребностей покупателей [20].

Потребностью называется нужда, из-за которой требуется услуга потребителю. Благодаря этому понятию появляются желания, которые влияют на спрос.

Характеристиками называют отличительные черты, свойства, качество услуг. Характеристики бывают качественными, количественными.

Многие фирмы, имеющие обширную филиальную сеть, используют при работе методы оценки. Там учитываются количественные, качественные параметры. Количественные характеристики включают факторы, на основе которых высчитывается объем оказываемых услуг. Их качество

устанавливается общепринятыми параметрами. В этой работе анализируются качественные показатели на основе системы их оценки.

Если ожидания выше действительного уровня обслуживания, то потребители ощущают неудовлетворенность. Если оно превышает по качеству ожидания, то тогда клиенты будут довольны. Во время исследования удовлетворенности потребителя надо решать две главные задачи [20].

Ожидания клиента относительно услуги. Следует определиться, что хочет получить клиент, когда заказывает ее. Ожидание является одним из главных показателей, поскольку многие устанавливают их слишком высокими.

В научной литературе понятия качества и эффективности часто рассматриваются как тождественные или очень близкие, и всегда понятие эффективности опирается на наличие высокого качества явления или процесса. Но в некоторых случаях эти составляющие объекта исследования не только не являются тождественными, но и могут прямо противоречить друг другу. Это затрудняет их правильную интерпретацию и негативно отражается на оценке. Особенно это проявляется в отношении качества и эффективности услуг организаций. В то же время, эти понятия определяют принципиально разные характеристики услуги и могут рассматриваться независимо друг от друга [15].

Для потребителей услуг одним из важных критериев является - качество оказанных услуг. Оценку качества услуг можно определить благодаря методам, используемым в квалиметрии, которая изучает и реализует методы количественной оценки качества.

На практике, оценка качества услуг по всей совокупности показателей может оказаться трудоемкой и неэффективной. Как правило, анализ качества конкретной услуги можно осуществить с использованием меньшего количества показателей.

Комплексный показатель качества услуги находят следующим образом: эксперты оценивают в баллах каждый показатель, затем средние результаты оценки умножают на коэффициенты весомости (значимости) и произведения суммируют по формуле 1.1.

$$K_0 = \sum K_i a_i \quad (1.1)$$

где K_i – показатель i -го свойства оцениваемой услуги;

a_i – коэффициент весомости показателя K_i .

К относительному качеству относятся следующие характеристики:

Можно сравнивать с деятельностью конкурентов.

Оно рассматривается со стороны покупателя.

Цена независима от деятельности фирмы.

Захватывает материальные, нематериальные ценности, к которым относится поведение сотрудников.

Выявляются эти особенности двумя этапами:

1) Выделяются важные потребительские критерии, благодаря которым осуществляется деятельность. Это согласуется с персоналом.

2) Оценивание критериев, их сравнение с конкурентами. В результате можно создать эффективную деятельность предприятия.

Воспринимаемое качество. Покупателю необходимо оценить качество деятельности компании. Оценка имеет несколько главных параметров:

- материальность. Еще ее называют осязаемостью, благодаря которой потребитель может увидеть показатели услуги, например, оборудование, рекламу, обустройство помещения.

- доступность: услугу легко получить в удобном месте, в удобное время, без излишнего ожидания ее предоставления.

- коммуникабельность: описание услуги выполнено на языке клиента и является точным.

- компетентность: обслуживающий персонал обладает требуемыми навыками и знаниями.

- надежность, которая позволяет получать полный результат работы в установленное время.

- отзывчивость определяет, насколько сотрудники готовы помочь своему клиенту.

- убедительность, которая характеризует компетентность, профессионализм, вежливость сотрудников.
- сопереживание, при котором персонал заботится о своих клиентах, а также понимает их интересы.
- безопасность: предоставляемые услуги не несут с собой никакой опасности или риска и не дают повода для каких-либо сомнений [16].
- понимание клиента: служащие стараются как можно лучше понять нужды клиента и каждому из них уделяют внимание.

Считается, что в любой деятельность информационное обеспечение играет важную роль. Они тоже влияют на качественные показатели. Поэтому важно учитывать следующие характеристики:

- сведения о деятельности предприятия. Клиент вправе получить полную информацию о месторасположении компании, обслуживании клиентов, руководителях. В результате даже при первом посещении фирмы клиент будет уверен в надежности;
- сведения об услугах. Важна информативность о предоставляемых услугах. Обычно сведения размещают на буклетеах, в брошюрах. Там должна быть указана актуальная информация, интересная для потребителя;
- оформление рекламы. Компания должна иметь аккуратные рекламные, информационные стенды по всем видам деятельности [15].

Если соблюдаются все вышеперечисленные аспекты, то клиент получает полную информацию о деятельности компании. Поэтому он будет уверенно пользоваться услугами фирмы. Благодаря таким сведениям упрощается обслуживание, так как покупатель может самостоятельно ознакомиться с предоставляемыми услугами, после чего сделать свой выбор. Для этого не потребуется помочь специалиста [13].

Количественные показатели услуги:

- время ожидания услуги;
- время предоставления услуги;
- характеристики оборудования, инструментов, материалов;

– полнота услуги.

Для оценки эффективности услуг предлагает использовать следующую формулу 1.2.

$$\mathcal{E} = (P/\mathcal{I}) + З + У \quad (1.2)$$

где P - полученный результат;

\mathcal{I} - цель деятельности;

$З$ - затраты;

$У$ - условия деятельности.

Так как понятие эффективности в сфере оказания услуг очень сложно определить, то было бы целесообразным добавить в формулу еще некоторые компоненты оценки эффективности предоставления услуг, отражающими уровень удовлетворенности получателей услуг содержанием, формами, способами, качеством услуг [13].

Таким образом, определение эффективности услуг необходимо осуществлять для того, чтобы выявить факторы, оказывающие воздействие на качественные и количественные показатели услуг, их взаимосвязь, степень и характер влияния. Можно выделить несколько методов оценки эффективности услуг: качественный; количественный; социологический; балльный. Первый метод направлен на анализ факторов внешней среды (экономические, политические, социальные, культурные и т.д.), выявление угроз и перспектив развития компании. Количественный метод – это составление отчетов по конечным финансовым результатам деятельности компании: оценка объема продаж, сравнительный анализ расходов на рекламу и маркетинг, полученной прибыли и т.д. Социологический метод оценивает эффективность влияния оказанных услуг на поведение потребителей. Последний метод представляет собой оценку эффективности путем присвоения баллов по каждому критерию.

АНАЛИТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ 2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО - ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ЭНЕРГОПРОЕКТСЕРВИС»

2.1 Характеристика предприятия

Объектом исследования явилось предприятие Общество с ограниченной ответственностью «Энергопроектсервис» зарегистрирована 13 февраля 2007 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №1 по Республике Хакасия. Организации присвоены ИНН 1901077410, ОГРН 1071901000731, ОКПО 95267668.

Местонахождения Общества. Юридический адрес: Российская Федерация, Республика Хакасия, г. Абакан, ул. Ленинского Комсомола 3 кв. 88. Фактический адрес: РХ, г. Абакан ул. Игарская 5 б.

ООО «Энергопроектсервис» - это электромонтажная организация, оптовый покупатель электроэнергии. ООО «Энергопроектсервис» обслуживает около 600 лиц в качестве потребителей.

Главная задача ООО «Энергопроектсервис» — строительство высоковольтных линий электроосвещения согласно выигрышным конкурсам, на данное время организованными филиалом ОАО «МРСК-Сибири» филиал ХакасЭнерго (является главным заказчиком работ Общества), а также ФКУ «Байкалправтодор», а также более мелкими организациями подрядчиками.

ООО «Энергопроектсервис» осуществляет процесс распределения (транспортировки) энергии. Данный процесс включает в себя подачу электроэнергии в жилые дома, на дороги с целью освещения, состоящие из высоковольтных и низковольтных сетей, трансформаторных подстанций, распределительных и защитных устройств.

Предприятие относится к сфере оказания электромонтажных услуг. В настоящее время рынок электромонтажных услуг достаточно насыщен и имеются крупные предприятия-конкуренты по отношению к

ООО «Энергопроектсервис» такие как, ООО «Северовостокэлектромонтаж», ООО «КрасЭнергоРесурс», ООО «Спектр», ОАО «Омскэлектросетьремонт». В то время как ОАО «МРСК Сибири» является основным заказчиком работ вышеперечисленных организаций.

Потребителями (абонентами) являются юридические и физические лица, потребляющие энергии. Полное официальное наименование предприятия – общество с ограниченной ответственностью «Энергопроектсервис».

Основные виды деятельности ООО «Энергопроектсервис»:

- производство электромонтажных работ;
- передача электроэнергии;
- деятельность по обеспечению работоспособности электрических сетей;
- производство по прокладке местных трубопроводов, линий связи и электропередач;
- прочая оптовая и розничная продажа;
- покупка электрической энергии на оптовом и розничных рынках электрической энергии (мощности);
- реализация (продажа) электрической энергии на оптовом и розничных рынках электрической энергии (мощности) потребителям (в том числе гражданам);
- оказание земляных работ;
- оказание услуг третьим лицам, в том числе по сбору платежей за отпускаемые товары и оказываемые услуги.

Предметом деятельности ООО «Энергопроектсервис» являются:

- сбор, передача и распределение электрической энергии;
- эксплуатация сетей электроснабжения;
- проектирование, строительство, расширение, реконструкция, монтаж высоковольтных линий.

Структура выручки ООО «Энергопроектсервис» по видам работ за 2018 год приведена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 — Структура выручки ООО «Энергопроектсервис» по видам работ за 2018 год

На рисунке 2.1, видно, что основной удельный вес в выручке предприятия приходится на электромонтажные работы 62,4 %, ремонт и обслуживание составляют 27,2 %, прочие работы 10,4 %.

Организационная структура управления ООО «Энергопроектсервис» представлена на рисунке 2.2.



Рисунок 2.2 — Организационная структура управления

Организационная структура ООО «Энергопроектсервис» является линейно-функциональной. Положения по отделам содержат четкое определение задач, функций, обязанностей, прав и ответственности, а также подчиненность и взаимоотношения с другими отделами. Штатная численность соответствует потребностям предприятия в трудовых ресурсах (руководство, ИТР и рабочие, служащие), определена на основании нормативной численности и фактически сложившихся особенностей работ за предыдущие периоды.

Основные технико-экономические показатели предприятия приведены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 — Анализ основных экономических показателей деятельности

Показатель	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
				тыс. руб.	%
Выручка от продаж	тыс. руб.	41 115,0	148 958,0	107 843,0	262,3
Себестоимость	тыс. руб.	31 999,0	125 885,0	93 886,0	293,4
Прибыль от продаж	тыс. руб.	9 116,0	23 073,0	13 957,0	153,1
Прибыль чистая	тыс. руб.	2 459,2	3 892,0	1 432,8	58,3
Численность всего	чел.	37,0	39,0	2,0	5,4
Численность основного производственного персонала	чел.	16	18	2	
Выработка на 1-го работающего	тыс. руб.	1 111,2	3 819,4	2 708,2	243,7
Фонд заработной платы	тыс. руб.	9378,2	9 959,0	580,9	6,2
Средняя заработная плата	руб.	21 122,0	21 280,0	158,0	0,7

По данным таблицы 2.1 видно, что сумма выручки в 2018 году составила 148 958 тыс. руб. увеличение по сравнению с 2017 годом на 262,3 %, что составило в абсолютном выражении 107 843 тыс. руб. Темп роста себестоимости составил 293,4 %, что обусловлено ростом закупочных цен на материалы. Чистая прибыль увеличилась на 1 432,8 тыс. руб. За счет роста численности и увеличения и средней заработной платы в 2018 году отмечается рост фонда оплаты труда на 6,2 % или на 580,9 тыс. руб.

Таким образом, исследуемое предприятие за 2018 год нарастило объемы производства и повысило производительность труда, что характеризует его как успешно развивающееся предприятие. Далее необходимо проанализировать его финансовое состояние, платежеспособность и эффективность деятельности.

2.2 Анализ актива баланса

Актив баланса содержит сведения о размещении капитала, имеющегося в распоряжении предприятия, то есть о вложении его в конкретное имущество и материальные ценности, об остатках денежной наличности.

Для анализа структуры и динамики активов баланса ООО «Энергопроектсервис» проведем предварительные расчеты, результаты которых представим в таблице 2.2.

Таблица 2.2 — Агрегированный аналитический баланс за 2017 год

Актив	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Пассив	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %
Внеоборотные активы	2 661,0	11,3	Собственный капитал	7 781,0	33,0
Оборотные активы	20 945,0	88,7	Заемный капитал	15 825,0	67,0
Баланс	23 606,0	100,0	Баланс	23 606,0	100,0

Как видно из таблицы 2.2, внеоборотные активы занимают 11,3 % в структуре баланса за 2017 год, оборотные активы составляют 88,7 % соответственно. Собственный капитал составляет 33 %, заемный капитал — 67 %, что указывает на устойчивое положение предприятия.

Динамика, состава и структуры имущества предприятия за 2017-2018 гг. приведена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 — Структура имущества

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Внеоборотные активы	2 661,0	11,3	2 191,0	6,1	-470,0	-17,7
Оборотные активы	20 945,0	88,7	33 492,0	93,9	12 547,0	59,9
Итого	23 606,0	100,0	35 683,0	100,0	12 077,0	51,2

Анализ данных таблицы 2.3 свидетельствует о том, что за 2018 год сумма имущества ООО «Энергопроектсервис» составила 35 683 тыс. руб., что больше

показателя 2017 года на 12 077 тыс. руб., темп прироста составляет 51,2 %. В структуре активов наибольшую долю составляют оборотные активы — 88,7 % в 2017 году, 93,9 % в 2018 году. Прирост оборотных активов составил 12 547 тыс. руб., темп прироста 59,9 %. Внеоборотные активы в 2018 году в абсолютном выражении составил 2 191 тыс. руб., что меньше суммы 2017 года на 470,0 тыс. руб., темп снижения 17,7 %. В 2018 году удельный вес внеоборотных активов составляет 6,1 %, в 2017 году 11,3 %.

В таблице 2.4 представлен анализ структуры и динамики внеоборотных активов ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг.

Таблица 2.4 — Структура и динамика внеоборотных активов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс.руб.	% к итогу	Сумма, тыс.руб.	% к итогу	Сумма, тыс.руб.	%
Внеоборотные активы	2 661,0	100,0	2 191,0	100,0	-470,0	-17,7
Основные средства	2 661,0	100,00	2 191,0	100,00	-470,0	-17,7

Как видно из таблицы 2.4, в 2017 году сумма внеоборотных активов составляла 2 661 тыс. руб. в 2018 году сумма внеоборотных активов составила 2 191 тыс. руб. внеоборотные активы сформирована основными средствами. Снижение связано с отражением суммы износа основных средств.

Анализ структуры оборотных активов ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. по отдельным их видам приведен в таблице 2.5.

Таблица 2.5 — Анализ структуры и динамики текущих активов

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонение	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Оборотные активы:	20 945,0	100,0	33 492,0	100,0	12 547,0	59,9
Запасы, в том числе:	10 995,0	52,49	13 950,0	41,65	2 955,0	26,9
-товары на продажу	924,0	4,41	942,0	2,81	18,0	1,9
-прочие запасы и затраты	10 071,0	48,08	13 008,0	38,84	2 937,0	29,2
НДС	2 522,0	12,04	2 786,0	8,32	264,0	10,5
Дебиторская задолженность	5 281,0	25,21	2 502,0	7,47	-2 779,0	-52,6
Денежные средства	2 147,0	10,25	14 254,0	42,56	12 107,0	563,9

Согласно данных таблицы 2.5 оборотные активы за 2018 года составляют 33 492 тыс. руб., что на 12 547 тыс. руб. больше показателя 2017 года. За 2018 год произошло увеличение суммы текущих активов на 59,9 %. Основной прирост в структуре имущества ООО «Энергопроектсервис» произошел за счет увеличения объема запасов на 26,9 % и НДС на 10,5 %, что связано с увеличением объема работ произведенных в 2018 году.

Оборотный капитал 2018 года на 41,65 % состоит из запасов, 42,56 % денежных средств, 7,47 % составляет дебиторская задолженность. В динамике дебиторской задолженности произошло снижение на 2 779 тыс. руб., темп снижения составил 52,6 %, запасы увеличились на 26,9 %.

Важное направление анализа оборотных средств — определение их обрачиваемости. Показатели обрачиваемости приведены в таблице 2.6.

Таблица 2.6 — Анализ обрачиваемости оборотных средств

Показатели	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	Отклонение
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	41 115,0	148 958,0	107 843,0
Краткосрочные текущие активы	тыс. руб.	20 945,0	33 492,0	12 547,0
Обрачиваемость оборотных средств	об.	2,0	4,4	2,5
Продолжительность оборота	дни	186	82	-104

Анализ данных таблицы 2.6 свидетельствует о том, что в 2018 году коэффициент обрачиваемости оборотных активов составил 4,4 оборота, в 2017 году обрачиваемость оборотных средств составляла 2 оборота. Соответственно длительность оборота в 2018 году уменьшилась и составила 82 дней, что меньше показателя длительности оборота 2017 года, который составлял 186 дней. Такой уровень обрачиваемости достаточно высок, так как оборотные активы должны обрачиваться не менее 1 раза за год. Обрачиваемость оборотных средств указывает на повышение эффективности их использования в 2018 году. Причиной является увеличение выручки от продаж на 107 843 тыс. руб. В результате длительность оборота текущих активов уменьшилась на 104 дня, что положительно характеризует деятельность предприятия.

Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности предприятия за 2017-2018 гг. приведен в таблице 2.7.

Таблица 2.7 — Анализ оборачиваемости дебиторской задолженности

Показатели	Ед. изм	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Дебиторская задолженность	тыс. руб.	5 281,0	2 502,0	-2 779,0
в том числе покупатели и заказчики	тыс. руб.	5 281,0	2 502,0	-2 779,0
Выручка от реализации продукции	тыс. руб.	41 115,0	148 958,0	107 843,0
Доля дебиторской задолженности в выручке от реализации	%	12,8	1,7	-11,2
Оборачиваемость дебиторской задолженности	об.	7,79	59,54	51,8
Период погашения дебиторской задолженности	дн.	47	6	-40,8

Согласно данных таблицы 2.7, в 2018 году сумма дебиторской задолженности предприятия составляет 2 502 тыс. руб. или 1,7 % от суммы выручки. В 2017 году дебиторская задолженность составляла 12,8 % в доле выручки, что на 11,2 процентных пункта больше, чем в 2018 году. За 2018 год дебиторская задолженность совершают 59,54 оборотов, а средний период ее погашения составляет 6 дней, что является нормальным для сферы услуг.

В таблице 2.8 представлена структура дебиторской задолженности по категориям дебиторов ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг.

Таблица 2.8 — Анализ дебиторской задолженности

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Дебиторская задолженность всего	5 281,0	100,0	2 502,0	100,0	-2 779,0	-52,6
в том числе:						
-покупатели и заказчики	5 021,0	95,08	2 357,0	94,20	-2 664,0	-53,1
-авансы выданные	28,0	0,53	17,0	0,68	-11,0	-39,3
-прочие дебиторы	232,0	4,39	128,0	5,12	-104,0	-44,8

Как видно из таблицы 2.8, дебиторская задолженность на 94,2 % состоит из задолженности покупателей и заказчиков. Покупателями являются

непосредственные потребители услуг – физические лица, предприятия и организации. За 2017-2018 годы сумма задолженности покупателей снизилась на 2 664 тыс. руб.

Анализ состояния и использования оборотных средств ООО «Энергопроектсервис» представлен в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Состояние и использование оборотных средств

Показатели	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Средняя величина оборотных средств	тыс.руб.	19 905	27 219	7 313,5
- материальных оборотных средств	тыс.руб.	9 701	12 473	2 772
- средств в расчетах	тыс.руб.	6 504	3 892	-2 612
- денежных средств и краткосрочных финансовых вложений	тыс.руб.	1 235	7 127	5 892
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	об.	2,1	5,5	3,4
Длительность оборота	дн.	177	67	-110,0
Коэффициент закрепления		0,01	0,01	0,0
Доля оборотных средств в валюте баланса	%	84,3	76,3	-8,0
Материоотдача	руб.	2,1	5,5	3,4
Материалоемкость	руб.	0,5	0,2	-0,3

По данным таблицы 2.9, средняя величина оборотных средств в 2018 году составила 27 219 тыс. руб. и повысилась за год на 7 313,5 тыс. руб.

Основную долю в структуре оборотного капитала составляют материальные оборотные средства 12 473 тыс. руб., средняя сумма остатка денежных средств 7 127 тыс. руб., прирост составил 5 892 тыс. руб.

Коэффициент оборачиваемости оборотных средств в 2018 году составил 5 оборотов, период оборачиваемости составляет 67 дней. Удельный вес оборотных средств в валюте баланса 76,3 %. Материоотдача в 2018 году возросла, что означает повышение эффективности использования ресурсов. Материалоемкость продукции — отношение суммы материальных затрат к стоимости произведенной продукции. Нормативное значение коэффициента — меньше 1, в данном случае он составляет 0,2.

2.3 Анализ пассива баланса

Анализ пассивов является неотъемлемой частью любого анализа предприятия, так как пассивы — это капитал, вовлеченный предприятием в свою хозяйственную деятельность.

Анализ состава и структуры пассива баланса позволяет установить виды, структуру и специфику источников финансирования. В состав собственного капитала входит уставный и накопленный капитал (резервный, добавочный, нераспределенная прибыль, прочие поступления). Заемный капитал включает кредиты банков и финансовых компаний, займы и кредиторскую задолженность. Анализ пассивов ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. приведен в таблице 2.10.

Таблица 2.10 — Структура обязательств

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Всего источников:	23 606,0	100,0	35 683,0	100,0	12 077,0	51,2
собственных	7 781,0	33,0	10 939,0	30,7	3 158,0	40,6
заемных	15 825,0	67,0	24 744,0	69,3	8 919,0	56,4
- краткосрочных	15 825,0	67,0	24 744,0	69,3	8 919,0	56,4

По данным таблицы 2.10, деятельность предприятия в 2018 году на 30,7 % обеспечена собственными источниками финансирования. Доля собственных источников снизилась с 33 % до 30,7 % за счет увеличения объема заемных ресурсов в 2018 году на 56,4 %, что составило 8 919 тыс. руб., при этом собственный капитал в абсолютном значении вырос на 3 158 тыс. руб.

Общая сумма заемных обязательств ООО «Энергопроектсервис» представлена обязательствами краткосрочного и характера – кредиторской задолженностью. В 2017 году удельный вес заемных обязательств составляет 67 % в 2018 году составил 69,3 %

Структурный анализ собственного и заемного капитала ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. приведен на рисунке 2.3.



Рисунок 2.3 — Структура пассивов ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг.

Для оценки, рациональности формирования, источников финансирования деятельности предприятия и его рыночной устойчивости необходим анализ структуры пассива баланса, приведенный в таблице 2.11.

Таблица 2.11 — Структура и динамика заемного капитала

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Всего заемного капитала:	15 825,0	100,0	24 744,0	100,0	8 919,0	56,4
Кредиты и займы	11 161,0	70,5	850,0	3,4	-10 311,0	-92,4
Кредиторская задолженность, в том числе:	4 664,0	29,5	23 894,0	96,6	19 230,0	412,3
-поставщики и подрядчики	1 416,0	30,4	19 470,0	81,5	18 054,0	1 275,0
- перед персоналом предприятия	1 255,0	26,9	2 322,0	9,7	1 067,0	85,0
-перед государственными внебюджетными фондами	1 215,0	26,1	1 318,0	5,5	103,0	8,5
-в бюджет по налогам и сборам	778,0	16,7	784,0	3,3	6,0	0,8

Анализ данных таблицы 2.11 показал, что в 2018 году сумма краткосрочного заемного капитала составила 24 744 тыс. руб., что больше

суммы 2017 года на 8 919 тыс. руб., темп прироста составил 56,4 %. Кредиторская задолженность в 2018 году составляет 96,6 % в структуре краткосрочного заемного капитала.

Увеличение суммы задолженности произошло за счет обязательств перед поставщиками и подрядчиками, которые составляют основной удельный вес в структуре краткосрочных обязательств 75,2 % в 2017 году и 79,4 % в 2018 году. Абсолютный прирост обязательств перед поставщиками и подрядчиками составил 18 054 тыс. руб.

Задолженность перед персоналом предприятия в 2018 году составила 2 322 тыс. руб., удельный вес задолженности перед персоналом составляет 9,7 % в 2018 году.

Структура кредиторской задолженности ООО «Энергопроектсервис» за 2018 год приведена на рисунке 2.4.



Рисунок 2.4 — Структура кредиторской задолженности
за 2017-2018 гг. (тыс. руб.)

Таким образом, по результатам анализа пассивов баланса, можно сказать, что структура капитала ООО «Энергопроектсервис» не является рациональной, со значительным перевесом в сторону заемных источников. Заемный капитал представлен на 96,6 % кредиторской задолженностью, что оценивается как зависимость от внешних источников финансирования.

2.4 Оценка ликвидности и финансовой устойчивости

Для оценки и анализа показателей ликвидности и платежеспособности в целях характеристики финансовой устойчивости организации используются данные отчетности (Приложение Б), на основании которой строится агрегированный аналитический баланс. Агрегированный аналитический баланс ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. приведен в таблице 2.12.

Таблица 2.12 – Агрегированный аналитический баланс

тыс. руб.

Статьи	2017 г.	2018 г.
Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	2 147,0	14 254,0
Дебиторская задолженность и прочие оборотные активы	5 281,0	2 502,0
Запасы и затраты	10 995,0	13 950,0
НДС	2522,0	2 786,0
Всего текущих активов (оборотных средств)	20 945,0	33 492,0
Имморализованные средства (внеоборотные активы)	2 661,0	2 191,0
Итого активов (имущество)	23 606,0	35 683,0
Кредиторская задолженность и прочие краткосрочные пассивы	4 664,0	23 894,0
Краткосрочные кредиты и займы	11 161,0	850,0
Всего краткосрочный заемный капитал (краткосрочные обязательства)	15 825,0	24 744,0
Собственный капитал	7 781,0	10 939,0
Итого пассивов	23 606,0	35 683,0

Данные таблицы 2.12 свидетельствуют о том, что в 2018 году валюта баланса ООО «Энергопроектсервис» составляет 35 683тыс. руб., наблюдается повышение валюты баланса на 12 077 тыс. руб., что явилось следствием роста материальных запасов в составе имущества предприятия и кредиторской задолженности в составе обязательств предприятия.

Платежеспособность оценивается по балансу на основе характеристики ликвидности оборотных активов, которая определяется временем, необходимым для превращения их в денежные средства, для анализа ликвидности производится группировка статей баланса по степени ликвидности (таблица 2.13).

Таблица 2.13 — Группировка статей баланса

тыс. руб.

Актив	2017 г.	2018 г.	Пассив	2017 г.	2018 г.
Наиболее ликвидные активы	2 147,0	14 254,0	Наиболее срочные обязательства	4 664,0	23 894,0
Быстро реализуемые активы	5 281,0	2 502,0	Краткосрочные обязательства	11 161,0	850,0
Медленно реализуемые активы	13 517,0	16 736,0	Долгосрочные обязательства	0,0	0,0
Труднореализуемые активы	2 661,0	2 191,0	Постоянные пассивы,	7 781,0	10 939,0
Баланс	23 606,0	35 683,0	Баланс	23 606,0	35 683,0

По данным таблицы 2.13, сравнение первых двух групп активов и обязательств позволяет установить, что предприятие не обладает текущей платежеспособностью. Сравнение третьей группы активов и пассивов выражает перспективную ликвидность. При этом выполнение трех вышеуказанных условий неизменно влечет за собой и выполнение четвертого балансирующего неравенства – $A_4 \leq P_4$, которое подтверждает наличие у организации собственных оборотных средств и означает соблюдение минимального условия финансовой устойчивости.

Невыполнение первого из трех условий неравенства свидетельствует о недостаточности ликвидности баланса ООО «Энергопроектсервис». При этом недостаток средств по одной группе активов не компенсируется их избытком по другой группе, так как компенсация может быть лишь по стоимости.

Следующим этапом анализа ликвидности и платежеспособности является анализ относительных показателей — коэффициентов ликвидности и платежеспособности. Эти показатели отражают способность организации погасить свои краткосрочные обязательства активами различной степени ликвидности, фактическую и потенциальную возможность рассчитаться по своим долгам. Для характеристики относительных показателей ликвидности и платежеспособности организаций могут использоваться показатели, приведенные в таблице 2.14.

Таблица 2.14 — Расчет коэффициентов ликвидности

Наименование коэффициента	2017 г.	2018 г.	Нормативное значение
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,136	0,576	>0,05
Коэффициент критической ликвидности	0,469	0,677	≥1,0
Коэффициент текущей ликвидности	1,324	1,354	≥1,2-1,5

Из таблицы 2.14, видно, что коэффициент абсолютной ликвидности в 2018 году, составил 0,576, что соответствует требованиям нормативного значения, то есть, наиболее ликвидных активов достаточно для покрытия 57,6 % наиболее срочных обязательств.

В 2018 году коэффициента критической ликвидности составил 0,677, что характеризует критическую ликвидность как недостаточную.

Значение коэффициента текущей ликвидности, равное 1,354 указывает на соответствие нижней границы нормативного значения, и отражает нормальное состояние текущей и перспективной платежеспособности и ликвидности ООО «Энергопроектсервис» то есть, если реализовать все оборотные активы, можно покрыть полностью текущие обязательства.

За анализируемый период происходит повышение всех показателей ликвидности, что свидетельствует о повышении текущей платежеспособности и ликвидности ООО «Энергопроектсервис» в 2018 году.

К основным факторам, определяющим финансовую устойчивость предприятия, принадлежит финансовая структура капитала (соотношение заемных и собственных средств, а также долгосрочных и краткосрочных источников средств) и политика финансирования отдельных составляющих активов (прежде всего необоротных активов и запасов).

Поэтому для оценки финансовой устойчивости необходимо проанализировать не только структуру финансовых ресурсов, но и направления их вложения.

Для оценки уровня финансовой устойчивости проанализируем следующие показатели ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. представленные в таблице 2.15.

Таблица 2.15 — Показатели финансовой устойчивости

Показатели	Рекомендуемые значения	2017 г.	2018 г.	Отклонения
1. Коэффициент автономии	$K_a > 0,5$	0,33	0,31	-0,02
2. Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	$K_z/c < 1$	0,47	0,63	0,16
3. Коэффициент соотношения мобильных и иммобилизованных средств	-	0,24	0,26	0,02
4. Коэффициент маневренности	$K_m > 0,5$	0,66	0,80	0,14
5. Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками	$K_o > 0,6-0,8$	0,91	0,53	-0,38

По данным таблицы 2.15, ООО «Энергопроектсервис» не является финансово устойчивым предприятием — коэффициент автономии меньше 0,5. В 2017 году он составлял 0,33, в 2018 году снизился на 0,02 пункта и составил 0,31, что является свидетельством зависимости предприятия от внешних кредиторов.

Коэффициент соотношения заемных и собственных средств показывает, что на каждый рубль собственных средств, вложенный в активы предприятия, приходится 0,63 руб. заемных источников. Значение коэффициента маневренности превышает требуемое значение и свидетельствует о том, что доля собственного капитала находится в мобильной форме.

Коэффициент обеспеченности запасов показывает, что собственный капитал не обеспечивает необходимое покрытие материальных активов в 2018 году, в 2017 году обеспеченность запасов была достаточной и превышала нормативное требование.

По результатам проведенного исследования ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. не может быть признано финансово-устойчивым предприятием, так как размер собственного капитала значительно ниже заемного. Предприятие не обладает достаточной степенью финансовой автономии и обеспеченностью собственными оборотными средствами. Оборотные активы предприятия в большей части финансируются за счет заемного капитала.

2.5 Оценка эффективности деятельности предприятия

Для определения своих потенциальных возможностей любому предприятию необходимо производить расчеты показателей эффективности деятельности. Основными источниками информации при проведении анализа являются данные аналитического бухгалтерского учета и отчет о финансовых результатах. (Приложение В)

К общим показателям относятся динамика выручки и прибыли от основной деятельности предприятия, показатель затрат в расчете на один рубль выручки от реализации, полученной от основной деятельности предприятия, показатели производительности труда и рентабельности. Анализ финансовых результатов деятельности ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. приведен в таблице 2.16.

Таблица 2.16 — Анализ финансовых результатов

тыс. руб.

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
			Сумма, тыс. руб.	%
Выручка от продаж	41 115	148 958	107 843	262,3
Себестоимость продаж	31 999	125 885	93 886	293,4
Валовая прибыль	9 116	23 073	13 957	153,1
Прибыль (убыток) от продаж	9 116	23 073	13 957	153,1
Проценты к уплате	929	912	-17	-1,8
Прочие доходы	51	1 544	1 493	2 927,5
Прочие расходы	5 164	18 840	13 676	264,8
Прибыль (убыток) до налогообложения	3 074	4 865	1 791	58,3
Текущий налог на прибыль	615	973	358,2	58,3
Чистая прибыль убыток	2 459	3 892	1 432,8	58,3

Анализ данных таблицы 2.16 свидетельствует о том, что выручка от продаж возросла на 107 843 тыс. руб., что составило 262,3 % прироста к показателю прошлого года. При этом темп роста себестоимости услуг превысил темп роста выручки и составил 293,4 %. Увеличение прибыли от продаж составило в абсолютном выражении 13 957 тыс. руб., увеличение прочих расходов составило 13 676 тыс. руб., что снизило прирост чистой прибыли,

который составил 1 432,8 тыс. руб., темп прироста 58,3 %

Далее перейдем к показателям деловой активности, которые характеризуют уровень эффективности использования активов. Оценка деловой активности, прежде всего, заключается в исследовании уровней и динамики показателей оборачиваемости, так как деловая активность проявляется, прежде всего, в скорости оборота средств.

Анализ показателей деловой активности, за 2017-2018 гг. приведен в таблице 2.17.

Таблица 2.17 — Показатели деловой активности

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения
Коэффициент деловой активности	1,74	4,17	2,43
Фондоотдача основных средств	15,45	67,99	52,54
Коэффициент оборачиваемости оборотных средств	1,96	4,45	2,48
Коэффициент оборачиваемости собственного капитала	5,28	13,62	8,33
Коэффициент оборачиваемости заемного капитала	2,60	6,02	3,42

Как видно из таблицы 2.17, коэффициент деловой активности отражает степень оборачиваемости всех активов, находящихся в распоряжении организации — на 1 рубль выручки приходится 1,74 руб. имущества предприятия в 2017 году и 4,17 руб. в 2018 году, что указывает на эффективное их использование, все показатели деловой активности имеют тенденцию роста.

Положительно характеризует деятельность предприятия рост значения фондоотдачи основных средств. Ускорение е оборота оборотных средств на 2,48 оборота на одной из стадии их превращения, влечет за собой ускорение оборота и на других стадиях. Коэффициент оборачиваемости собственного капитала ускорился на 8,33 оборота, а заемного капитала на 3,42 оборотов.

Показатели рентабельности рассчитываются как отношение показателей прибыли к показателям средних за отчетный год активов предприятия. В качестве показателя прибыли могут использоваться валовая прибыль, прибыль от продаж, прибыль до налогообложения, прибыль от обычной деятельности, чистая прибыль. (Таблица 2.18)

Таблица 2.18 — Показатели рентабельности

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонения процент
Рентабельность продаж	22,17	15,49	-6,68
Рентабельность основной деятельности	28,49	18,33	-10,16
Рентабельность оборотных активов	14,68	14,53	-0,15
Рентабельность собственного капитала	31,61	35,58	3,97

Согласно данных таблицы 2.18, за 2017-2018 год рентабельность продаж за 2018 год, составила 15,49 % и снизилась по сравнению с 2017 годом на 6,68 процентных пункта. Показатель рентабельности основной деятельности показывает, что на каждый рубль затрат получена прибыль в размере 18,33 коп. Динамика показателей приведена на рисунке 2.5.

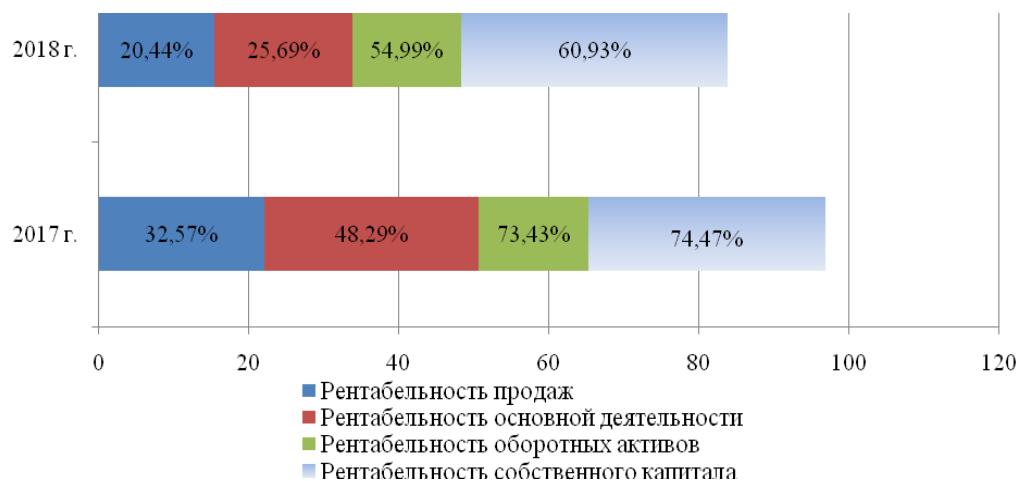


Рисунок 2.5 — Динамика показателей рентабельности

ООО «Энергопроектсервис» за 2017 - 2018 гг.

Результаты анализа, в таблице 2.5, показывают, что использование активов, собственного капитала, заемного капитала, инвестированного капитала, оборотных активов и внеоборотных активов в 2018 году являлось эффективным. При этом, следует отметить тенденцию снижения эффективности использования ресурсов в 2018 году что, безусловно, заслуживает негативной оценки.

2.6 Управленческий анализ

Выбор эффективного, надежного и простого инструмента для принятия управленческого решения всегда проблематичен, ведь управленческий анализ затрат не только предполагает формирование аналитической информации на базе управленческого учета, но и осуществляет специальные меры при выборе и оценке принимаемого управленческого решения.

Анализ себестоимости услуг ООО «Энергопроектсервис» по элементам затрат представлен в таблице 2.19.

Таблица 2.19 — Анализ себестоимости

Показатели	2017 г.		2018 г.		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	% к итогу	Сумма, тыс. руб.	%
Материальные затраты	19 071,4	59,6	109 645,8	87,1	90 574,4	474,9
Затраты на оплату труда	9 378,2	29,3	9 959,0	7,9	580,9	6,2
Начисления на оплату труда	2 832,2	8,9	3007,6	2,4	175,4	6,2
Амортизация	348,0	1,1	541,0	0,4	193,0	55,5
Прочее	384,0	1,2	2 769,5	2,2	2 385,5	621,2
Всего	31 999,0	100,0	125 885,0	100,0	93 886,0	293,4

Анализ себестоимости по элементам затрат, приведенный в таблице 2.19, свидетельствует о том, что за анализируемый период произошло увеличение себестоимости продукции на 93 886 тыс. руб.

Увеличению подверглись материальные затраты на 90 574,4 тыс. руб., и затраты на оплату труда на 580,9 тыс. руб., начисления на оплату труда возросли на 175,4 тыс. руб., что связано с увеличением объема работ проведенных в 2018 году. По итогам торгов предприятием был получен крупный заказ на монтаж электросетей двух объектов в г. Саяногорске.

В структуре себестоимости услуг ООО «Энергопроектсервис» наибольший удельный вес составляют материальные затраты— 59,6 % в 2017 году и 87,1 % в 2018 году. Структура затрат предприятия за 2018 гг. приведена на рисунке 2.6.

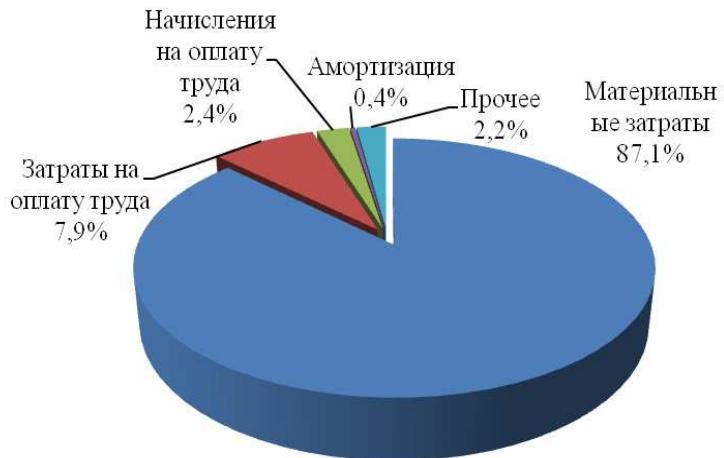


Рисунок 2.6 — Структура затрат ООО «Энергопроектсервис» за 2018 год

Как видно на рисунке 2.6, в структуре затрат предприятия за 2018 гг. 87,1 % материальные затраты, 7,9 % составляют затраты на оплату труда, 2,4 % начисления на оплату труда, 0,4 % амортизация и 2,2 % прочие затраты.

При изучении показателей трудовых ресурсов в первую очередь обращается внимание на то, как организация обеспечена необходимым персоналом, его движение (таблица 2.20).

Таблица 2.20 — Движение рабочей силы

Показатели	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
			абс.	отн.
Среднесписочная численность работников	37	39	2	5,41
Принято работников	5	6	1	20
Выбыло работников	1	3	2	200
В том числе по собственному желанию	1	3	2	200
Коэффициент оборота по приему	13,5	15,4	1,9	13,8
Коэффициент оборота по выбытию	2,7	7,7	5,0	184,6
Коэффициент текучести кадров	5	2	-3,0	-60,0

Из таблицы 2.20, видно, что увеличилась численность работников. В отчетном году количество уволенных человек меньше, чем в предыдущем на 2 человека. Принято на работу также больше, чем за предыдущий период на 1 человека. Увеличилась и среднесписочная численность работников с 37 до 39 человек. Произошло увеличение коэффициентов: коэффициент оборота по

приему повысился на 1,9 коэффициент оборота по выбытию повысился на 5,0, коэффициент текучести снизился на 3. Положительно следует оценить динамику снижения коэффициента текучести кадров, его значение свидетельствует о том, что коллектив предприятия недостаточно стабилен.

Для оценки уровня интенсивности использования персонала произведем анализ производительности труда (таблица 2.21).

Таблица 2.21 — Анализ производительности труда

Показатели	Ед. изм.	2017 г.	2018 г.	Отклонение	
				абс.	отн. %
Среднегодовая численность работников	чел.	37	39	2	5,41
Производство продукции	тыс.руб.	41 115	148 958	107 843	262,30
Среднегодовая выработка одного работника	тыс.руб./чел	111,2	3 819,4	2 708,2	243,72

Из данных таблицы 2.21 видно, что в сопоставлении с предыдущим годом производительность труда на предприятии выросла на 2 708,2 тыс. руб./чел. или на 243,72 % в 2018 году, что говорит об увеличении объема работ, повлекшего увеличение выручки предприятия. Следовательно, трудовые ресурсы предприятия стали использоваться более эффективно.

Характеристика структуры персонала ООО «Энергопроектсервис» и его профессионально-квалификационный уровень представленных в таблице 2.22.

Таблица 2.22 — Показатели, характеризующие структуру персонала

Показатели	2017 г.		2018 г.	
	чел.	уд.вес, %	чел.	уд.вес, %
Руководители высшего звена	2	5,4	4	5,1
Руководители среднего звена	4	10,8	4	10,3
Служащие	8	21,6	8	20,5
Рабочие	16	43,2	18	46,2
Прочий персонал	7	18,9	7	17,9
Всего:	37	100	39	100

Как показывают данные таблицы 2.22, основной удельный вес в структуре персонала ООО «Энергопроектсервис» составляют рабочие в 2017

году – 43,2 %, в 2018 году 46,2 %. По этой группе персонала произошло увеличение на 2 человека.

Рассмотрим структуру и динамику расходов на оплату труда, как основной статьи расходов и проанализируем эффективность использования фонда оплаты труда. Анализ структуры и динамики фонда оплаты труда ООО «Энергопроектсервис» за 2017-2018 гг. представлен в таблице 2.23.

Таблица 2.23 — Анализ состава и структуры фонда оплаты труда работников

Показатели	2017 г.		2018 г		Отклонения	
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Сумма, тыс. руб.	Темп роста, %
Фонд заработной платы, всего:	9 378,2	100	9 959,0	100	580,9	6,2
-выплаты по должностным окладам	4 612,3	49,2	4 899,8	49,2	287,5	6,2
-премии и вознаграждения 15 %	922,46	9,8	979,97	9,8	57,5	6,2
-за стаж от 10 %	461,23	4,9	489,98	4,9	28,8	6,2
-выплаты по районным коэффициентам и % надбавкам	3 382	36,1	3 589	36,0	207,1	6,1

Как видно из таблицы 2.23, фонд заработной платы за исследуемый период увеличился, что в абсолютном значении составило 580,9 тыс. руб., темп прироста составил 6,2 %. В состав заработной платы работников ООО «Энергопроектсервис» за 2017 —2018 гг. входят: выплаты по должностным окладам 49,2 %; выплата премий и вознаграждений 9,8 %; выплаты за стаж работы 4,9 %; выплаты по районным коэффициентам 36 %.

Увеличение фонда оплаты труда связано с двумя факторами – увеличением численности персонала и ростом средней заработной платы.

Повышение уровня использования основных фондов позволяет увеличить размеры выпуска производства без дополнительных капитальных вложений и в более короткие сроки. Ускоряет темпы производства, уменьшает затраты на воспроизводство новых фондов и снижает издержки производства. Далее обратимся к анализу эффективности использования основных фондов.

В таблице 2.24 представлен анализ состава, структуры и динамики основных фондов ООО «Энергопроектсервис» за исследуемый период.

Таблица 2.24 — Состояние и оценка использования основных средств.

Показатели	Наличие и движение основных средств в отчетном году				Отклонение от предыдущего года	
	На начало	поступило	выбыло	На конец	тыс.руб.	%
Основные производственные фонды, тыс.руб.	2661	789	1259	2191	-785	-24,44
Амортизация основных производственных фондов тыс.руб.	348			541	193	55,46
Фондооруженность, руб.	36,91			29,59	-7,3	-19,8
Фондоотдача основных средств, руб.	12,80			61,40	48,6	379,5
Коэффициент износа	23,1			20,33	-2,8	-12,0
Коэффициент обновления	5,9			3,4	-2,5	-42,8
Коэффициент выбытия	0,02			0,47	0,5	2265,7
Доля основных средств в валюте баланса, %	13,6			6,8	-6,8	-50,0

Как видно из данных таблицы 2.24, в сравнении с предыдущим годом в 2018 году основные фонды предприятия стали использоваться более эффективно, при этом снизилась обеспеченность персонала предприятия основными фондами, об этом свидетельствует коэффициент фондооруженности. Значения фондоотдачи использования основных фондов в 2018 году повысились, что означает повышение эффективности. Показали износа имеют, также небольшие значения во всех исследуемых периодах, поскольку основные средства приобретены ООО «Энергопроектсервис» в 2017 и 2018 г. преимущественно от производителя.

Таким образом, управленческий анализ ООО «Энергопроектсервис» показал, что в 2018 году произошло повышение показателей эффективности производства, задействовано большее количества материальных ресурсов, прирост которых составил 90 574,4 тыс. руб., увеличилась численность персонала на 4 человека (2 рабочих и 2 руководителя). Результатом деятельности стало увеличение выручки от продаж и финансовых результатов деятельности.

2.7 Заключительная оценка деятельности предприятия

В ходе исследования финансового состояния ООО «Энергопроектсервис» были рассмотрены данные бухгалтерской – финансовой отчетности за 2017 – 2018 гг. с применением методов горизонтального и вертикального анализа статей бухгалтерского баланса, с последующим составлением аналитического баланса и анализом коэффициентов.

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы:

- сумма имущества предприятия в 2018 году составляет 35 683 тыс. руб., большая часть представлена оборотными активами, удельный вес которых составил 93,9 %. Внеоборотные активы представлены только основными средствами, удельный вес внеоборотных активов составляет 11,3 % в 2017 году 6,1 % в 2018 году;
- увеличение суммы текущих активов составило 12 547 тыс. руб., темп роста 59,9 %. Общий коэффициент обрачиваемости оборотных активов составил 4,4 оборота, длительность оборота составила 82 дня, выявлено ускорение обрачиваемости на 104 дня, что оценивается как позитивный фактор;
- основную долю в структуре оборотного капитала составляют материальные оборотные средства 41,65 %, удельный вес остатка денежных средств имеет значение 42,56 %;
- дебиторская задолженность ООО «Энергопроектсервис» обрачивается быстрее оборотных средств, что означает довольно высокую интенсивность поступления на предприятие денежных средств, то есть в итоге - увеличение собственных средств;
- анализ ликвидности баланса позволяет сделать вывод о том, что баланс ООО «Энергопроектсервис» не является абсолютно ликвидным, ввиду нарушения ликвидности по группе наиболее ликвидных активов, при этом текущая и перспективная ликвидность являются нормальными;

– деятельность организации за 2018 год на 30,7 % обеспечена собственными источниками финансирования. Вся сумма заемных обязательств носит краткосрочный характер. На предприятии наблюдается недостаток собственных средств на покрытие запасов и затрат;

– за анализируемый период наблюдается повышение показателей деловой активности ООО «Энергопроектсервис», что связано с увеличением выручки от продаж;

– предприятие не обладает финансовой автономией и не достаточно обеспечено собственными оборотными средствами. Оборотные активы предприятия в большей части финансируются за счет заемного капитала.

Анализ финансовых результатов деятельности предприятия показал, что деятельность ООО «Энергопроектсервис» рентабельна, однако имеется тенденция снижения показателей рентабельности. В связи с наличием негативной тенденции снижения показателей необходимо провести исследование внешней и внутренней среды для определения направления маркетинговой стратегии организации на ближайшую и долгосрочную перспективу.

В результате анализа рыночных возможностей выявляются наиболее выгодные и перспективные с точки зрения сложившихся условий, возможностей и угроз внешней среды направления деятельности. Рыночных возможностей может быть достаточно много. Поэтому целесообразно выбрать наиболее привлекательные и оценить их с точки зрения выявленных сильных и слабых сторон предприятия. Это позволит выделить маркетинговые возможности, под которыми следует понимать привлекательные направления маркетинговых усилий предприятия, на которых оно может достичь конкурентных преимуществ.

2.8 Вопросы экологии

Обеспечение экологической безопасности предприятия требует комплексного подхода. На начальном этапе необходимо определить производственные факторы, оказывающие негативное воздействие на окружающую среду. Оценка текущей ситуации осуществляется в рамках экологического аудита, в рамках которого проводится проверка деятельности предприятия нормативным требованиям, касающихся охраны окружающей среды и сохранения санитарно - эпидемиологического благополучия населения.

Экологическая безопасность напрямую связана с организацией и проведением производственного контроля, предусматривающего также формирования оптимальных условий не только для снижения вредности производства, но и для уменьшения ресурсоемкости техпроцессов. Экологический ПК подразумевает модернизацию защитного комплекса, обеспечивающего снижение объема вредных выбросов и разработку мероприятий, направленных на минимизацию вероятности возникновения непредвиденных ситуаций.

Осуществление производственного контроля в разрезе обеспечения экологической безопасности подразумевает контроль над техническим состоянием оборудования, обеспечивающего безопасность работников и возможность устранения последствий возникновения непредвиденной ситуации. Своевременное проведение экологического аудита на предприятии и применение необходимых мер позволит избежать штрафных санкций.

В процессе эксплуатации электроустановок возможно загрязнение окружающей среды вредными веществами. Это может быть: электролит, трансформаторное масло и другие нефтепродукты, бытовые отходы и другие вредные вещества.

Для предотвращения загрязнения окружающей среды необходимо строго соблюдать нормативные документы и инструкции по эксплуатации оборудования, правила обращения с вредными веществами и др., хранить

отходы и вредные вещества в специально отведенных для этого местах.

Задачи экологии предприятия:

1) Обеспечение наличия всей документацией по охране окружающей среды: обосновывающей, разрешительной, организационно-распорядительной, плановой, договорной и отчетной.

2) Снижение вредного воздействия производственного предприятия на окружающую среду:

- организация работы с отходами производства в соответствии с требованиями нормативных документов;
- организация защиты атмосферного воздуха на предприятии;
- организация защиты водных объектов;
- производственный контроль за соблюдением требований экологического законодательства на производстве.

ООО «Энергопроектсервис» как и каждое предприятие, имеет свой экологический паспорт, в котором содержатся стандарты воздействия на окружающую среду - нормативы предельно допустимых выбросов (ПдВ) вредных веществ в атмосферу и сбросов (ПдС) в водоемы. Эти нормативы устанавливаются индивидуально для каждого источника загрязнения с таким расчетом, чтобы совокупное воздействие на окружающую среду всех источников в данном районе не приводило к превышению ПдК.

В экологическом паспорте ООО «Энергопроектсервис» содержатся:

- общие сведения о предприятии;
- характеристика технологий производства, их воздействия на окружающую среду;
- план мероприятий по снижению антропогенного воздействия на окружающую среду.

ООО «Энергопроектсервис» соблюдает требования законодательства в области охраны окружающей среды, в соответствии с графиком проводит санитарно-гигиенические экспертизы и проверки, а так же осуществляет утилизацию отходов.

ПРОЕКТНАЯ ЧАСТЬ З МЕРОПРИЯТИЯ ПО РАСШИРЕНИЮ СПЕКТРА УСЛУГ ООО «ЭНЕРГОПРОЕКТСЕРВИС»

3.1 Оценка направления развития спектра услуг

Как показали результаты проведенного исследования, ключевой проблемой в деятельности ООО «Энергопроектсервис» являются высокий уровень затрат и недостаток собственных средств на покрытие запасов и затрат. Перспективы дальнейшего развития предприятия, связанны с повышением эффективности его хозяйственной деятельности, с улучшением финансовых результатов и ростом прибыли.

Для того чтобы определиться с направлением расширения спектра услуг предприятия не достаточно только финансовых показателей деятельности, необходимо исследование внешней и внутренней среды, конкурентного рынка для оценки своих позиций и дальнейших возможностей.

Проанализируем внутреннюю среду предприятия, используем метод SNW-анализа в таблице 3.1.

Таблица 3.1 — SNW анализ ООО «Энергопроектсервис»

Значимые параметры в деятельности	Сильная сторона	Нейтральная сторона	Слабая сторона
Квалификация персонала	X		
Мотивация и стимулирование персонала			X
Текучесть кадров			X
Организация планирования	X		
Уровень технической оснащенности	X		
Информационное обеспечение		X	
Качество оказываемых услуг	X		
Организация маркетинга на предприятии		X	
Ассортимент услуг, сопутствующие услуги			X
Имидж (деловая репутация) предприятия	X		
Финансовая устойчивость предприятия		X	
Ценовая политика	X		
Объемы продаж	X		
Зависимость от поставщиков		X	
Ориентация на потребителя	X		
Стратегия развития предприятия			X

По данным таблицы 3.1, можно охарактеризовать ООО «Энергопроектсервис» как достаточно устойчивое и развивающееся предприятие с преобладанием сильных сторон. Сильными сторонами являются:

- уровень технической оснащенности (сотрудники пользуются современным оборудованием, интернетом);
- организация планирования — осуществляется квалифицированными сотрудниками;
- имидж (деловая репутация) предприятия, качество торговой марки,
- репутация на рынке — благодаря высокому качеству оказания услуг и быстрому обслуживанию очень высока репутация на рынке;
- финансовая устойчивость предприятия — компания имеет постоянных клиентов;
- объемы продаж — высокие, из-за постоянного спроса;
- ориентация на потребителя — компания тщательно следит за изменениями потребностей посетителей.

Нейтральные стороны:

- информационное обеспечение — информация о сотрудниках и клиентах занесена в базу данных, но она редко обновляется;
- зависимость от поставщиков — работа поставщиков напрямую не влияет на качество оказываемых услуг.

Слабыми сторонами является текучесть кадров из-за недостаточной мотивации и стимулирования персонала, организация маркетинга на предприятии и отсутствие стратегии развития предприятия.

SWOT-анализ позволяет структурировать сильные и слабые стороны предприятия, а также потенциальные возможности и угрозы. Достигается это за счет того, что необходимо сравнивать внутренние силы и слабости предприятия с возможностями, которые дает рынок. Исходя из качества соответствия, делается вывод о том, в каком направлении предприятие должно развивать свой бизнес и в конечном итоге определяется распределение ресурсов по сегментам.

SWOT-анализ ООО «Энергопроектсервис» приведен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 — Матрица SWOT– анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> -некрупная, гибкая компания -возможность быстрого реагирования на спрос; -желание развивать бизнес и охватывать новые сегменты рынка; -высокое качество оказываемых услуг -высокий уровень квалификации сотрудников -многолетние стабильные отношения с партнерами -опыт работы в отрасли 	<ul style="list-style-type: none"> -отсутствие систематизированных маркетинговых исследований; -мало рекламируется; -стандартный ассортимент услуг; Отсутствие четкой стратегии
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> -стремиться предоставить максимальный уровень информации, сервиса и уровня обслуживания; -учет недостатков конкурентов; -увеличение сопутствующего ассортимента; -выход на новый рынок, расширение сферы деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - усиление конкурентного давления; -изменение политики поставщика; -нестабильность экономической ситуации -сокращение цепочки «производитель – покупатель» -сезонные колебания

По данным матрицы SWOT–анализа ООО «Энергопроектсервис», приведенной в таблице 3.2, необходимо устранить влияние слабых сторон и воспользоваться выявленными возможностями для выработки стратегии повышения конкурентоспособности.

Обобщая информацию SWOT-анализа предприятия, можно сделать вывод, что действующая стратегия предприятия позволила ему достичь успеха на рынке. Предприятие имеет значительные возможности для дальнейшего развития. С целью эlimинирования слабых сторон фирма должна внести некоторые корректизы в свою работу, в стратегию развития.

Приоритетом в работе предприятия является то, что ее руководство ставит перед собой только четко спланированные цели и придерживается принципа: хорошо знать технологию, поставщиков и клиентов. Поэтому работа по производству и реализации работ и услуг ведется в направлении, гарантирующем предприятию преимущества и лидерство.

Для фирмы характерна оптимальная кадровая политика. Каждый ее сотрудник имеет образование и опыт в полном соответствии с его

специализацией и объектом деятельности.

ООО «Энергопроектсервис» обеспечивает снижение себестоимости продукции (работ, услуг) за счет использования эффекта масштаба, который заключается в том, что с увеличением объема реализации увеличиваются лишь переменные издержки, постоянные при этом не меняются, в связи с чем, рост объема продаж опережает рост общих издержек. В результате уменьшается себестоимость услуг и работ.

Анализ конкурентной среды по перечню электромонтажных услуг, на основе оценки экспертов (инженеров ПТО ООО «Энергопроектсервис»), с использованием бальной оценки (0; 0,5; 1) приведен в Приложении В.

Финансовое состояние конкурентов устойчивое, что связано с тем, что исследуемые услуги находятся в фазе насыщения и поэтому спрос на них постоянный, растущий.

Рынок электромонтажных услуг является устоявшимся и стабильным, все предприятия конкуренты имеют большой опыт работы в этой сфере, проникновение новых конкурентов на рынок проблематично, так как специфика рынка заключается в возможности осуществления работ при наличии лицензии и специального допуска у специалистов компаний.

Основными конкурентами ООО «Энергопроектсервис», являются: ООО «Северовостокэлектромонтаж», ООО «Спектр» и ООО «Энергострой».

В целом, ООО «Энергопроектсервис» является конкурентоспособным предприятием. Клиенты компании отмечают постоянно растущее качество услуг, и уровень сервиса.

Рассматривая результаты сравнительного анализа конкурентоспособности, можно сделать вывод, что предприятия не прилагают должных усилий по продвижению своей деятельности и повышению конкурентоспособности, отсутствует гибкий ценовой подход к клиенту. Продвижение продукции на рынок также осуществляется без использования средств рекламы.

Структура конкурентного рынка электромонтажных работ и услуг по

данным Приложения Г, приведена на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 — Структура конкурентного рынка электромонтажных работ и услуг

В сравнении с конкурентами по ряду параметров (Приложение Г), в скобках указано количество баллов, присвоенное компании, можно сделать вывод о том, что лидирующие позиции на рынке электромонтажных работ и услуг г. Абакана занимает ООО «Энергострой» (29,2 баллов). На втором месте находится ООО «СевероВостокЭлектромонтаж» (21,1 балл), а на третьем месте ООО «Энергопроектсервис» (18 баллов).

Все перечисленные компании предоставляет полный цикл услуг по промышленному электромонтажу различных типов производственных помещений вне зависимости от степени электронагрузки и требованиям к безопасности и энергосбережению.

В комплекс по промышленному электромонтажу входит установка трансформаторных подстанций, а также прокладка всех типов электросетей (кабельных и воздушных), монтаж систем освещения, настройка систем учета электронергии и т.д.

Маркетинговая стратегия применимая к расширению спектра оказываемых услуг может быть ориентирована на предприятие, его продукцию или рынок в целом.

В таблице 3.3 представлены четыре стратегии маркетинга, которые могут быть применены ООО «Энергопроектсервис».

Таблица 3.3 — Стратегии маркетинга услуг

Новый рынок	Оказываемые услуги	Новые услуги
	Проникновение на рынок	Развитие услуги
	Наиболее приемлема	Возможна
Имеющийся рынок	Развитие рынка	Диверсификация
	Не применима	Не применима

Исходя из результатов проведенного исследования, представленных в таблице 3.3, в качестве стратегии маркетинга, применимой для ООО «Энергопроектсервис» может быть предложена стратегия проникновения на рынок с уже имеющимися в ассортименте компании услугами на уже освоенных рынках. Она может быть успешной, так как предприятие обладает технологическими или производственными преимуществами, помогающими ей наращивать рыночную долю за счет конкурентов.

Стратегия развития услуги основана на разработке, производстве и сбыте новых услуг на уже имеющихся рынках. Она может быть связана с расширением ассортимента и возможно применима в перспективе.

Стратегия развития новых рынков ориентирована на поиск новых рынков сбыта для реализации уже освоенных фирмой услуг и требует существенных капиталовложений на новых рынках, вследствие чего не применима.

Наконец, стратегия диверсификации сводится к внедрению новых услуг на новых рынках. В виду того, что она также требует больших инвестиций, свое применение она чаще всего находит в крупных компаниях.

На данный момент город Абакан активно застраивается, появляются новые торговые площади и жилые дома, следовательно, услуги электромонтажников будут востребованы при выполнении крупных проектов. В этом случае необходимо направить усилия на привлечение внимания застройщиков к своему предприятию.

Учитывая вышеизложенное можно определить, что исследуемое предприятие ООО «Энергопроектсервис» имеет устойчивую, но не лидирующую позицию. Направлением повышения конкурентоспособности предприятия может быть определено расширение перечня услуг в рамках основной деятельности, что позволит достичь более устойчивого финансового положения, приобрести дополнительные конкурентные преимущества и завоевать большие доли рынка. Разрабатываемая стратегия направлена на максимальное использование имеющихся возможностей. Следовательно, долгосрочная стратегия ООО «Энергопроектсервис» должна быть направлена на модернизацию стратегических приоритетов развития сбыта и маркетинга услуг, имеющихся в перечне оказываемых компанией услуг с подключением другой целевой аудитории, что позволит компании упрочить свои конкурентные позиции и расширить спектр оказываемых услуг.

3.2 Расчет затрат на проведение мероприятий

Для реализации данного проекта совершенствования деятельности предприятия необходимо создание бригады «быстрого реагирования».

Бригада «быстрого реагирования» ООО «Энергопроектсервис» может быть создана на базе технической службы предприятия, в составе которой числится 20 человек (12 электромонтеров, 5 водителей спецавтотранспорта и 3 сварщиков) (таблица 3.4).

Таблица 3.4 — Техническая служба предприятия

Должность	Чел.	Должностные обязанности
Электромонтеры	12	Строительство, обслуживание и ремонт ВЛ-0.4-10кВ, установка КТП. Строительство, монтаж, обслуживание линий уличного освещения.
Водители	5	Управление грузовыми специальными автомобилями
Сварщики	3	Сварка различных элементов деталей и конструкций

По данным таблицы 3.4, из числа работников бригады, будет формироваться состав бригады быстрого реагирования согласно составляемому графику дежурств, по желанию персонала.

Перечень дополнительных услуг, которые может оказывать ООО «Энергопроектсервис» приведен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 — Перечень дополнительных услуг

Наименование	Перечень услуг
Городские и частные электросетевые объекты	устранение неполадок с электричеством, возникающих на подстанциях, техническое обслуживание и ремонт кабельных линий и ремонт средств релейной защиты и электроавтоматики
Юридические лица по договору	обслуживать потребителей, которые подключены к подстанциям
Частные клиенты (физическими лица)	разовые услуги по электромонтажу

Как видно из таблицы 3.5, деятельность бригады будет в первую очередь направлена на быстрое устранение неполадок с электричеством, возникающих на подстанциях; с техническим обслуживанием и ремонтом кабельных линий и ремонтом средств релейной защиты и электроавтоматики; кроме того, будет обслуживать потребителей, которые подключены к подстанциям, принадлежащим ООО «Энергопроектсервис», а так же оказывать разовые услуги по электромонтажу, согласно заявок клиентов частных лиц.

ООО «Энергопроектсервис» имеет на своем балансе 3-и буро-крановых установки. С целью получения дополнительного дохода и большей загрузки основных средств возможно вовлечение транспорта в оказание услуг по бурению отверстий.

В таблице 3.6 представлены дополнительные услуги с использованием спецтехники (буровые работы (наружные); прокладка кабеля (проводки) внутри помещений), которые может оказывать потребителям физическим и юридическим лицам ООО «Энергопроектсервис», их стоимость, а также затраты на оказание и планируемый доход.

Таблица 3.6 — Дополнительный перечень услуг с использованием техники

Наименование услуги	Ед. изм.	Трудозатраты	Общехозяйственные расходы	Рентабельность 25 %	Стоимость работ
Земляные работы (бурение отверстий)	руб./час	1000	1050	512	2562
Оказание услуг по прокладке кабеля внутри помещений	руб./метр	250	350	150	750

По данным таблицы 3.6, при трудозатратах составляющих 1000 часов/год, один час работы буро-крановой машины будет равен 2 562 рубля. Стоимость прокладки кабеля составит 750 руб.

В таблице 3.7 представим финансовый план оказания услуг с использованием оборудования ООО «Энергопроектсервис» на год.

Таблица 3.7 — Финансовый план оказания услуг с использованием оборудования

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
Число часов работы оборудования	час	741
Средняя цена за 1 час	руб.	2562
Стоимость оборудования	тыс. руб.	420
Норма амортизации	%	10
Годовые затраты на содержание бурового оборудования	тыс. руб.	34
Прибыль на 1 рубль выручки	%	25

По данным таблицы 3.7, планируемое число часов работы оборудования составит 741 часов, при средней стоимости часа 2 562 руб. Прирост объема выручки составит:

$$\Delta V = 2562 \times 741 = 1\ 898,4 \text{ тыс. руб.}$$

Прирост прибыли составит:

$$\Delta \Pi = 0,25 \times 1\ 898,4 = 474,6 \text{ тыс. руб.}$$

Дополнительные расходы на содержание оборудования в год составят:

$$3_t = 420 \times 0,1 + 34 = 76 \text{ тыс. руб.}$$

Текущий (годовой) экономический эффект составит:

$$\mathcal{E}_t = 1\ 898,4 - 76 = 1822,4 \text{ тыс. руб.}$$

Рассчитаем примерный объем и стоимость услуг бытового электромонтажа в таблице 3.8.

Таблица 3.8 — Перечень услуг бытового электромонтажа

Наименование	Стоимость	Кол-во	Сумма, руб.
Подготовка и сдача документов на подключение.	3 000	120	360 000
Монтаж воздушных и кабельных линий	5 000	48	240 000
Сборка и установка электрощитов	250	60	15 000
Установка замена эл/счетчиков	600	72	43 200
Монтаж контура заземления	6 000	12	72 000
Однолинейная схема	350	24	8 400
Установка опор	1 200	48	57 600
Установка, замена розеток, выключателей	200	2 470	494 000
Подключение эл/котлов эл/водонагревателей	650	1 729	1 123 850
Среднее кол-во/стоимость	1 917	508	2 414 500

Определим экономическую эффективность от внедрения перечня услуг по электромонтажу юридическим и физическим лицам (таблица 3.9).

Таблица 3.9 — Финансовый план оказания услуг по бытовому электромонтажу

Показатели	Единица измерения	Величина показателя
Планируемое количество выполненных за год услуг	шт.	508
Средняя цена за единицу услуги	руб.	1 917
Стоимость единицы оборудования	тыс. руб.	19,3
Количество единиц оборудования	ед.	1
Норма амортизации	%	10,0
Годовые затраты на содержание единицы оборудования	тыс. руб.	14,28
Прибыль на 1 рубль выручки	%	25

На основе данных таблицы 3.9, рассчитаем планируемый прирост объема выручки: $\Delta V = 508 \times 1917 / 1000 = 2411,1$ тыс.руб.

Планируемый прирост прибыли составит:

$$\Delta \Pi = 0,25 \times 2411,1 = 602,8 \text{ тыс.руб.}$$

Дополнительные расходы на содержание оборудования в год составят:

$$Z_t = 19,3 \times 1 \times 0,1 + 14,28 = 16,21 \text{ тыс. руб.}$$

Текущий (годовой) экономический эффект составит:

$$\mathcal{E}_t = 602,8 - 16,21 = 586,6 \text{ тыс. руб.}$$

В производстве электромонтажных работ прослеживается сезонность - большая часть работы выполняется весной и летом, осенне-зимний период спад объема работ. Расходы на оплату труда будут формироваться сдельно, в зависимости от видов и объема работ в соответствии с категориями персонала, оказывающего услуги. По данным таблицы 3.6, трудозатраты (фонд оплаты труда с начислениями) составляют 33 % от стоимости оказанных услуг. соответственно расходы на оплату труда будут осуществляться по факту выполнения работ в среднем в размере 33 %.

В целях максимально быстрого выхода на полные продажи планируется провести рекламную кампанию, которая бы привлекла наибольшее количество потребителей. Расчет бюджета рекламы приведен в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Затраты на рекламные мероприятия

Наименование	тыс. руб.
Размещение рекламных конструкций	50,0
Проведение акций	65,0
Итого	115,0

По данным таблицы 3.10, расходы на проведение рекламных мероприятий составят 115 тыс. руб.

Приведем расчет бюджета доходов и расходов по предложенным мероприятиям в части расширения спектра услуг в таблице 3.11.

Таблица 3.11 — Бюджет доходов и расходов

Наименование	тыс. руб.
Выручка от оказанных услуг с использованием оборудования	1 898,4
Выручка от оказания услуг по бытовому электромонтажу	2 411,1
Итого выручка от оказанных услуг	4 309,5
Фонд оплаты труда (33 % от выручки)	1 422,1
Амортизация (76+16,21)	92,21
Затраты на рекламные мероприятия	115,0
Прибыль от продаж	2 680
Налог на прибыль	536
Чистая прибыль	2 144

По данным таблицы 3.11, видно, что сумма доходов от расширения перечня услуг ООО «Энергопроектсервис» составит 4 039,5 тыс. руб.

Фонд оплаты труда является сдельным и по расчету стоимости услуг в среднем составляет 33 % от стоимости услуг. в стоимость оказываемых услуг кроме трудозатрат заложены общехозяйственные расходы и рентабельность в размере 25 %.

Прибыль от продаж с учетом сдельной оплаты труда и затрат на рекламные мероприятия составит 2 680 тыс. руб. Чистая прибыль от оказания услуг по прогнозному расчету будет составлять 2 144 тыс. руб.

На основе приведенных данных выполним расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий.

3.3 Экономическая эффективность предложенных мероприятий

Итак, предложенные мероприятия по расширению перечня услуг, посредством создания бригады «быстрого реагирования» направлены на повышение эффективности хозяйственной деятельности электромонтажного предприятия ООО «Энергопроектсервис».

В таблице 3.12 представлен расчет влияния предложенных мероприятий на финансовые показатели деятельности ООО «Энергопроектсервис».

Таблица 3.12 — Расчет влияния предложенных мероприятий на финансовые показатели деятельности

Показатель	До мероприятий	После мероприятия	Абсолютное отклонение, +/-	Темп прироста, %
Выручка	148 958	153 268	4 310	2,9
Себестоимость	125 885	127 514	1 629	1,3
Валовая прибыль	23 073	25 753	2 680	11,6
Прибыль (убыток) до налогообложения	4 865	7 545	2 680	55,1
Налог на прибыль и обязательные платежи	973	1509,0	536	55,1
Чистая прибыль	3 892	6 036	2 144	55,1

Из данных таблицы 3.12 видно, что увеличение выручки на 4 309,5 тыс. руб. или на 2,9 % приведет к тому, что сумма валовой прибыли компании увеличится на 2 680 тыс.руб. или на 11,6 %. В результате при прежнем результате от операционной и внерализационной деятельности, по итогам года ООО «Энергопроектсервис» сможет получить прибыль до налогообложения в размере 7 545 тыс.руб..

После уплаты налога на прибыль по ставке 20 %, ООО «Энергопроектсервис» получит чистую прибыль в размере 6 036 тыс.руб., что больше предыдущего периода до проведения мероприятия на 2 144 тыс. руб.

Таким образом, финансовый план проектируемого направления продаж, основанный на оценке соотношения планируемых доходов и расходов, свидетельствует о прибыльности расширения спектра услуг.

Прогнозные показатели эффективности деятельности ООО «Энергопроектсервис» приведены на рисунке 3.2.

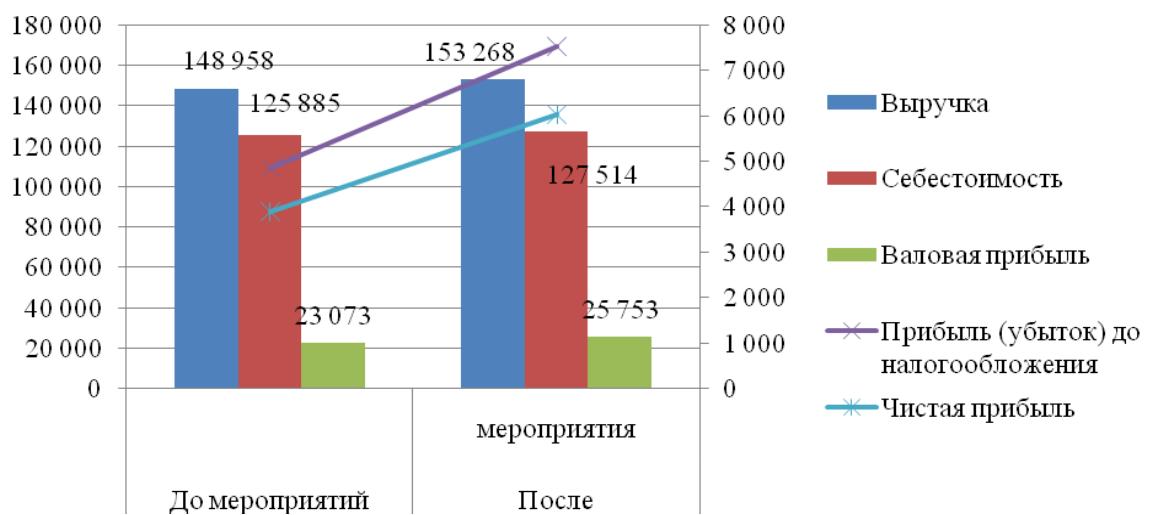


Рисунок 3.2 — Прогнозные показатели финансовых результатов

Как видно на рисунке 3.2, после проведения предлагаемых мероприятий прогнозируется динамика роста показателей.

Анализ показателей рентабельности ООО «Энергопроектсервис» после

расширения бизнеса представлен в таблице 3.13.

Таблица 3.13 - Показатели рентабельности

Наименование показателя	Базовый период	Прогноз	Отклонения процент
Рентабельность продаж	15,49	16,8	1,31
Рентабельность основной деятельности	18,33	20,20	1,87
Рентабельность активов	14,53	21,1	6,62
Рентабельность собственного капитала	35,58	55,18	19,60

По данным таблицы 3.13, показатели рентабельности имеют динамику роста, что обусловлено увеличением объема выручки и финансовых результатов от продаж и чистой прибыли.

Расчет экономической эффективности предлагаемых мероприятий показал, что их внедрение обеспечит ООО «Энергопроектсервис» рост эффективности хозяйственной деятельности, принесет дополнительную прибыль, позволит расширить долю рынка за счет привлечения дополнительного сегмента потребителей, что в конечном итоге будет способствовать укреплению рыночных позиций предприятия, его финансовой устойчивости и конкурентоспособности.

Прибыль от продаж с учетом сделкой оплаты труда и затрат на рекламные мероприятия составит 2 680 тыс. руб. Чистая прибыль от оказания услуг по прогнозному расчету будет составлять 2 144 тыс. руб.

Таким образом, поставленные задачи можно считать выполненными, цель достигнута.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Под услугами в экономике принято понимать деятельность либо работу, которую одна сторона способна предложить другой стороне, не имеющую предполагаемой материальной осязаемости и не выраженную в владении чем бы то ни было.

С точки зрения маркетинга услуги выступают объектом купли-продажи и находят свое отражение в виде действий исполнителя, приносящих потребителю какой-либо полезный результат или дающих ему определенные преимущества. В процессе самого оказания услуг никакого нового, ранее не существовавшего материально-технического продукта не создается, напротив, меняется качество уже имеющегося продукта.

Формой предоставления экономических благ выступает некая деятельность, создаваемая желаемый для потребителя результат. Вся совокупность услуг делится на два вида: материальные услуги; нематериальные услуги.

Объектом исследования явилось предприятие, действующее в сфере электромонтажных услуг ООО «Энергопроектсервис».

По результатам проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности сделаны следующие выводы:

– основной удельный вес в выручке предприятия приходится на электромонтажные работы 62,4 %, ремонт и обслуживание составляют 27,2 %, прочие работы 10,4 %;

– основную долю в структуре оборотного капитала составляют материальные оборотные средства 12 473 тыс. руб., средняя сумма остатка денежных средств 7 127 тыс. руб., прирост составил 5 892 тыс. руб.;

– коэффициент оборачиваемости оборотных средств в 2018 году составил 5 оборотов, период оборачиваемости составляет 67 дней.

– деятельность организации за 2018 год на 30,7 % обеспечена собственными источниками финансирования. Вся сумма заемных обязательств

носит краткосрочный характер. На предприятии наблюдается недостаток собственных средств на покрытие запасов и затрат;

- за анализируемый период наблюдается повышение показателей деловой активности ООО «Энергопроектсервис», что связано с увеличением выручки от продаж;
- предприятие не обладает финансовой автономией и не достаточно обеспечено собственными оборотными средствами. Оборотные активы предприятия в большей части финансируются за счет заемного капитала;

Анализ внешней и внутренней среды, а так же конкурентных позиций предприятия показал, что предприятие занимает 18 % доли рынка электромонтажных работ г. Абакана.

Предприятие имеет значительные возможности для дальнейшего развития. С целью эlimинирования слабых сторон фирма должна внести некоторые корректировки в свою работу, в стратегию развития.

Стратегия проникновения на рынок с уже имеющимися в ассортименте компании услугами на уже освоенных рынках. Она может быть успешной, так как предприятие обладает технологическими или производственными преимуществами, помогающими ей наращивать рыночную долю за счет конкурентов.

В качестве мероприятий по расширению сферы услуг ООО «Энергопроектсервис», предложено создание бригады «быстрого реагирования» на базе технической службы предприятия и имеющегося оборудования.

Прогнозные расчеты показали, что реализация предложенных мероприятий обеспечит ООО «Энергопроектсервис» рост эффективности хозяйственной деятельности, которая принесет дополнительную приносить прибыль, а также улучшит сервисное обслуживание своих потребителей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51— ФЗ (ред. от 29.12.2018).
2. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26.07.2006 № 135 — ФЗ (ред. от 29.07.2018).
3. Федеральный закон от 08.02.1998 № 14 ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью» (ред. от 31.12.2018).
4. Баканов М. И., Теория экономического анализа /М.И. Баканов, М. В. Мельник, А. Д.Шеремет.— М.: ТК Велби, Изд-во проспект, 2017. — 264 с.
5. Беквит, Г. Продавая незримое. Руководство по современному маркетингу услуг / Г. Беквит. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 220 с.
6. Бердникова, Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Т.Б. Бердникова. — М.: ИНФРА-М, 2018. — 224 с.
7. Гамаюнов, Б.П. Маркетинг и продажа услуг: книга о правильной продаже и покупке услуг / Б.П. Гамаюнов, Г.Н. Дятлова. - Рн/Д: Феникс, 2017. - 413 с.
8. Кандалинцев, В. Г. Сбалансированное управление предприятием: учеб. пособие для вузов / В.Г. Кандалинцев. — М.: КНОРУС, 2017. — 224 с.
9. Когденко, В. Г. Экономический анализ: учеб. пособие для студентов вузов/ В. Г. Когденко. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. —390 с.
10. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - М.: Форум, НИЦ Инфра-М, 2018. - 240 с.
11. Лыгина, Н.И. Маркетинг товаров и услуг: Учебник / Н.И. Лыгина, И.Р. Ляпина. - М.: ИД ФОРУМ, Инфра-М, 2016. - 240 с.
12. Прыкин, Б.В. Экономический анализ предприятия [Текст]: учебник /Б.В. Прыкин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА. — 2017. — 552с.
13. Секерин, В.Д. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. - 424 с.
14. Синицына, О.Н. Основы маркетинга сферы услуг. Учебник для СПО /

О.Н. Синицына. - М.: Academia, 2017. - 240 с.

15. Синицына, О.Н. Основы маркетинга сферы услуг: Учебник / О.Н. Синицына. - М.: Академия, 2018. - 224 с.

16. Синяева, И.М. Маркетинг услуг: Учебник / И.М. Синяева, О.Н. Романенкова. - М.: Дашков и К, 2016. - 252 с.

17. Тультаев, Т.А. Маркетинг услуг: Учебник / Т.А. Тультаев. - М.: Инфра-М, 2017. - 512 с.

18. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 352 с.

19. Сергеев, И.В. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Финансы и статистика, 2017. — 239 с.

20. Чернышев, Б.Н. Экономика организации (предприятия, фирмы): учебник / Б.Н. Чернышев, В.Я. Горфинкель. — М.: Вузовский учебник, 2017. — 536 с.

21. Хаксевер, Х. Управление и организация в сфере услуг. Теория и практика / Х. Хаксевер, Б. Рендер. - СПб: Питер, 2018. – 225 с.

22. Шохин, Е. И. Финансовый менеджмент: учебник для вузов. / под ред. Е.И. Шохина, Е.В.Серегина, М.Н. Гермогентова. — КноРус, - 2017. — 480 с.

23. Чалдаева, Л. А. Экономика предприятия: учебник / Л. А. Чалдаева. — Москва: Юрайт, 2018. — 347 с.

24. Экономика отрасли: учебное пособие / В. Я. Поздняков, С. В. Казаков. — Москва: ИНФРА-М, 2017. — 307 с.

25. Экономика предприятия: учебник / В. Д. Грибов, В. П. Грузинов. — Москва: Финансы и статистика, 2017. — 334 с.

26. Экономика предприятия: учебник / А. П. Аксенов и др. — Москва: КноРус, 2017. — 346 с.

27. Экономика фирмы: учебник для вузов / В.Я. Горфинкель и др. — Москва: ИД Юрайт, 2017. — 678 с

28. Кальницкая И. В. Информационное наполнение анализа эффективности деятельности организации/ И. В. Кальницкая, А. А. Жакупов //

Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2018. — № 8. — С. 101-104.

29. Дорошев В. И. Потенциал сферы бытовых услуг в развитии инноваций и предпринимательской инициативы // Вопросы экономики и управления. — 2016. — №4. — С. 75-78. — URL <https://moluch.ru/th/5/archive/38/1133/> (дата обращения: 25.05.2019).

30. Кондратьева А. К. Рынок услуг как динамично развивающееся явление в современном обществе // Молодой ученый. — 2013. — №12. — С. 317-321. — URL <https://moluch.ru/archive/59/8311/> (дата обращения: 25.05.2019).

31. Щербакова, С. А. Пути повышения эффективности деятельности предприятия/ С. А. Щербакова // Молодой ученый. — 2017. — №9.2. - С. 63-65.

32. Илюшина, О. С. Анализ методических подходов к оценке экономической эффективности деятельности предприятия/О. С. Илюшина, Ю. К. Стуколова// Молодой ученый. — 2017. — №19. — С. 127-131. — URL <https://moluch.ru/archive/153/43376/> (дата обращения: 03.03.2019).

33. Панфиль, Л. А., Муртазина Е. Э. Оценка эффективности деятельности предприятия/ Л. А. Панфиль, Е. Э. Муртазина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2017. – № 6-4. – С. 753-756; URL: <http://applied-research.ru/ru/article/view?id=9691> (дата обращения: 04.03.2019).

34. Федеральная служба государственной статистики. — URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/tabc10.xls (дата обращения: 25.05.2019).

35. Экономика России. Цифры и факты. Сфера услуг. — Доступно: <http://www.utmagazine.ru/posts/10567-ekonomika-rossii-cifry-i-fakty>(дата обращения: 25.05.2019).

Приложение А

Сектора сферы услуг согласно классификации ВТО

Деловые услуги
Услуги связи
Строительные и с ними связанные услуги
Дистрибуторские услуги
Образовательные услуги
Услуги, связанные с защитой окружающей среды.
Финансовые услуги
Услуги в области здравоохранения и социального обеспечения
Туристические и связанные с ними услуги
Услуги по организации досуга, культурных и спортивных мероприятий
Транспортные услуги
Прочие услуги не вошедшие в перечисленные

Приложение Б

Бухгалтерский баланс

на 31 декабря 2018 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Энергопроектсервис» по ОКОПО

Идентификационный номер налогоплательщика ИНН

Вид экономической деятельности Производство электромонтажных работ по ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности частная

Собственность с долей федеральной собственности по ОКОПФ/ОКФС

Коды		
02	04	2019
	95267668	
	1901077410	
65		16
	по ОКЕИ	
	384	

Единица измерения: тыс. руб.

Местонахождение (адрес): 655017, Республика Хакасия, г. Абакан. Ул. Л. Комсомола 3/88

АКТИВ	Код	На 31.12.2018 года	На 31.12.2017 года	На 31.12.2016 года
1	2	3	4	5
I. Внеборотные активы				
Нематериальные активы	1110			
Результаты исследования и разработок	1120			
Основные средства	1130	2191	2661	3761
Доходные вложения в материальные ценности	1140			
Финансовые вложения	1150			
Отложенные налоговые активы	1160			
Прочие внеоборотные активы	1150			
Итого по разделу I	1100	2191	2661	3761
II. Оборотные активы				
Запасы	1210	13 950	10 995	8 406
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	2786	2522	2410
Дебиторская задолженность	1230	2 502	5 281	7 726
Краткосрочные финансовые вложения	1250			
Денежные средства	1260	14254	2147	323
Прочие оборотные активы	1270			
Итого по разделу II	1200	33 492	20 945	18 865
БАЛАНС	1600	35 683	23 606	22 626

Продолжение приложения Б

ПАССИВ	Код	На 31.12.2018 года	На 31.12.2017 года	На 31.12.2016 года
1	2	5	4	3
III. Капитал и резервы				
Уставный капитал	1310	200	200	200
Паевой фонд	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	10 739	7 581	5 700
Итого по разделу III	1300	10 939	7 781	5 900
IV. Долгосрочные обязательства				
Заемные средства	1410	850	11 161	7 640
Отложенные налоговые обязательства	1420	23 894	4 664	9 086
Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие долгосрочные обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400			
V. Краткосрочные обязательства				
Заемные средства	1510			
Кредиторская задолженность	1520			
Доходы будущих периодов	1530			
Резервы предстоящих расходов	1540			
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	24744	15825	16726
БАЛАНС	1700	35 683	23 606	22 626

Руководитель

Каратаев А. В.

Директор

Приложение В

Отчет о финансовых результатах

за январь-декабрь 20 18 г.

Форма по ОКУД

Дата (число, месяц, год)

Организация ООО «Энергопроектсервис» по ОКПО

Идентификационный номер налогоплательщика

ИНН

Вид экономической

по

деятельности Производство электромонтажных работ

ОКВЭД

Организационно-правовая форма/форма собственности частная

по ОКОПФ/ОКФС

Единица измерения: тыс. руб.

по ОКЕИ

Коды			
0710002			
02	04	2019	
95267668			
1901077410			
384			

Наименование показателя	Код строки	За январь-декабрь 2018 года	За январь-декабрь 2017 года
Выручка	2110	148 958	41 115
Себестоимость продаж	2120	(125 885)	(31999)
Валовая прибыль	2100	23073	9116
Коммерческие расходы	2210		
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	23073	9116
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320		
Проценты к уплате	2330	912	929
Прочие доходы	2340	1544	51
Прочие расходы	2350	18840	5164
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	4865	3074
Текущий налог на прибыль	2420	973	615
в т.ч. постоянные налоговые обязательства	2421		
Изменение отложенных налоговых активов	2430		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	3892	2459

Руководитель

Каратаев А.В.

Директор

Приложение Г

Анализ конкурентов рынка электромонтажных услуг г. Абакана

Фактор конкурентоспособности	ООО «Энергострой»	ООО «Энергопроектсервис»	ООО «Спектр»	ООО «КрасЭнергоРесурс»	ООО«Северовосток электромонтаж»
1. Услуги					
Качество	высокое (1)	высокое (1)	высокое (1)	высокое (1)	высокое (1)
Срок исполнения	по договору (1)	по договору (1)	по договору (1)	по договору (1)	по договору (1)
Безопасность обслуживания	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Соблюдение сроков обслуживания	(1)	(0,5)	(0,5)	(1)	(0,5)
Предоставление транспортного обслуживания	(0,5)	(0)	(0)	(0)	(0)
Надежность	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
2. Цена					
Прейскурантная цена	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Индивидуальная цена	(1)	(0)	(0)	(1)	(0)
Скидки с цены	(0,5)	(0)	(0)	(0,5)	(0,5)
Возможность отсрочки	(0,5)	(0)	(1)	(1)	(1)
3. Каналы сбыта					
Доля фирмы на рынке, % (по всему ассортименту услуг)	29,2 (1)	18 (0,5)	12,1 (0,5)	14,2 (0,5)	21,1 (1)
4. Продвижение товаров по каналам сбыта					
Телемаркетинг	(1)	(0)	(0)	(0)	(0)
Внутрифирменная реклама	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Собственный web-сайт	(1)	(0)	(1)	(1)	(1)
Упоминание об услугах в СМИ	(1)	(1)	(1)	(1)	(1)
Общее количество баллов	15,5	9	11	9,5	8

Последний лист бакалаврской работы по теме:
Расширение спектра предоставляемых услуг на примере
ООО «Энергопректсервис»

Квалификационная работа выполнена мной самостоятельно.
Использованные в работе материалы и концепции из опубликованной научной
литературы и других источников имеют ссылки на них.

Отпечатано в 1 экземплярах.

Список используемых источников 35 наименований.

Один экземпляр сдан на кафедру.

«___»_____ 2019 г.

дата

А. В. Устич

(подпись)

(Ф.И.О.)

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ ВО
«Сибирский федеральный университет»
институт
Экономика и менеджмент
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
зав. кафедрой ЭиМ
Коняхин Т.Б.
подпись инициалы, фамилия
«16 » 06 2019 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код – наименование направления

Расширение спектра предоставляемых услуг на примере
ООО «Энергопректсервис»
тема

Руководитель *Ремчуков Т. Б.*
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник

Устич А. В.
подпись, дата

А. В. Устич
инициалы, фамилия

Абакан 2019