**План**

Введение

1. Эффективность и результативность деятельности предприятия
2. Анализ качества, предоставляемых услуг
3. Анализ конкурентоспособности организации
4. Мониторинг внешней среды предприятия

Заключение

Литература

**Введение**

На сегодняшний день, самой распространенной услугой, которой пользуется каждый человек – связь. Связь является одной из отраслей общественного производства. Функции связи складываются в предоставление потребителям услуг по передаче разного рода сообщений: листов, телеграмм, телефонных разговоров, данных и других видов информации.

Для предприятий любой формы собственности очень важно учитывать финансовые результаты, отражающие динамику расходов и доходов в течение определенного времени. Однако, сама финансовая информация, выраженная в денежной форме, без должного анализа производственной стратегии, эффективности использования производственных ресурсов и развития рынков сбыта не дают полной оценки текущего состояния и перспектив развития предприятия.

Рыночное состязание предприятий и конкуренция стран, в которых они расположены, оказывают взаимное влияние. Интервенционистская политика сама по себе может нанести большой ущерб предприятию и в то же время конкурентоспособность такой страны, как Швейцария, не может быть делом только лишь политики, свой вклад в нее должны внести и сами предприятия.

Конкурентоспособность будет определяться такими факторами, как развитие производства новых видов продукции и стимулирование становления новых потребностей. С ними связаны тенденции продолжения роста затрат на исследовательские и опытные разработки, рекламу и маркетинг.

**1. Эффективность и результативность деятельности предприятия**

Тарифные доходы за 1 полугодие 2006 (тыс.грн) – план выполнен. По плану - 67233,4, факт - 67271,4 **-** 100,1%; + 38 тыс.грн. к плану. Удельный вес в общих тарифных доходах составил: МТТС – 47,0% , МНТС – 9,2%, МТС- 35,3 % ПВ-0,6% ТГ-0,8% КС- 7,1%. Рост к соответствующему периоду прошлого года – 105,7%. Продолжают снижаться объемы услуг телеграфной связи и проводного вещания (соответственно 77,8% и 98,9%), по остальным – рост. В междугородной отрасли на фоне общего роста снижение по двум позициям: таксофоны и доступ. Доступ – постепенный перевод расчетов по доступу в филиал; таксофоны – снижение продаж телефонных карточек из-за наличия альтернативных источников поступления телефонных карточек в продажу (почта, сбербанк и другие крупные распространители заключают договоры непосредственно с Укртелекомом). Наибольший темп роста по компьютерной связи – почти в полтора раза, в т.ч. по постоянному IP-соединению – 165,4%. Эта услуга составляет 63,5% всех услуг компьютерной связи. Проблемой являются колебания уровня доходов из месяца в месяц, т.к. наиболее крупные потребители заключают договоры непосредственно с Укртелекомом, изменения к договорам поступают с опозданием, перерасчеты тарифных доходов производятся на крупные суммы, как в сторону увеличения, так и уменьшения, отсюда сложности с прогнозом выполнения плана.

Дебиторская задолженность за 1 полугодие 2006 года выросла на 742,1 тыс.грн. и составила 16295,1 тыс.грн. по состоянию на 01.12.06. Рост по предприятиям – 496,5 тыс.грн, по населению – 238,6 тыс.грн., по льготной категории – 7,0 тыс.грн. В относительных величинах за декабрь дебиторская на гривну доходов составила 1,45 (увеличение за период с начала года на 0,14); за квартал составила 0,49 (увеличение на 0,05)

Во втором квартале 2006г. ЦОППУ предоставил услуг связи на сумму 33 481 тыс.грн., в т.ч. по:

бюджету - 2 899 тыс.грн.

предприятиям - 12 960 тыс.грн.

населению - 17 622 тыс.грн.

При этом оплата составила по:

бюджету - 90,6% (средний % по области - 91,2%)

предприятиям - 102,1% (средний % по области - 99,8%)

населению - 98,4% (средний % по области - 98,1%)

Однако, существует реальная угроза того, что услуги предоставляемые ряду организаций, финансирующихся из государственного бюджета окажутся не оплаченными. Так например, Генеральной прокуратуре в Донецкой области оказано услуг в текущем полугодии на 304 тыс.грн., лимиты выделенные на услуги связи 21 тыс.грн. Судебной администрации уже предоставлено услуг на 68 тыс.грн., а лимит выделенный 🡪 68,8 тыс.грн.

Областное УМВД сведения о выделенных лимитах на услуги связи предоставить отказалось.

В связи с вводом новых ЦАТС 307/308, «Днепр-Т» в Буденовском районе, ВМ-313 в микрорайоне «Тихий», 311/312 HOST в Киевском районе, была проведена большая маркетинговая работа с целью привлечения клиентов и упорядочения очередности, так как в зоне действия указанных АТС работают и другие операторы. Было обследовано 422 дома частного сектора, обошли 3500 квартир. Изготовлены и распространены 4000 рекламных листовок и 300 объявлений на подъезды, что позволило установить 1100 телефонов в Петровском районе и 2500 от станции «Днепр-Т» в Буденовском районе.

С целью увеличения доходов, регулярно проводится сегментация абонентов, и формируются списки бизнес-абонентов для дальнейшей работы: там, где имеется техническая возможность и номерная емкость, предлагается замена на номера цифровых АТС, где нет технической возможности переключения, совместно с ЦТЭ МТС рассматривается возможность докабилирования объектов. Осуществляется работа по переключению параллельных телефонов, находящихся у разных абонентов на самостоятельные. Проведена инвентаризация «вечерних телефонов», «одноплечих», «одностороннего действия», которые так же переключаются на самостоятельные при наличии технической возможности и номерной емкости.

Всем новым абонентам цифровых станций вручаются рекламные буклеты по дополнительным видам обслуживания. С операторами и монтерами, которые проводят установки телефонов, проведено обучение с целью пропаганды услуг ДВО. Во втором квартале предоставлено 236 услуг.

Доходы по АПП растут, услуга пользуется популярностью. В 2006 году АПП установлены в 50 и 6 ОТС, расширена на ЦПП. Получено за полугодие 926,3 тыс.грн., рост к прошлому году 117,8%. Телефонных карточек за квартал продано за 2 квартала на сумму 768,7 тыс. грн, на 23% меньше, чем во 2 квартале 2005. Причина – более жесткие условия при заключении договоров на реализацию карточек и альтернативные источники, в т.ч. и по карточкам малой емкости.

**2. Анализ качества, предоставляемых услуг**

В последнее время во всех странах мира проблема повышения качества продукции приобрела чрезвычайное значение. В ряде стран она стала разрабатываться на государственном уровне и составила основу национальных экономических программ.

Уже давно и небезуспешно ведутся работы в области теории и практики управления качеством продукции, услуг.

За последние несколько лет проблема качества резко обострилась. Есть несколько объективных причин, которые потребовали особого внимания к проблеме качества продукции, особых усилий для её разрешения.

Основными причинами являются следующие:

1. Прежде всего, высокие темпы научно-технического прогресса привели к появлению принципиально новых видов изделий, резкому усложнению их конструкций, созданию и широкому освоению сложных технических систем. Усложняются технологические процессы, появляются новые методы и способы предоставления услуг.

2. На рынке обострилась конкуренция, которая, как известно, зависит от уровня цен и качества предлагаемых товаров. На первом месте по этой причине в конкурентной борьбе вышло качество продукции. Побеждает тот, кто предлагает продукцию высокого качества по умеренным ценам. Из этого правила нет исключения, и с этим надо считаться.

Проблема качества продукции является в настоящее время одной из наиболее важных и сложных проблем экономического и технического развития. Управление качеством продукции является составной частью любого производственного процесса, в каких бы формах и масштабах он не осуществлялся.

Проблема качества сложна и многогранна и решить её можно только при осуществлении комплекса мероприятий, включающих: повышение роли и усиление ответственности разработчиков за обеспечение высокого технического уровня и качества продукции; перестройку на научно-организационных основах технического контроля на предприятиях; подготовку и переподготовку кадров, и развитие творческой инициативы трудящихся и т. д.

Говоря об ОАО «Укртелекоме», следует сказать, что с каждым годом данное общество улучшает качество своих услуг. Об этом можно судить из следующей диаграммы:

Диаграмма 1. Анализ состоявшихся звонков, поступивших на АМТС и окончившихся разговором



Исходя из данных диаграммы видно, что за 1 год по отдельным городам наблюдается улучшение связи. Так, в г. Краматорске в 2006г. по сравнению с 2005г. состоявшиеся разговоры увеличились на 2,68%; в г. ариуполе – 0,37%; в г.Константиновке – 3,98%; в г.Харцизке - 9,26%; в г.Макеевке – 1,45%; в г.Горловке – 2,59%; в г.Марьенке – 3,45%; в С.Бешево – 4,36%; в г.Артемовске (1,93%) и г.Красноармейске (0,19%), наоборот, в 2005 году связь оказалась более качественной. Качественная связь ОАО «Укртелеком» была наиболее ощутима в г. Харцизке.

**3. Анализ конкурентоспособности организации**

Коммуникационный рынок Украины продолжает демонстрировать темпы роста, существенно превышающие показатели украинской экономики в целом (доходы отрасли выросли на 18% в первом полугодии в 2006 году). За 2 года разрыв с европейскими странами в развитии мобильной связи сократился в 8 раз, Интернета — в 5 раза.

В Украине в первой половине 90-х годов началось реформирование отрасли, в результате чего Министерство связи было отделено от управления хозяйственной деятельностью, и на него были возложены функции регулятора. Было также проведено распределение почтовой и электрической связи, и образование двух значительных государственных объединений Укрпочта и Укртелеком. Это имело особенное значение для электросвязи: техническое перевооружение сетей, обеспечения их прозрачности и однородности (удобно проводить при наличии доминирующего оператора). Выделяют и другую причину, которая состоит в необходимости укрепления национального оператора перед открытием коммуникационного рынка - это же делали Германия, Франция и другие страны.

В настоящее время первичная сеть Укртелекома является могучей системой связи, организованной по кабельным и радиорелейным линиям передачи, которые действуют почти на 75 тыс. км, из них 30 тыс. км составляют магистральные линии связи, почти 40 тыс. км - зоновые линии связи и 4,730 км - радиорелейные.

Пока еще на первичной сети остается значительным объем кабельных линий, срок эксплуатации которых превышает 30 лет. Поэтому Дирекция первичной сети оптимизирует транспортную сеть передачи данных, изымая из эксплуатации физически устаревшие кабельные линии с аналоговой системой передачи.

Относительно ввода спутниковой связи в 2006 г. построено 50 (а в 2007г. запланировано строительство еще - 58) станций в районных центрах, а также центральной станции передачи в Киеве, оборудованной средствами централизованного контроля и управления периферийными станциями.

Таким образом, со времен независимости нашей страны сделаны немало на пути к построению инфраструктуры связи европейского уровня.

Наиболее быстро «настигает» Европу рынок мобильной связи, в последние 5 лет он развивался в 2 раза быстрее, чем в среднем по Европе. По итогам в 2004 году, уровень проникновения мобильной связи отставал в 32 раза, а на начало 2006 года — в 8 раз. С последующим уменьшением разрыва рост рынка мобильной связи будет замедляться. В уровне фиксированной телефонизации Украина не сможет окончательно перебороть разрыв с Европой даже после приватизации Укртелекома, а в долгосрочной перспективе соотношение между фиксированной и мобильной связью будет изменяться в интересах последней. Наиболее отстающим от европейских показателей остается сектор Интернета, поэтому в ближайшие 2–3 года этот рынок ожидает стабильное развитие.

Фиксированная связь продолжает быть наиболее монополизированным сектором коммуникаций — 10,6 млн. абонентов обслуживаются Укртелекомом, а часть рынка частных операторов не превышает 20%. При этом государственные компании (Укртелеком и Утел) контролируют наибольшую часть самого привлекательного сегмента рынка — услуги международной и межгородской связи.

Так же можно говорить о конкурентоспособности ОАО «Укртелеком» за счет предоставления широкого спектра услуг: установки, переименования, переноса телефонов;

1. замены спаренного номера на самостоятельный;
2. выдачи технических условий;
3. предоставление дополнительных видов услуг по цифровым станциям;
4. выдачи справок;
5. приема претензий.

Так же ОАО «Укртелеком» уделяет немаловажное значение маркетинговым исследованиям. Маркетинговое исследование услуги или ее рыночного окружения представляет собой систематические мероприятия по получению оперативной информации в отношении данных, которые описывают текущее или перспективное (прогнозный) состояние самой услуги или ее маркетингового окружения, а также анализ и отображение данных в форме, необходимой для решения стратегических и тактических задач, что стоят перед фирмой. Проведенные в плановом порядке маркетинговые исследования дают возможность получать конкурентные преимущества, снижать финансовые и коммерческие риски предпринимательской деятельности, определять отношение покупателей к услуге, давать оценку стратегической и тактической деятельности фирмы, повышать эффективность коммуникационных рыночных мероприятий, определять оптимальные сегменты позиционирования услуг, определять характер жизненного цикла услуг.

**4. Мониторинг внешней среды предприятия**

Мониторинг - наблюдение за состоянием деятельности предприятия с целью ее контроля, прогноза и охраны. Различают глобальный, региональный и локальный уровни мониторинга. Мониторинг позволяет оперативно выявлять очаги и характер изменений в деятельности предприятия.

Влияние различных факторов на предприятия происходит далеко не одинаково ввиду того, что сейчас в Украине наблюдается глубокий экономический и политический кризис. Это в свою очередь приводит к тому, что на первое место по влиянию на предприятия выходят такие факторы как экономический и политический.

По степени влияния факторы можно расположить в нижеследующем порядке:

1. Политический фактор – из-за того, что наш президент и Верховная Рада не могут прийти к политическому согласию, они не в состоянии квалифицированно управлять страной и принимать необходимые законы. Результатом их конфронтации может стать попытка Президента распустить, а Верховная Рада, в свою очередь, попытается отстранить президента от должности. Все эти действия отрицательно скажутся на экономике в целом и на каждом предприятии в частности.

2. Экономический фактор – ввиду кризиса неплатежей между предприятиями, и оттока капиталов за рубеж украинские предприятия оказались в долговой яме перед работниками (заработная плата) и перед государством (налоги).

3. Научно-технический фактор – основные фонды предприятий в основной своей части уже давно отслужили свой срок службы, а заменить их предприятиям не по карману. Поэтому они производят продукцию с высокой

долей затрат на устаревшем оборудовании.

4. Природный фактор – сырьевые запасы Украины постепенно истощаются. Предприятия вынуждены закупать данное сырье в других странах, что ведет к увеличению себестоимости продукции. Необходимо сокращать ресурсоемкость продукции.

5. Культурный фактор – начинает постепенно увеличивать свое влияние на фирмы. Это происходит за счет создания новых фирм по проведению досуга и культурно-оздоровительных центров, а так же за счет фирм производящих оборудование для этих центров. На данный момент существует много не реализуемых или слабореализуемых составляющих данного фактора – например турпоходы, подводное плавание, велотуризм и т.д. ОАО „Укртелеком”, принимает непосредственные действия относительно культурных программ. На протяжении последних трех лет оно проводит такую программу, как „Наше село”.

6. Демографический – его влияние в основном сказывается на «утечке

мозгов» в другие страны. Так же ввиду старения населения и уменьшения доли занятого населения, занятому населению приходится «взваливать» на свои плечи дополнительное бремя отчислений в пенсионные фоны, и фонды социального страхования.

За последние годы ОАО "Укртелеком" стал хорошо известен за границей, как субъект международной деятельности. Расширяются двусторонние контакты и международное сотрудничество на договорных началах: ОАО "Укртелеком" плодотворно сотрудничает с 42 операторами связи с 36 стран мира, а также с ведущими компаниями — поставщиками оснащения и услуг.

Видное место ОАО "Укртелеком" занимает в деятельности Регионального Содружества Связи (РСЗ) и уже второй срок подряд председательствует в Совете Операторов электросвязи РСЗ. В 2003 году Укртелеком, как член сектору развития МСЭ принял активное участие в ряде мероприятий этой влиятельной организации: Международном конгрессе "Информационное общество — стратегия развития в ХХІ веке" (Киев), Всемирный радиоконференции МСЭ (Женева), а также организовал Региональный семинар МСЭ для стран СНГ в 2006 году "Стратегическое управление" (Киев). Значительная работа ведется относительно развития сотрудничества с организацией космической связи "Интерспутник" и участия в мероприятиях ЕС, НАТО.

ОАО "Укртелеком" активно участвует в международных телекоммуникационных проектах, которые обеспечивают выход на цифровые телекоммуникационные системы стран Европы, Азии, Африки и Северной Америки. На сегодняшний день общество является совладельцем 14 международных подводных систем передачи, таких как ITUR, BSFOCS.

В практике деятельности ОАО "Укртелеком" вошли постоянные встречи с представителями иностранных компаний относительно предоставления услуг связи и снабжения телекоммуникационного оснащения, а также участие в международных конференциях, семинарах, выставках.

Важными событиями, которые состоялись в 2003 году с активным участием общества, является подключения Украины, первой из стран СНГ, к общеевропейской академической сети GEANT.

С целью изучения зарубежного опыта поддерживаются деловые отношение с учебными заведениями в сфере телекоммуникаций США, Великобритании, России, Канады, Италии.

Деятельность ОАО "Укртелеком" регулируется учредительными документами Общества, законодательными и другими нормативно-правовыми актами Украины.

1. Указы Президента Украины:

- Указ Президента Украины от 15 июня 1993 года №210/93 "О корпоратизации предприятий".

2. Законы Украины:

* Закон Украины "О связи" от 16.05.1995 г. N 160/95-ВР. Закон устанавливает правовые, экономические и организационные основы деятельности в отрасли связи в Украине и регулирует отношения в отрасли связи, в которых принимают участие органы государственной власти, местного самоуправления, предприятия, учреждения и организации связи и потребители услуг связи.
* Закон Украины "Об особенностях приватизации ОАО "Укртелеком" от 13.07.2000 г. № 1869-III. Закон определяет особенности процедуры приватизации ОАО "Укртелеком", в частности, цель и особенные принципы приватизации Укртелекома, состав комиссии по приватизации Укртелекома, порядок льготной продажи акций Укртелекома и продажи пакета акций Укртелекома на открытых торгах, а также направления использования средств, полученных от приватизации.
* Закон Украины "О предприятиях" от 7 февраля 1991 года №698-XII;

3. Распоряжения Кабинета Министров Украины "О способах улучшения инвестиционной деятельности в отрасли связи" от 28.05.2001 г. № 227-р. Распоряжение регулирует порядок продажи принадлежащей ОАО "Укртелеком" части в уставном фонде СП "Украинская мобильная связь" соответственно законодательству и распределение средств, полученных от такой продажи.

4. Акты Кабинета Министров Украины

* Постановление КМУ от 22 июля 1998 г. №1114 "Об утверждении методике оценке стоимости имущества во время приватизации".

1. Другие нормативно-правовые акты

Стратегические приоритеты технической политики ОАО "Укртелеком":

•дальнейшее развитие базовой магистральной высокоскоростной транспортной сети (на технологиях пакетной передачи информации IP/MPLS и, по необходимости, с использованием технологий спектрального уплотнения волоконно-оптических линий WDM/DWDM) в направления развития мультисервисной интегрированной телекоммуникационной сети общества;

•дальнейшее развитие современных универсальных телекоммуникационных сетей для предоставления услуг нового поколения;

• дальнейшее развитие путей (первичной, передачи данных, Интернет, телефонной сети общего пользования и т.п.) для удовлетворения платежеспособного спроса с учетом тенденции к конвергенции этих сетей с мультисервисной сетью.

**Заключение**

Существенно расширяются возможности действия всех факторов повышения эффективности производства в условиях формирования рыночных отношений. Осуществляются структурная перестройка народного хозяйства, переориентация его на потребителя; модернизация важнейших отраслей народного хозяйства - промышленности, строительства, транспорта и связи на основе высоких технологий; преодоление отставания от мирового научно-технического уровня.

В результате этого сформируется регулируемое, цивилизованное рыночное хозяйство, которое явится действенным средством, стимулирующим рост производительности труда, повышение эффективности всего общественного производства, приумножение общественного богатства в интересах повышения благосостояния народа.

Однако все не так просто. И не так легко выполнить все поставленные здесь задачи. Причины могут быть разного характера - от общего кризиса до закостенелого сознания руководителей предприятий и фирм. Но нужно двигаться вперед и находить все новые пути повышения экономической эффективности производства. Без этого Украине нет места среди развитых стран мира.

То есть, если говорить о деятельности ОАО «Укртелеком», можно с уверенностью говорить, что это эффективно развивающееся общество. Лидер среди других представителей подобного вида услуг. Услуги, предоставляемые ОАО «Укртелеком» выделяется качественностью, которое совершенствуется из года в год, чем и привлекает новых потребителей и постоянных клиентов.

**Литература:**

1. Економіка підприємства. За ред. С.Ф. Покропивного, підручник у двох томах, Т.2 К.:”Хвиля-Прес”, 2005 – 124с.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – 2000г. – 251с.
3. Маркетинг. Под редакцией академика А.Н. Романова, М., 2002г., 287с.
4. Практикум по маркетингу. Г.Д. Крылова, М.И. Соколова, М.: «Феникс», 2004г., 147с.
5. Маркетинг: ситуации и примеры. Р. Моррис, М.: 2000 г., 98 с.
6. Котлер Ф. – Основы маркетинга, М., “Бизнес-книга” “Има-Кросс Плюс” 2005г., 182с.