

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Экономика и управление на предприятиях сферы услуг, рекреации и туризма»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, руководитель отдела продаж

_____ / А.В. Байков /
« ____ » _____ 2017 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

_____ / Т.А. Худякова /
« ____ » _____ 2017 г.

Инвестиционная привлекательность открытия СТО (автосервис) в г.
Челябинске

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.02.62. 2017. 401. ВКР

Руководитель, ст.

преподаватель

_____ / В.Н. Фатеев /
« ____ » _____ 2017 г.

Автор

студент группы ЭУ-424

_____ / В.В. Барманов /
_____ 2017 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

_____ / К.В. Айхель /
« ____ » _____ 2017 г.

Челябинск 2017

АННОТАЦИЯ

Барманов В. В. Инвестиционная привлекательность открытия СТО (автосервис) в г. Челябинске. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ–424, 2017, 84 с., 24 ил., 15 табл., библиогр. список – 57наим., 5 приложений, 20 л. раздаточного материала ф. А4

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью инвестиционной привлекательности открытия СТО (автосервиса) в г. Челябинске

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит главные теоретические основы понятия инвестиции, методы оценки и показатели инвестиционной привлекательности бизнес-проектов.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает анализ динамики развития зарубежного и российского рынка автосервисных услуг, а так же расчет экономической целесообразности открытия автосервиса в г. Челябинске.

В результате проведенной работы были рассчитаны затраты на открытие автосервиса, проведен анализ инвестиционной привлекательности проекта на основе простых и дисконтированных методов, а так же анализ рисков проекта по созданию СТО (автосервиса) в г. Челябинске.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1 Теоретические аспекты инвестиционной привлекательности бизнес-проектов	7
1.1 Сущность инвестиций, их роль в экономике	7
1.2 Методы оценки и показатели инвестиционной привлекательности бизнес-проектов.....	13
1.3 Способы анализа рисков инвестиционного проекта.....	18
2 Анализ развития зарубежного и российского рынка автосервисных услуг ...	29
2.1 Анализ зарубежного опыта	29
2.2 Анализ рынка автосервисных услуг в России и в г. Челябинске	35
3 Расчет экономической целесообразности открытия СТО (автосервиса) в г. Челябинске	55
3.1 Анализ инвестиционной привлекательности открытия СТО (автосервиса).....	55
3.2 Анализ эффективности инвестиционного проекта простыми и дисконтированными методами.....	66
3.3 Анализ рисков проекта по созданию СТО (автосервиса) в г. Челябинске ..	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	74
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	76
ПРИЛОЖЕНИЯ	82
ПРИЛОЖЕНИЕ А	82
ПРИЛОЖЕНИЕ Б	83
ПРИЛОЖЕНИЕ В.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ Г	85

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность выбора темы определяется тем, что на сегодняшний день стратегическое планирование – это основополагающий стержень в управлении предприятием, который должен обеспечивать устойчивое экономическое развитие предприятия, повышение конкурентоспособности производимой им продукции и оказываемых услуг.

Особенно актуально данное исследование в настоящее время для российского предприятия, т. к. в связи с вновь назревающим экономическим кризисом отечественные предприятия претерпевают огромные трудности.

Автосервис – это все то, что обеспечивает использование, эксплуатацию, поддержание и восстановление работы автомобиля в течение всего «жизненного» цикла.

В условиях экономического кризиса в России составление бизнес-планов, является необходимым условием для определения перспектив развития предприятий; осуществления структурной перестройки производства; обоснования целесообразности получения банковских кредитов; создания условий для организации рентабельной работы.

Актуальность формирования бизнес-плана определяется также тем, что ни одно серьезное управленческое решение не может быть принято без его представления. Важнейшей задачей разработки бизнес-планов является проблема привлечения и обоснования инвестиций, необходимых для осуществления проектов технического перевооружения или реконструкции предприятий.

В этом случае бизнес-план необходим как основной инструмент, дающий возможность выбора того или иного варианта инвестирования основной деятельности, подтверждающий гарантированность их возврата на основе эффективного использования.

Объектом работы является открываемый СТО (автосервис) в г. Челябинске.

Целью выпускной работы является оценка инвестиционной привлекательности открытия автосервиса в г. Челябинске.

Для достижения цели исследования были поставлены и решены следующие задачи:

- провести анализ зарубежного опыта;
- провести анализ российского рынка и в частности в г. Челябинске;
- рассмотреть инвестиционные и текущие затраты, переменные и постоянные;
- провести анализ эффективности инвестиционного проекта простыми и дисконтированными методами;
- провести анализ рисков и чувствительности проекта.

В выпускной квалификационной работе рассмотрены вопросы анализа рынка автосервисов в России и за рубежом, проведен анализ эффективности инвестиционного проекта, проведен анализ рисков, анализ безубыточности и чувствительности проекта.

Результаты работы рекомендуется использовать при развитии предприятия автосервиса в городе Челябинске.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ БИЗНЕС – ПРОЕКТОВ

1.1 Сущность инвестиций, их роль в экономике

Инвестиции – денежные или иные средства, вкладываемые в объекты предпринимательской или иной деятельности для получения прибыли и достижения иного полезного эффекта.

В настоящее время инвестиции рассматриваются как затраты, используемые в форме долгосрочных вложений собственного или заемного капитала для развития производства, социальной сферы, предпринимательства, а также увеличения прибыли, как внутри страны, так и за рубежом.

Для стратегических инвесторов, инвестиции – это способ помещения капитала, который должен принести положительную величину дохода, обеспечить его сохранение или возрастание.

В современной экономической литературе инновации имеют понятия как процесс и как экономическая категория:

- инновации как процесс – движение стоимости в ходе воспроизводства основных фондов.
- инновации как экономическая категория – система экономических отношений, связанных с движением стоимости, авансированной в основные фонды от момента мобилизации денежных средств до их возмещения.

В современных условиях развития внутренней экономики главной проблемой является наиболее эффективное вложение капитала в различные инновационные проекты для его приумножения. В данном случае, под капиталом подразумеваются вещественные элементы, способные приносить доход в будущем. Экономическая природа инвестиций обусловлена закономерностями процесса расширенного воспроизводства и заключается в использовании части накопленных свободных денежных средств, направляемых на увеличение количества и качества всех элементов системы производственных сил общества.

В зависимости от направлений и формы реализации долгосрочных вложений капитала различают:

- материальные (реальные) инвестиции – направляемые на приобретение вещественного капитала, частным видом материальных инвестиций являются капиталобразующие инвестиции, обеспечивающие создание и воспроизводство производственных и непроизводственных фондов. Эти инвестиции направляются на приобретение хозяйствующими субъектами материальных ценностей (зданий, машин, оборудования, материальных ресурсов);

- портфельные (финансовые, номинальные) инвестиции – вложение капитала в финансовые активы: вложение капитала в приобретение акций, облигаций и других ценных бумаг, помещение капитала в коммерческие банки, доли в фондах недвижимости, в иностранные валюты, доли участия в капитале других предприятий и в объекты тевэрации;

- нематериальные инвестиции – вложения в развитие интеллектуального потенциала: в научные исследования и разработки, сферу знаний и повышения квалификации, приобретение прав пользования природными ресурсами, объектами интеллектуальной собственности; частным видом нематериальных инвестиций являются инвестиции в человеческий капитал.

В современных рыночных экономиках значительная часть инвестиций – финансовые, в России основная доля инвестиций представляет собой реальные инвестиции.

Основные составляющие инвестиций:

- Инвестиции в основной капитал;
- Инвестиции в оборотный капитал;
- Инвестиции в нематериальные активы.

Инвестиции в оборотный капитал – расходы на формирование запасов материальных оборотных средств, необходимых для обеспечения устойчивой работы предприятия. В том числе к ним относятся инвестиции в товарно-

материальные запасы – накопление запасов для последующего производственного потребления, а также запасов нереализованных готовых товаров.

Инвестиции в нематериальные активы – инвестиции на приобретение имущественных прав владения земельными участками, другим имуществом, лицензий на передачу прав промышленной собственности, секретов производства, патентов на изобретения, свидетельств на новые технологии, полезные модели и промышленные образцы, товарные знаки, фирменные наименования, сертификаты на продукцию и технологию производства.

В отечественной экономической литературе существуют несколько подходов к классификации инвестиций.

Таблица 1.1 – Классификация инвестиций по признакам и целям инвестирования

Классификация инвестиций	Признак (цель) инвестирования
По объекту	<ul style="list-style-type: none">• Финансовые• Реальные
По характеру участия	<ul style="list-style-type: none">• Прямые• Косвенные
По длительности	<ul style="list-style-type: none">• Краткосрочные• Среднесрочные• Долгосрочные
По форме собственности	<ul style="list-style-type: none">• Частные• Бюджетные• Зарубежные• Низкорисковые
По уровню риска	<ul style="list-style-type: none">• Среднерисковые• Высокорисковые

Существует ряд характерных признаков, присущих инвестиционной деятельности:

- Срочность – признак, при котором инвестиции осуществляются на определенный срок, по истечении которого инвестор получает определенную прибыль;

- Потенциальная доходность – признак, который определяет главной целью инвестирования получение дохода вне зависимости от наличия других косвенных целей, предусмотренных инвестиционной деятельностью;

- Целевой характер инвестирования – характеризует определенность отрасли или сферы, в которую осуществляется инвестиция. Таким образом, капитал получает направленность в определенное русло;

- Рискованность – характеризует высокий риск инвестиции, вне зависимости от того, каким объектом капиталовложения она характеризуется.

Существуют различные определения степени риска инвестиции, однако во всех случаях инвестор рискует своим вкладом в пределах всей его величины.

По объектам инвестирования различают финансовые и реальные капиталовложения.

- Финансовые капиталовложения – вкладываются в финансовые инструменты (долговые обязательства, ценные бумаги, валюта), вложение в изделия из драгоценных металлов или в коллекционные предметы;

- Реальные капиталовложения – предусматривают капитальные вложения (в недвижимость или транспорт), вложения в нематериальные активы (неимущественные права, ноу-хау, права на патенты, лицензии), а также вливания средств в оборотные активы.

По характеру участия в процессе инвестирования выделяют:

- Прямые инвестиции – предусматривается непосредственное участие владельца капитала в процессе инвестирования;

- Косвенные инвестиции – осуществляемые через посредников в виде банков, инвестиционных фондов, валютных фондов и др.

По длительности инвестирования различают краткосрочные инвестиционные проекты (до 1 года), проекты на средние сроки (от 1 до 3 лет) и долговременные (более 3 лет) капиталовложения.

По форме собственности выделяют:

- Средства частных инвесторов;
- Бюджетные (государственные) средства;
- Зарубежные и коллективные инвестиции.

По уровню возможного риска инвестиции делятся на группы:

- Низкорисковые – объекты инвестирования, инвестиционный риск при вкладе в которые ниже среднерыночного показателя;
- Среднерисковые – предусматривают существование реального риска при вкладах;
- Высокорисковы – вклады, предусматривающие высокий риск при капиталовложении и возможные высокие уровни прибыли.

Таким образом, сущность инвестиций раскрывается через признаки и цели инвестирования, а сами инвестиции имеют множество разновидностей, в зависимости от ряда взаимозависимых различных факторов.

Комментируя экономическое содержание приведенных определений, следует отметить, что вложения инвестиций не главная цель, а лишь средство достижения экономической эффективности, на основе которой могут быть решены многообразные социальные и экономические задачи.

В современных условиях особую актуальность приобрела форма инвестиционного проекта, под которой понимается комплекс действий по оказанию работ, услуг, приобретению основных средств, принятию управленческих решений и пр., направленных на достижение поставленной цели.

Разработка инвестиционного проекта требует подготовки необходимой документации, экономического обоснования целесообразности, объема и сроков инвестирования, утверждения проектно-сметной документации и порядка практических действий по реализации проекта.

Инвестиционная деятельность для государства – это возможность осуществления технического и технологического перевооружения предприятий, увеличение количества поступающих налогов в государственный бюджет посредством налогообложения прибыли с инвестиций, для частного инвестора – прирост собственного капитала и увеличение доходов. Данное определение выражает цели инвестирования – получение доходов тем либо иным образом, вне зависимости от субъекта и объекта инвестиционной деятельности, а также достижение необходимого социального, культурного или экономического эффекта.

Экономическая сущность эффективности как относительного показателя, в целом отражает норму прибыли на капитал, на единицу инвестиционных затрат, или на единицу совокупных затрат, включая внутренние ресурсы.

Норма прибыли отражает объем полученного полезного результата в виде чистой прибыли на единицу принятых к расчету затрат.

Аналогичную экономическую природу имеют показатели внутренней нормы доходности и рентабельности, которые также отражают прибыльность какой-либо деятельности, а именно ее коммерческую результативность, выраженную в процентах.

Различают абсолютную (общую) экономическую эффективность и сравнительную (относительную).

В инновационной экономике общую сумму результатов и затрат определяют за весь жизненный цикл проекта.

Жизненный цикл проекта – это общий период времени с момента возникновения коммерческих идей до момента ухода проекта с рынка.

Таким образом, общая эффективность характеризует меру рациональности использования общей суммы затраченных ресурсов для получения желаемого результата.

1.2 Методы оценки и показатели инвестиционной привлекательности бизнес-проектов

Экономическая оценка инвестиций – это сопоставление понесенных затрат с соответствующими результатами. В данном проекте затраты – это инвестиционные вложения, а результаты – доходы, полученные от реализации инвестиционного проекта. В результате такого сопоставления определяются экономический эффект и экономическая эффективность инвестиций.

Экономический эффект – достигаемый результат в его материальном, денежном и социальном выражении. Он позволяет понять о том, что получит инвестор в результате реализации проекта.

Экономический эффект – абсолютная величина экономического результата (объем реализации, прибыль, сальдо денежного потока и т. д.).

Эффективность – категория, отражающая соответствие проекта целям и интересам его участников.

Экономическая эффективность – отношение экономического эффекта к необходимым для его получения затратам. Если рассматривать в масштабах предприятия – это уровень рентабельности, вложенного капитала, производительности труда, а в масштабах общества – доля национального дохода в произведенном совокупном общественном продукте.

Эффективность инвестиций – получение экономического или социального результата на один рубль используемых инвестиций. Система показателей для оценки относящихся к различным экономическим субъектам различных видов эффективности (бюджетной, коммерческой и т. п.) и методологические принципы их расчета едины. Отличия заключаются в тех исходных параметрах, которые формируют потоки реальных денежных средств по проекту применительно к каждому виду эффективности.

Показатели экономической эффективности отражают эффективность проекта с точки зрения интересов народного хозяйства в целом, а также участвующих в осуществлении проекта регионов, отраслей, организаций:

- показатели общественной эффективности – для общества в целом;
- коммерческой эффективности проекта – для реального или абстрактного юридического или физического лица, осуществляющего проект целиком за свой счет;
- эффективности участия предприятия в проекте – для этого предприятия;
- эффективности инвестирования в акции предприятия – для акционеров предприятий – участников проекта;
- эффективности для структур более высокого уровня – для этих структур;
- бюджетной эффективности – для бюджетов всех уровней.

Оценка эффективности инвестиционных проектов является одним из наиболее важных элементов инвестиционного анализа и выступает инструментом при выборе самого эффективного из предложенных проектов, что является приоритетной задачей при определении параметров и сроков исполнения любого инвестиционного проекта.

При выборе метода оценки эффективности инвестиционных проектов нужно учитывать масштабы затрат на их исполнение, сроки внедрения и использования, ожидаемые результаты, поэтому методы оценки не во всех случаях будут одинаковыми.

Мелкие проекты, которые не требуют масштабных вложений, не оказывают существенного влияния на характер производства, имеют сравнительно небольшой срок полезного использования и осуществления могут быть рассчитаны простейшими способами.

К длительным проектам, характеризующимся масштабными инвестиционными затратами, необходимостью проведения более сложных расчетов при учете большего числа факторов, применяются комплексные методы оценки эффективности. К таким проектам относятся, прежде всего, строительство, реконструкция, ввод принципиально нового продукта, внедрение новой технологии и т.д. Основные формы инвестирования приведены на рисунке 1.1.

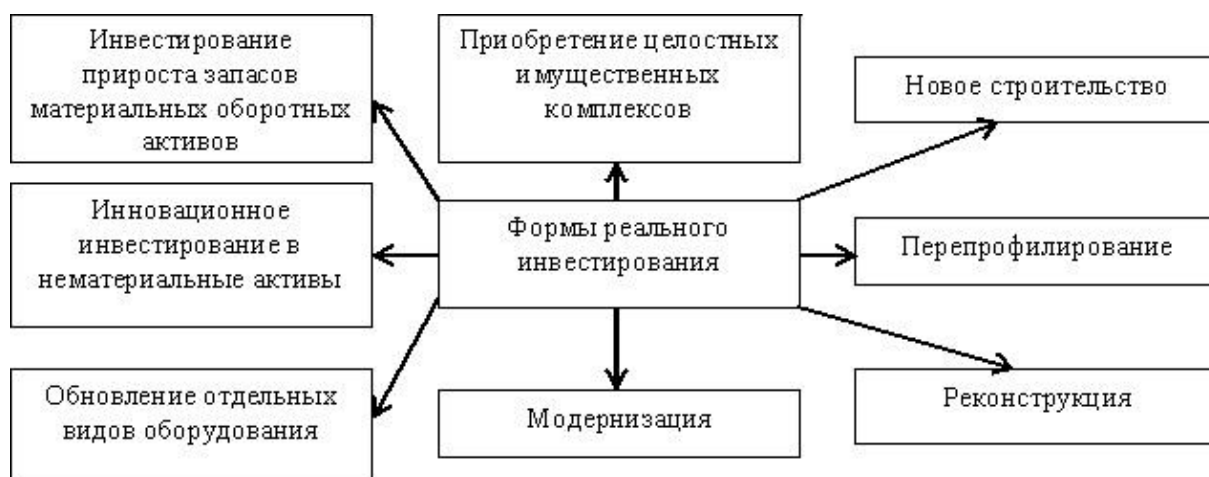


Рисунок 1.1 – Формы реального инвестирования

Чем значительнее инвестиционный проект, чем большее влияние он оказывает на результаты хозяйственной деятельности предприятия, тем большей точности в расчетах денежных потоков он требует.

Реализация инвестиционных проектов, связанных с внедрением новой техники, происходит в течение длительного периода времени и оказывает влияние на экономический потенциал и результаты хозяйственной деятельности предприятия, поэтому ошибка в оценке их эффективности приводит к значительным финансовым рискам и потерям.

При реализации крупных инвестиционных проектов, требующих длительного периода времени и оказывающих ощутимое влияние на процесс хозяйственной деятельности предприятия или целой отрасли, возникает вероятность ошибки в оценке эффективности, ведущей к риску значительных потерь, как денежных, так и иных ресурсов.

Риск расхождения плановых и фактических показателей эффективности при осуществлении крупного инвестиционного проекта может быть вызван несколькими причинами.

- Во-первых, это сознательное завышение специалистами предприятия эффективности проекта на стадиях его осуществления, вызванное необходимостью привлечь финансовые ресурсы в условиях их ограниченности. Предотвращение такой ситуации возможно с помощью привлечения независимых

экспертов и проведению объективных расчетов эффективности того или иного проекта.

- Во-вторых, это учет факторов риска и неопределенностей, который происходит не в полной мере, в связи с трудностями, возникающими с определением таких рисков в процессе реализации проекта.

Таким образом, перспективная оценка эффективности крупного инвестиционного проекта требует грамотного выбора объективного метода оценки, что поможет в дальнейшем избежать множества проблем и в значительной степени сократить различные риски.

Существует целый ряд методов оценки экономической эффективности инвестиционных проектов, их можно разделить на две основные группы (рис. 1.2.):

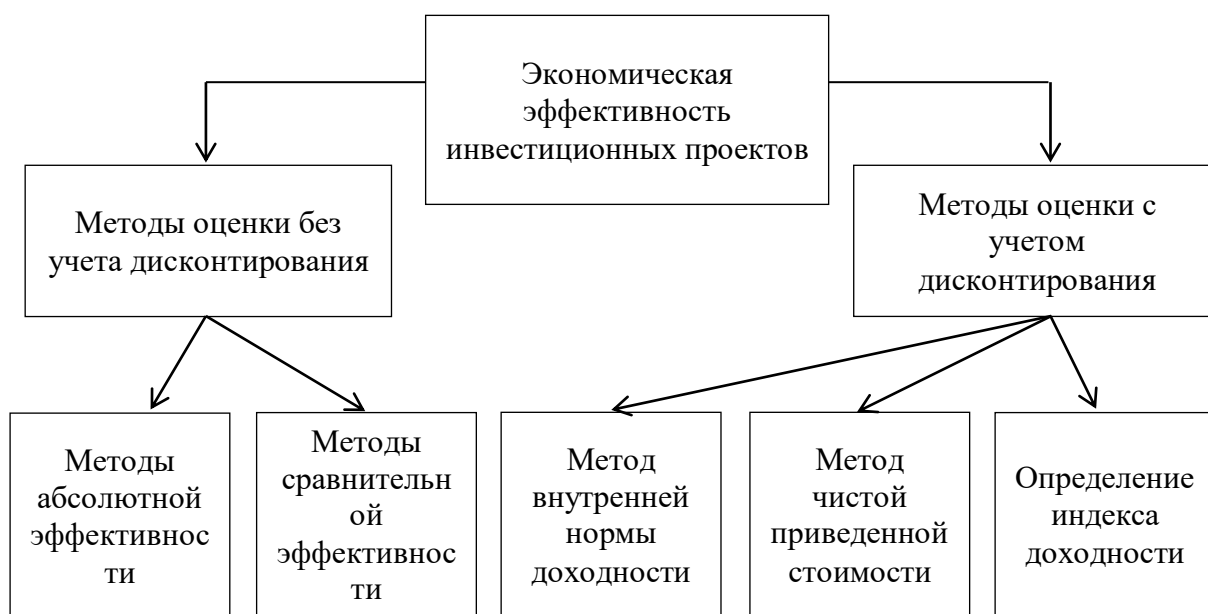


Рисунок 1.2 – Оценка экономической эффективности инвестиционных проектов

Методы оценки эффективности инвестиций, не включающие дисконтирование, делятся:

- Методы абсолютной эффективности – нормативный срок полезного использования инвестиционного проекта, или получение заданной нормы прибыли на капитал;

- Методы сравнительной эффективности – метод накопленного сальдо денежного потока (накопленного эффекта) за расчетный период.

Методы оценки эффективности инвестиций с учетом коэффициента дисконтирования. К ним относятся:

- Метод чистой приведенной стоимости, позволяет принять управленческое решение о необходимости реализации проекта, сравнивая суммы будущих дисконтированных доходов с издержками, необходимыми для реализации проекта (капитальными вложениями);

- Метод внутренней нормы прибыли, представляет собой ту расчетную ставку процента, при которой сумма дисконтированных доходов за весь период реализации инвестиционного проекта становится равной сумме первоначальных затрат (инвестициям);

- Дисконтированный срок окупаемости инвестиций;

- Индекс доходности – представляет собой отношение приведенных денежных доходов к приведенным на начало реализации проекта инвестиционным расходам (если индекс доходности больше 1, то проект принимается, если меньше 1 проект отклоняется).

Основными критериями оценки инвестиционных проектов являются доходность, рентабельность и окупаемость. Метод чистой текущей стоимости (NPV–метод), основанный на дисконтировании, получил широкое распространение во многом из-за широкой области применения и относительной доступности расчета. Данный метод позволяет рассчитать чистый доход от проекта как разницу между суммой дисконтированных денежных потоков, генерируемых проектом и общей суммой инвестиций в проект.

Применение данного метода позволяет получить наиболее точные результаты в том случае, если колебания дисконтной ставки в период реализации проекта незначительны. Аналогичный метод в западной практике называется методом расчета чистой текущей стоимости (или чистой приведенной стоимости, NPV), под которой понимается разница между общей суммой дисконтированных

потоков будущих поступлений денежных средств, генерируемых данным проектом, и общей суммой инвестиций.

Проект принимается в том случае, когда чистая настоящая стоимость проекта выше нуля. NPV–метод основывается на вероятной возможности установить приемлемую ставку дисконтирования для вычисления текущей стоимости эквивалентов будущих периодов. При этом коэффициент дисконтирования устанавливается равным средней стоимости капитала.

В случае, когда чистая текущая стоимость ниже нуля, то проект не принимается.

При принятии решения о целесообразности осуществления того или иного инвестиционного проекта, равно как и выбора методики оценки его эффективности требуется определение всех факторов, которые могут повлиять на его осуществление. Такие как социально-экономическая значимость, инвестиционные риски и прочие, которые характерны не только для инвестиционных проектов, но и для любых проектов в текущей макроэкономической ситуации.

Необходимо исследовать и оценить возрастающую роль государства при осуществлении инвестиционных проектов. Особенно нужно проанализировать механизмы его воздействия и контроля за их исполнением, а также обратить внимание на разработку модели учета влияния всех рисков инвестиционных проектов не только в моменте их обсуждения или внедрения, но и на стадии их эксплуатации в течение длительного периода времени.

1.3 Способы анализа рисков инвестиционного проекта

Раздел по анализу риска, как правило, выделяется в бизнес-плане. Экономический риск определяется как возможность или вероятность наступления неблагоприятного события, которое может привести к потере части ресурсов предприятия, недополучения доходов или появлению дополнительных расходов.

Традиционно выделяют внутренние и внешние виды рисков. К внешним рискам относятся:

- внешнеэкономические;
- риск рыночной обстановки;
- природно-климатические риски;
- информационные;
- научно-технические;
- нормативно-правовые.

Внутренние риски определяют требования и состояние производственных факторов (труд, средства труда и предметы труда):

- транспортные риски;
- снабженческие;
- производственные;
- риски хранения продукции;
- сбытовые;
- управленческие.

Классификация рисков, связанных с реализацией проекта, в том числе инвестиционных рисков, представлена на рис. 1.3.

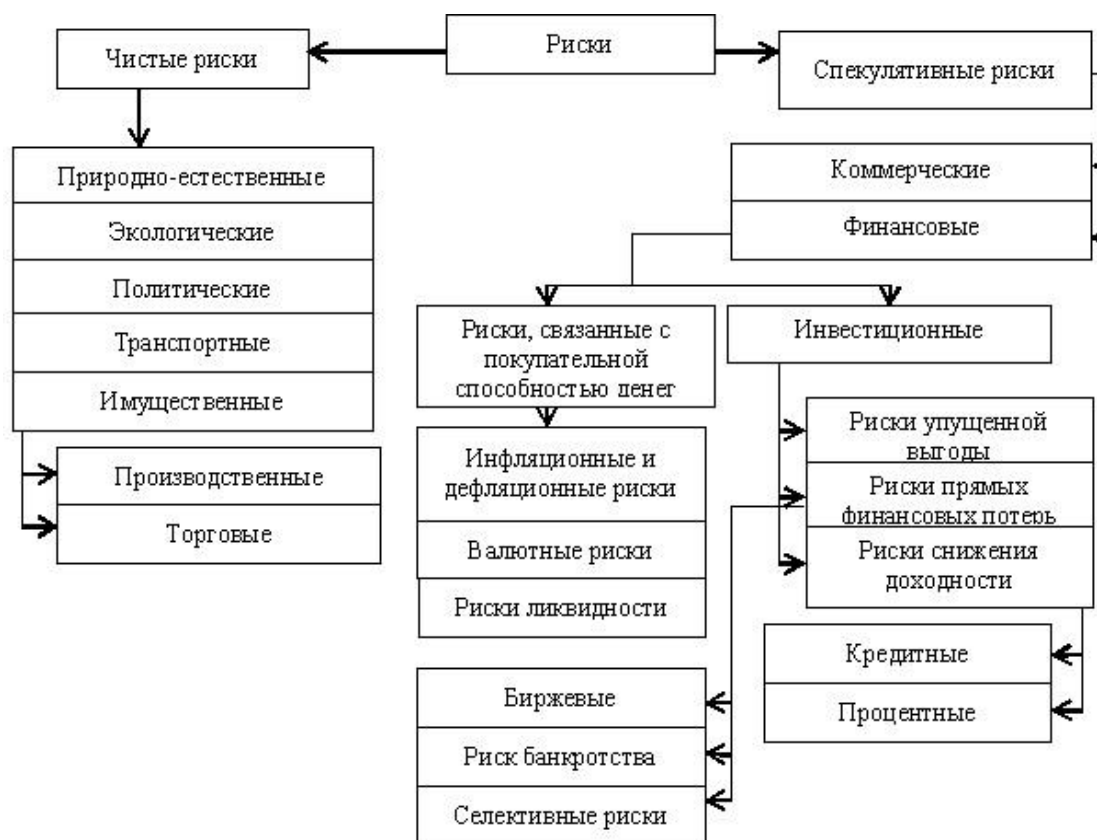


Рисунок 1.3 – Классификация рисков

По характеру воздействия выделяют риски:

- Простые;
- Составные.

Простые риски определяются полным перечнем непересекающихся событий, т. е. каждое из них рассматривается как не зависящее от других. Составные риски являются композицией простых, каждый из которых в композиции рассматривается как простой риск.

Управление риском – это процесс выявления уровня неопределенности, принятия и реализации управленческих решений, позволяющих предотвратить или уменьшить отрицательное воздействие на процесс и результаты производства случайных факторов, одновременно обеспечивая высокий уровень дохода. Управление рисками включает определенные этапы (рис. 1.4).

Современная экономическая ситуация плохо предсказуема, поэтому при подготовке этого раздела в ходе качественного и количественного анализа риска оценивают возможные изменения на рынке.

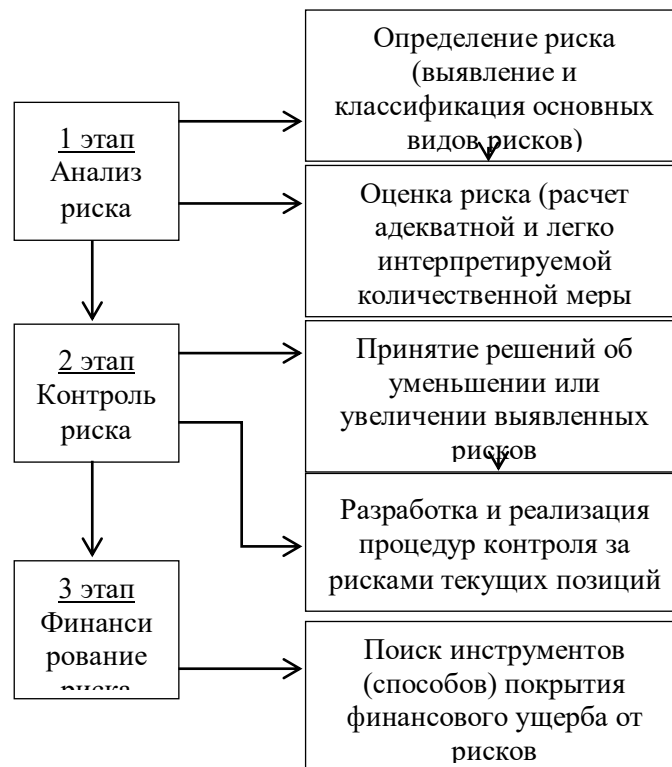


Рисунок 1.4 – Этапы управления рисками

Задача качественного анализа – выявить факторы риска и этапы работ, при выполнении которых он возникает.

Количественный анализ предполагает определение размера риска, что является более сложной задачей, которую можно решить, используя различные методы:

- Статистический метод – для расчета вероятности возникновения потерь анализируются статистические данные, касающиеся эффективности проведения предприятием тех или иных мероприятий (строится кривая риска);

- Анализ целесообразности;

- Метод затрат – в данном методе определяется потенциальная зона риска по кривым риска и финансового состояния предприятия в зависимости от возможных потерь и степени устойчивости финансов;

- Метод экспертных оценок;

- Метод использования аналогов.

Для оценки риска и его уменьшения допустимы три подхода, которые во многом связаны с характером проекта.

Первый подход обязателен по отношению к «дерзким» проектам, ломающим сложившуюся структуру производимой продукции и предполагающим стремительный прорыв на рынок. Для таких проектов риск связан, прежде всего, с опасностью неправильно оценить исходную ситуацию, в результате чего может возникнуть неудовлетворительный сбыт новой продукции. Для принятия решения подход предполагает разработку всех возможных альтернатив решения задачи, их оценку по вероятностям реализации. Этот подход имеет целью получить устойчивое решение.

Второй подход применяется в отношении безальтернативного, но достаточно сложного проекта, охватывающего весь жизненный цикл продукта. В этом случае необходимо оценить надежность каждой фазы, выявить наименее надежные звенья, чтобы заранее разработать мероприятия по снижению степени риска. Оценку риска целесообразно проводить по стадиям реализации проекта:

- Подготовительной;
- Предпроизводственной;
- Производственной.

Все расчеты выполняются дважды: на момент составления проекта и после выявления наиболее опасных его элементов. В последнем случае разрабатывается перечень мер, реализация которых позволяет уменьшить степень риска.

В этом случае решаются следующие задачи:

- составление исчерпывающего перечня рисков;
- определение удельного веса каждого простого риска во всей их совокупности;
- интегральная оценка риска (оценка риска для каждой стадии на основе предварительного расчета рисков для под стадий: финансово-экономической, технологической, социальной и экологической; оценка риска всего проекта проводится на основе оценок риска отдельных стадий).

Третий подход применяется к относительно простым проектам; он заключается в некотором усложнении расчетов, когда принимаются не просто средние значения, но и характер распределения тех случайных величин, средние из которых используются в расчетах. В рамках этого подхода необходимо оценить распределение случайных величин, характеризующих спрос, и провести статистическое моделирование процесса как необходимый этап для подготовки решений.

Для оценки рискованности инвестиционных проектов в мировой практике чаще всего применяются следующие методы:

- Анализ чувствительности;
- Анализ условий достижения безубыточности;
- Методы, основанные на аппарате теории вероятностей, в том числе имитационные модели и дерево решений.

Первые два метода наиболее просты, понятны и дешевы, но зато дают менее точные оценки риска, так как не учитывают закономерности формирования вероятностей тех или иных событий.

Третья группа методов существенно сложнее, их применение требует больших затрат, соответствующую подготовку специалистов, надежную статистическую базу.

Анализ чувствительности – процедура определения различий в экономической приемлемости проекта в зависимости от колебаний значений по крайней мере одного из его существенных параметров.

Целью анализа чувствительности является определение степени влияния критических факторов на финансовый результат проекта. В качестве ключевого показателя, относительно которого проводится оценка, выбирается один из интегральных показателей эффективности:

- срок окупаемости проект;
- индекс прибыльности;
- чистая приведенная величина дохода;
- внутренняя норма рентабельности.

В процессе анализа изменяются значения выбранного критического фактора и, при прочих неизменных параметрах, определяется зависимость значения ключевого показателя эффективности проекта от этих изменений. В результате определения чувствительности проекта к критическим факторам разрабатываются мероприятия по уменьшению риска и выбирается оптимальный вариант реализации инвестиций.

При анализе условий безубыточности по NPV необходимо проанализировать устойчивость проекта к возможным изменениям как экономической ситуации в целом (изменение структуры и темпов инфляции, увеличении сроков задержки платежей), так и внутренних показателей проекта (изменение объемов сбыта, цены продукции). С помощью анализа чувствительности выявляются исходные параметры проекта, способные повлиять на его конечные результаты наиболее

существенно. Степень устойчивости проекта по отношению к возможным изменениям условий реализации может быть охарактеризована показателями границ безубыточности (предельных уровней) объемов производства, цен производимой продукции и иных параметров. Эти показатели отвечают сценариям, предусматривающим соответствующее снижение объемов реализации, цен реализуемой продукции и т.д., но они не являются показателями эффективности самого проекта. Как правило, одним из основных таких параметров оказывается объем реализации, так как он определяет потоки денежных поступлений фирмы. Поэтому при анализе рисков важно проследить границы сохранения прибыльности проекта при тех или иных колебаниях объемов реализации, т. е. исследовать связь между объемами реализации и прибыльностью проекта.

Для этого используется известный метод расчета точки безубыточности, т. е. того объема продаж, при котором прибыль или NPV по проекту (любой выбранный для анализа показатель) будут равны нулю.

Главный недостаток простейших методов оценки риска (анализа чувствительности и уровней безубыточности) состоит в том, что они позволяют проследить связь между прибыльностью инвестиций и одной-двумя переменными параметрами проекта, при этом все остальные параметры принимаются фиксированными.

Другими словами: анализ чувствительности пригоден в том случае, когда необходимо и возможно выделить один или небольшое число ключевых факторов, способных повлиять на результаты. Подобный подход позволяет также анализировать небольшое число сценариев развития ситуации при инвестировании, но для математически корректной оценки риска необходимы либо комплексные экспертные оценки, либо применение достаточно сложных процедур расчета вероятностей.

Метод корректировки коэффициентов дисконтирования. На практике чаще всего уровень рискованности учитывают в инвестиционных расчетах путем

увеличения уровней коэффициентов дисконтирования. В связи с этим руководство фирмы может, например, установить для своих аналитиков шкалу дифференциации коэффициентов дисконтирования (табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Шкала дифференциации коэффициентов дисконтирования

Число факторов неопределенности	Уровень риска		
	Минимальный	Средний	Высокий
1	1	3	5
2	3	5	7
3	5	7	10
4	7	10	12

Корректировка уровня коэффициента дисконтирования в зависимости от числа факторов риска и меры опасности их неблагоприятного изменения (в процентных пунктах)

Одним из множества факторов, определяющих уровень риска, является направление инвестирования (табл. 1.3).

Таблица 1.3 – Направления инвестирования на автомобильном транспорте и условия их реализации

Направление	Характеристика	Уровень	Причина риска
Обновление оборудования и материально технической базы	Требуется анализ рыночной конъюнктуры и прогноза деятельности предприятия, структуры транспортных услуг	Средний	Связан с конъюнктурой рынка транспортных услуг
Расширение объемов производственной деятельности (строительство, расширение, модернизация)	Требуется многоаспектного анализа транспортных услуг на рынке, положения предприятия в отрасли, регионе	Существенный	Связан с риском перепроизводства

Окончание таблицы 1.3

Освоение новых видов деятельности (разработка и освоение новых технологических процессов)	Требует тщательной проработки бизнес-плана по новым видам деятельности	Существенный	Связан с нестабильностью рынка
Участие в комплексных инвестиционных проектах	Требует анализа как качества самого проекта, так и состава участников его реализации	Большой	Связан с долговечностью инвестиций и отложенным получением прибыли

Иностранные инвестиции по критерию «риск – доходность» распределяются на три группы:

- Прямые инвестиции (стратегические) – задача инвестора, повысить эффективность работы компании, чтобы получить более высокий доход на инвестиции;
- Портфельные инвестиции – вложение денежных средств в акции с целью получения дохода за счет роста их курсовой стоимости или получения дивидендов. Выделяют два основных потока привлекаемых в Россию иностранных портфельных инвестиций:
 - вложения портфельных инвесторов в акции и облигации российских акционерных обществ, свободно обращающиеся на российском и зарубежном рынке ценных бумаг;
 - вложения иностранных портфельных инвесторов во внешние и внутренние долговые обязательства Российской Федерации, а также ценные бумаги, эмитированные субъектами Федерации;
- Возвратные инвестиции – кредиты, выдаваемые иностранными инвесторами компании.

Наименее рисковые и доходные вложения – возвратные инвестиции, затем идут прямые и портфельные инвестиции в порядке возрастания рисков и доходностей.

Оценка рисков производится в процессе планирования проекта и включает качественный и количественный анализ. Если по итогам оценки проект принимается к исполнению, то перед предприятием встает задача управления выявленными рисками. По результатам реализации проекта накапливается статистика, которая позволяет в дальнейшем более точно определять риски и работать с ними. Если же неопределенность проекта чересчур высока, то он может быть отправлен на доработку, после чего снова производится оценка рисков.

Порядок управления проектными рисками, а также сбора и использования статистической информации в конкретной ситуации зависит от специфики компании и реализуемого проекта.

Результатом качественного анализа рисков является описание неопределенностей, присущих проекту, причин, которые их вызывают, и, как результат, рисков проекта. Для описания удобно использовать специально разработанные логические карты — список вопросов, помогающих выявить существующие риски.

Детальный анализ экономического риска и разработка мероприятий, уменьшающих его отрицательные последствия до приемлемого уровня, дают возможность реализации высокорискованных бизнес-идей.

Вывод по главе один

Создание новых производственных мощностей может быть обеспечено за счет новых вложений, используемых для развития и расширения производства с целью извлечения дохода в будущем, составляют экономический смысл инвестиций.

С точки зрения финансовых параметров инвестиции могут быть представлены как любые виды активов, вкладываемых в производственно-хозяйственную деятельность с целью последующего получения дохода, выгоды.

С экономической стороны, а значит, с позиции оценки экономической целесообразности использования ресурсов в виде основного и оборотного капитала, инвестиции рассматривают как расходы на создание (приобретение), расширение, реконструкцию и техническое перевооружение основного капитала, а также на вызванные этим изменения размеров и состава оборотного капитала.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что как экономическая категория инвестиции выражают:

- вложение капитала в объекты предпринимательской деятельности с целью прироста первоначально авансированной стоимости (в форме прибыли);
- денежные (финансовые) отношения, возникающие между участниками инвестиционной деятельности в процессе реализации различных проектов (застройщиками, подрядчиками, банками, государством).

Важнейшим условием реализации основных задач, поставленных для улучшения развития компании – развитие эффективной деятельности предприятия является осуществление инвестиций.

Инвестиционная деятельность предприятия обеспечивает практическое осуществление инвестиций. Инвестиционная деятельность предприятия помогает целенаправленно осуществлять процесс поиска необходимых инвестиционных ресурсов.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что инвестиционная деятельность компании является необходимым условием для процветания и благосостояния.

2 АНАЛИЗ ЗАРУБЕЖНОГО И РОССИЙСКОГО РЫНКА АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

2.1 Анализ зарубежного опыта

Маркетинговые исследования являются актуальным способом сбора информации о положении предприятия на рынке, о спросе на услуги и об их конкурентоспособности, на основе этих данных руководством предприятия принимаются конкретные решения в зависимости от деятельности предприятия и поставленных руководством целей.

Рассмотрим зарубежный рынок автомобилей и сделаем выводы о перспективах развития услуг автосервиса, представляющий отношения между автовладельцами и предприятиями системы автосервиса в сфере купли-продажи услуг по поддержанию работоспособности и восстановлению автомобиля в течение всего срока эксплуатации.

В настоящее время важным фактором на рынке автосервисных услуг является доступность качества технического обслуживания и ремонта автомобилей. Техническое обслуживание (ТО) – это комплекс операций или операция по поддержанию исправного состояния колесного транспортного средства (составных частей, систем колесного транспортного средства) в соответствии с инструкциями его изготовителя.

Ремонтом называют комплекс работ по устранению возникших неисправностей и восстановление работоспособности как автомобиля в целом, так и отдельных агрегатов. Существуют два вида ремонта – текущий (ТР) и капитальный (КР). Различие между этими видами заключается в степени разборки объекта ремонта и объеме технологических действий [2].

Система технического обслуживания и ремонта – совокупность взаимосвязанных средств, документации технического обслуживания и ремонта, а также исполнителей, необходимых для поддержания и восстановления качества изделий, входящих в эту систему. Целью данной системы технического обслуживания является обеспечение соответствия состояния автотранспортных

средств населения установленным требованиям и повышение эффективности их использования владельцами.

Услуги автосервиса с точки зрения обеспечения качества, с одной стороны, должны удовлетворять всем типовым требованиям, предъявляемым к любым видам потребительских услуг, а с другой – имеют множества особенностей обусловленных спецификой системы автосервиса. На качество услуг автосервиса влияет ряд факторов: отношение первого руководителя предприятия к вопросам качества; качество персонала; технический уровень производства; технологический уровень производства; организационная структура, система управления и контроля качеством на предприятии; система стимулирования персонала в сфере повышения качества услуг; внедрение новейших технических и технологических разработок в производство.

Автомобили российского производства занимают лидирующие позиции по продажам, но и автомобили азиатского производства марки Hyundai, в подтверждение данных интернет – опроса занимает 2 строчку по объему продаж.

Для того, что бы понять объективные причины такой статистики рассмотрим положительные и отрицательные стороны отечественных, а также ведущих стран производителей американских, европейских и азиатских автомобилей (табл.2.1).

Таблица 2.1 – Достоинства и недостатки автомобилей с точки зрения российских автомобилистов

№ п/п	Страна производит	Достоинства	Недостатки
1	Россия	1. простота в ремонте;	1. низкое качество сборки;
		2. доступность запчастей;	2. низкое качество материалов;
		3. простота в обслуживании;	3. частые поломки;
		4. низкая цена на автомобиль.	4. низкая безопасность и комфорт.

Окончание таблицы 2.1

2	Америка	1. надежность;	1. высокое потребление топлива;
		2. мощный двигатель;	2. высокая цена запчастей;
		3. дизайн.	3. дороговизна автомобиля.
3	Япония	1. качество;	1. правостороннее расположение руля;
		2. надежность;	
		3. широкая функциональность;	2. тяжело достать запчасти для старых моделей.
		4. изящество.	
4	Германия	1. комфорт;	1. дороговизна автомобиля;
		2. качество;	2. высокая цена запчастей;
		3. надежность;	3. высокое потребление топлива;
		4. хорошая управляемость.	4. требовательность к техническим жидкостям.
5	Китай	1. приемлимая цена;	1. качество сборки;
		2. дизайн и уровень технического оснащения.	2. низкое качество используемых материалов.

Таким образом, все автомобили имеют свои достоинства и недостатки. Одним из главных недостатков зарубежных автомобилей в России, является время поставки и дороговизна запчастей для ремонта у современных моделей автомобилей и труднодоступность и дороговизна запчастей на устаревшие модели.

Мировой автомобильный рынок огромен и разнообразен. Он постоянно меняется. Ежегодно появляются десятки новых или подвергнутых

рестайлингумоделей, и столько же снимаются с производства, становясь частью автомобильной истории.

Однако, при всем многообразии выпускаемых в мире моделей, выбрать наиболее подходящий вариант, зачастую, бывает крайне сложно. Приходится одновременно учитывать множество параметров: цена, качество, комплектация, разнообразные технические характеристики автомобилей, их надежность и, что немаловажно, удобство и доступность технического (сервисного) обслуживания.

В настоящее время рынок автомобильной промышленности можно разделить на несколько регионов: страны азиатского региона, европейские страны, Америка и Россия.

- На азиатском рынке автомобилей ведущими странами – производителями являются такие страны, как Китай, Япония, Южная Корея. Класс машин от самых дешевых и доступных, до престижных и дорогих. К ним относят: Киа, Хендай, Тойота, Митсубиси, Хонда, Лексус, Ниссан, Mazda, Chery, FAW, BAW, Dongfeng.

- Автомобили, произведенные в странах Европы таких как, Англия, Франция, Германия, Италия.

- Автомобилианглийскогопроизводства: Rolls-Royce, Land Rover, MINI, Lotus Cars, Aston Martin, Jaguar. Автомобилинемецкогопроизводства: Mercedes- Benz, Audi, BMW, Maybach, Opel, Porsche, Volkswagen. Автомобилиитальянскогопроизводства: Alfa Romeo, Ferrari, Fiat, Lamborghini, Maserati. Французскиеавтомобили: Bugatti, Citroën, Peugeot, Renault. Чешские автомобили: ŠkodaAuto. Шведские автомобили: SAAB, Volvo. Испанские автомобили: SEAT.

- Автомобили США являются одним из заслуженных лидеров с продолжительной и успешной историей, они производят автомобили под такими известными марками, как Buick, Cadillac, Chevrolet, Ford, GMC4.

- В России, исторически сложилось к концу 20 века, достаточно мощная автомобильная промышленность с длинной историей и удачными моделями. Достаточно вспомнить автомобили «Волга», «Нива», «УАЗ», «Тигр», грузовик

«КАМАЗ», неоднократный победитель ралли «Париж-Дакар». И всё же автомобили российского производства отстают от мировых лидеров. К крупнейшим автопроизводителям России до сих пор можно отнести следующие компании: ГАЗ, АвтоВАЗ, ЗИЛ, УАЗ, КАМАЗ.

Необходимо отметить, что немецкие автомобили по праву считаются одними из самых надежных и высококлассных автомобилей в мире.

Что касается поддержки и сервисного обслуживания зарубежных автомобилей в России, то можно отметить, что за 2016 год появилось почти двести новых автомобильных дилерских центров, а закрылось в три раза меньше. Главным трендом года стало увеличение количества салонов китайских брендов, а также люксовых марок автомобилей. Общее число автосалонов в РФ в 2016 году достигло 4075, существенно выросло число дилерских центров премиальных брендов – на 27 единиц. Так, все премиум-марки, за исключением BMW (–3 центра) и Cadillac (–1 центр), открыли в России по несколько новых автоцентров.

За последние же пять лет количество дилеров люксовых марок выросло почти в 1,5 раза – с 319 до 464. Дилеров российских производителей стало на 44 меньше в 2014 г.: закрылись 54 автоцентра Lada и один UAZ, а открылось только 11 центров GM-AVTOVAZ. Тем не менее у бренда Lada по-прежнему самая крупная дилерская сеть в стране – 382 центра, однако из-за введения санкций, в 2017 году прогнозируется уменьшение дилерских центров зарубежных марок автомобилей в связи с уменьшением покупательской способности населения, что даст толчок в развитии отечественного автопрома.

Малые предприятия техобслуживания также получили в России широкое распространение. Они имеют ряд существенных преимуществ перед крупными и средними предприятиями прежде всего тем, что максимально приближены к потребителю и организованы как в больших и малых городах и поселках, так и вдоль автомобильных магистралей, где создание крупных предприятий автотехобслуживания экономически невыгодно.

В странах с развитой автомобильной промышленностью для устранения неисправностей транспортных средств на дорогах существуют специальные организации (в США – Американская автомобильная ассоциация), члены которых могут в любое время получить на любом участке пути, быстро техническую помощь и устранение неисправностей. В России такие услуги также предоставляют крупные автомастерские.

В Германии уровень технического обслуживания, как и качество самих автомобилей, отличное. Например, помимо проведения всех технических работ, на некоторых СТО, клиент во время ремонта своего автомобиля получает автомобиль, принадлежащий станции, бесплатно в прокат, который он должен вернуть с тем же количеством топлива, с каким его получил.

В США обслуживание автомобилей самых различных марок и года выпуска производится сетью независимых универсальных авторемонтных станций, не привязанных ни к одной конкретной марке автомобиля. Государство поддерживает деятельность этих СТО, требуя от компаний, поставляющих свои автомобили на рынок США, предоставления для широкой сети независимых автостанций информации по их ремонту и регулировке, которые в Европе предоставляются только своим фирменным станциям. Большое количество объединений, ассоциаций и обществ обеспечивают сеть независимых станций запасными частями, материалами, информационной поддержкой. Все это позволяет успешно поддерживать в хорошем техническом состоянии даже достаточно старые автомобили, эксплуатация которых в Европе давно бы стала невыгодной из-за высокой стоимости ремонтных работ.

На данный момент автомобильный рынок наполнен автомобилями разных производителей, марок, классов, ценовых категорий, однако при выборе автомобиля следует учитывать и такие характеристики, как надежность, ремонтпригодность и возможность прохождения технического обслуживания и получения сервисного обслуживания в полном объеме.

Таким образом, в параграфе было рассмотрено сервисное обслуживание автомобилей на российском и зарубежных рынках.

2.2 Анализ рынка автосервисных услуг в России и в г. Челябинск

Сегодня структура рынка сервиса в России (статистика по 68 регионам) выглядит следующим образом: всего насчитывается 46 297 сервисных станций, из них – 9% (3 991) – это официальные дилеры, 33% (15 494) – независимые СТО и 58% (26 812) приходится на узкоспециализированные СТО. Последние можно разделить на шиномонтажные предприятия (8 869), автосервиса (7 988), тюнингателье (2 312), станции по кузовному ремонту (2 839), точки по ремонту ходовой части (2 290), ремонту электрики (1 603), ремонту бензиновых двигателей (1 569) и прочие.

В столице и области объем рынка услуг по ТО и ремонту у официальных дилеров составляет 0,8 и 16,1 млрд руб. (российские и иностранные марки), а на независимые СТО приходится 2,3 и 10,4 млрд руб. соответственно. Потенциал рынка у отечественных брендов – 8,1 млрд руб., у иномарок – 12 млрд руб. Объем рынка по ведущим услугам: 42,9 млрд руб. – автосервис, 5 млрд руб. – шиномонтаж, 30,2 млрд руб. – кузовной ремонт.

В марочной структуре парка безоговорочное лидерство принадлежит отечественному бренду LADA. Вторым по численности и первым среди иномарок является японский производитель Toyota. На третьем месте располагается продукция другой японской компании – Nissan. Замыкают пятерку лидеров с практически одинаковым результатом корейский Hyundai.

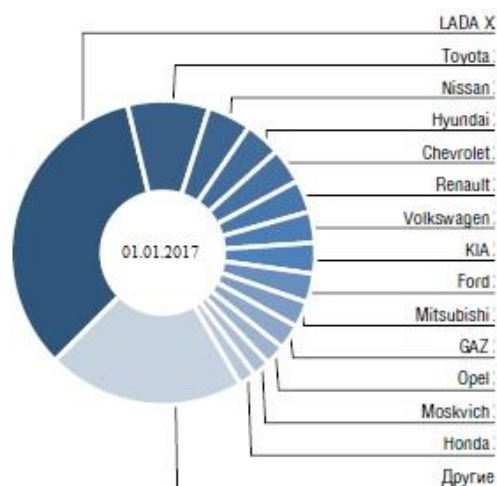


Рисунок 2.1 – Марочная структура парка

В результате проведенного аналитическим агентством «АВТОСТАТ» маркетингового исследования «Рынок автосервиса в России», была рассчитана ёмкость рынка автосервисных услуг по легковым автомобилям в 2016 году. По 68 наиболее крупным регионам РФ, в которых числится более 96% парка легковых автомобилей, ёмкость рынка составила 517 млрд руб.

В эту сумму вошли годовые объемы реализации услуг по техническому обслуживанию и ремонту официальными дилерами и независимыми СТО, а также объёмы таких услуг, как автосервис, шиномонтаж и кузовной ремонт (без учета реализации запасных частей и расходных материалов). Кроме того, был рассчитан потенциал рынка, под которым подразумеваются работы по ремонту и обслуживанию автомобилей (производимые лично автовладельцами или механиками-частниками) в денежном выражении.

Наибольшую долю в ёмкости рынка представляют услуги по автомойке и кузовному ремонту (23,4% и 22,6% соответственно). Наименьший объем – у шиномонтажных работ (порядка 5%).

Лидером по абсолютному значению ёмкости рынка (121,4 млрд руб.), конечно же, является Москва вместе с Подмосковьем. На втором месте со значением в 44,2 млрд руб. – Санкт-Петербург с Ленинградской областью. Замыкает тройку лидеров Краснодарский край – 19,1 млрд руб. В Нижегородской, Самарской, Челябинской, Свердловской, Тюменской и Ростовской областях, в Татарстане и

Башкортостане, а также в Приморском крае ёмкость рынка превысила 10 млрд руб.

Современный авторынок готов предложить автолюбителю автомобили любого класса и ценовой категории, а также разноуровневое техническое обслуживание транспортных средств. Но вопрос о том, автомобили какого производства лучше по ряду характеристик, обслуживанию и ремонту, пока остается открытым. Ниже приведена статистика ответов на вопрос автовладельцев о том, автомобили какого производства они предпочитают: американский, европейский, азиатский или российский автопром. Результаты интернет – опроса представлены на рис.2.2, данные на февраль 2017 г.[6].



Рисунок 2.2 – Результаты интернет – опроса автомобилистов России на февраль 2017 года

Рынок УАС (Услуги автосервиса) – это отношения между автовладельцами и предприятиями системы автосервиса по поводу купли-продажи услуг, направленных на поддержание работоспособности и восстановление автомобиля в течение всего срока эксплуатации.

Главным звеном системы автосервиса являются станции технического обслуживания (СТО) – предприятия, осуществляющие техническое обслуживание и ремонт автомобилей, продажу автомобилей, запасных частей и автомобильных принадлежностей.

В поддержании работоспособности и восстановлении автомобиля значительную роль играют и другие участники рынка автосервисных услуг, осуществляющие свою деятельность через специализированные магазины,

автозаправочные станции, хранение автотранспорта, осуществляемое в гаражах и на стоянках, предоставление возможности отдыха водителям в мотелях, кемпингах и дорожных гостиницах и т.д.

Для эффективной работы предприятия автосервиса важно владеть информацией о емкости рынка. По данным опроса наибольшую долю в емкости рынка представляют услуги по кузовному ремонту и автомойке (27% и 23% соответственно). Наименьший объем – у шиномонтажных работ – всего 5%. Емкость рынка в зависимости от регионов представлена на рисунке 2.3.

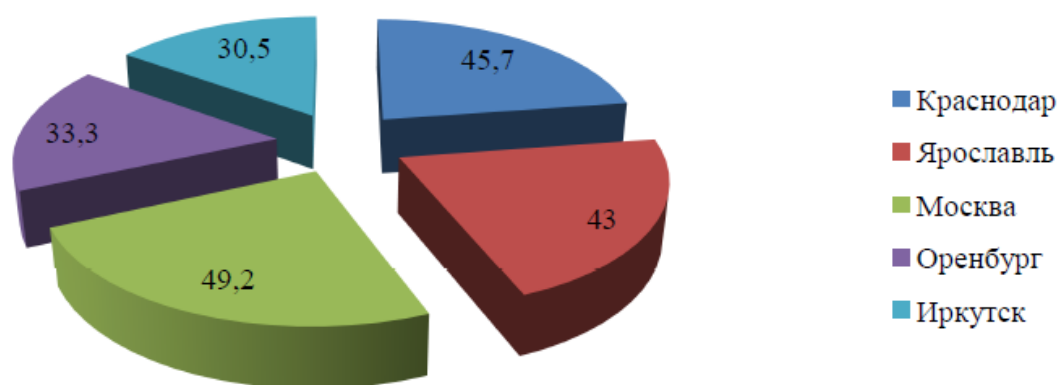


Рисунок 2.3 – Топ–5 регионов по приросту услуг автосервиса с января по март 2017 года, %

Лидером по абсолютному значению емкости рынка (86,3 млрд руб. является Москва вместе с Московской областью. На втором месте со значением в 29,6 млрд руб. – Санкт-Петербург с Ленинградской областью. Замыкает тройку лидеров Краснодарский край – 14,1 млрд руб. Приморскому краю не хватило 1 млрд руб. чтобы разделить третье место с призером. В Свердловской и Ростовской областях, Республике Татарстан емкость рынка составила немногим более 10 млрд руб.

В крупных российских городах становится больше организаций, которые занимаются ремонтом автомобилей. За 10 месяцев с середины 2016 года количество автосервисов и СТО увеличилось почти на 20%, по данным информационного сервиса 2ГИС.

Аналитики полагают, что во время кризиса растет актуальность авторемонтных предприятий. Новые машины покупаются реже, потребность в ремонте, имеющихся автомобилей увеличивается. Результаты проведенного исследования показали, что количество автосервисов действительно выросло.

Специалисты изучили ситуацию в 35 городах России с населением более 500 тыс человек. Количество автосервисов в этих городах с июня по март 2017 года выросло на 18,9%, превысив 17600 шт.

Больше всего автосервисов открылось в Краснодаре, рост составил 45,7% (всего их в городе 376). На втором месте Ярославль, где количество станций техобслуживания увеличилось на 43% (всего в городе 143 сервиса). Попала в тройку лидеров и Москва – в столице число станций ремонта и обслуживания увеличилось на 39,2% (всего 2882 автосервиса). В Кемерове количество авторемонтных предприятий практически не изменилось, увеличившись всего на 1,2%, а в Новокузнецке даже чуть сократилось – на 0,6%.

Анализ данных показал, что тенденция к увеличению сервисных центров больше проявляется в крупных городах. В пятнадцати российских городах-миллионниках количество СТО с июня по март 2017 года выросло на 19,6%. За 11 месяцев прошлого года рост составил величину в два раза меньше – на 9,6%. Если же учитывать процессы, происходящие в 35 городах с населением от 500 тыс человек, то за 10 месяцев прошлого года количество сервисных станций подросло на 13,7% (против 18,9% в 2016 году). Тенденция увеличения сервисных центров в городах-миллионниках за 2016 г. представлена на рисунке 2.4.

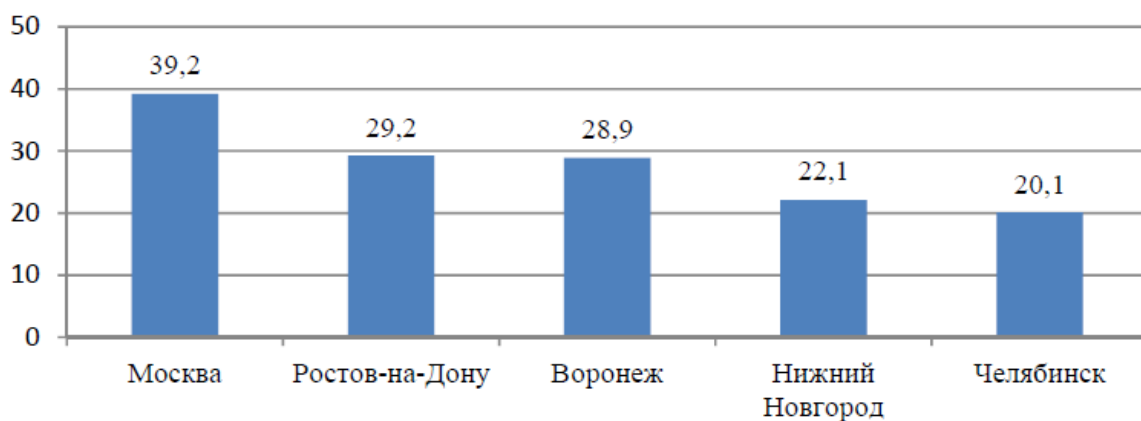


Рисунок 2.4 – Тенденция увеличения сервисных центров в городах-миллионниках за 2016 год

Среди городов-миллионников на первом месте Москва (39,2%), на втором – Ростов-на-Дону (29,2%), далее следуют Воронеж (28,9%), Нижний Новгород (22,1%) и Челябинск (20,1%) (рис. 2.4).

В исследовании было рассмотрено 35 городов: Астрахань, Барнаул, Владивосток, Волгоград, Воронеж, Екатеринбург, Ижевск, Иркутск, Казань, Кемерово, Краснодар, Красноярск, Липецк, Москва, Набережные Челны, Нижний Новгород, Новокузнецк, Новосибирск, Омск, Оренбург, Пенза, Пермь, Ростов-на-Дону, Рязань, Самара, Санкт-Петербург, Саратов, Тольятти, Томск, Тюмень, Ульяновск, Уфа, Хабаровск, Челябинск и Ярославль. Города взяты с учетом близлежащих населенных пунктов.

Рейтинг по приросту автосервисов в Российской Федерации за 2016 год отображен в табл. 1.2.

Таблица 2.1 – Рейтинг по приросту автосервисов за 2016 год

№	Город	%
1	Краснодар	45,7
2	Ярославль	43
3	Москва	39,2
4	Оренбург	33,3
5	Иркутск	30,5
6	Ижевск	29,7
7	Ростов-на-Дону	29,2
8	Воронеж	28,9
9	Саратов	26,1
10	Липецк	23,6
11	Нижний Новгород	22,1
12	Хабаровск	21,6
13	Астрахань	21,2
13	Тюмень	21,2
14	Челябинск	20,1
15	Владивосток	18,6
16	Екатеринбург	18
16	Пермь	18
17	Томск	17,7
18	Уфа	17,3
19	Красноярск	14,5
20	Казань	11,9

Исходя из данных таблицы, можно судить о том, что Челябинск входит в первые 15 городов (14 место с результатом прироста 20,1%).

По данным опроса, после окончания гарантии на автомобиль большинство респондентов по серьезным поводам все-таки намерены обращаться к дилерам и на СТО. Подробная статистика предпочтений по видам и месту обслуживания представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Предпочтения автовладельцев по видам работ и месту обслуживания

Предпочтения по видам работ и месту обслуживания	На независимой СТО	У официального дилера	У частного предпринимателя или индивидуальных мастеров	Самостоятельно
Ремонт ходовой части автомобиля	48%	22%	19%	11%
Ремонт коробки передач	41%	45%	11%	3%
Ремонт электрики	40%	40%	17%	3%
Ремонт двигателя	39%	43%	14%	4%
Плановое техобслуживание	49%	19%	11%	21%
Ремонт/заправка автокондиционера	62%	19%	17%	2%
Развал-схождение	67%	22%	10%	1%
Замена масла	49%	8%	15%	28%
Кузовной ремонт	51%	16%	28%	5%

По данным таблицы 2.2 можно отметить, что заменить масло в двигателе самостоятельно готовы 28% опрошенных, обратиться за этой услугой к знакомому – 15%. Но заниматься в собственном гараже ремонтом двигателя или коробки передач, электрооборудования планируют только 3–4% опрошенных.

При этом по целому ряду высококвалифицированных работ предпочтения респондентов разделились между независимыми СТО и официальным дилером. На НСТО предпочитают обращаться: за ремонтом ходовой части автомобиля (48%), проводить плановое техобслуживание (49%) и ремонт (заправку) кондиционера (62% респондентов). Для выполнения тех же работ выбирают официального дилера 22%, 19% и 19% респондентов. Такая же тенденция наблюдается и в других видах работ: по развал-схождению (67% против 22%) и кузовному ремонту (51% против 16%). А вот при замене масла ярко выраженное предпочтение услуг НСТО – 49% против 8%, выбравших официального дилера.

У официального дилера предпочитают ремонтировать коробку передач (45%), а на независимую СТО за услугой обратятся чуть меньше – 41%. Для решения

проблем с двигателем также больше обращаются к официальному дилеру (43%), чем на независимую СТО (39%).

Для проведения анализа можно основываться на статистике запросов клиентов в Яндексе (<https://www.wordstat.yandex.ru>), как один из альтернативных видов опроса. Для качественного сбора информации необходимо в поле подбора ввести слово или словосочетание, обозначающее автосервисную услугу. В результатах подбора будет приведена статистика запросов на Яндексе, которые производили пользователи (клиенты). Для детального обзора информации производится выбор региона (города), а также можно сгруппировать по таким функциям как: месяц или неделя и все устройства, мобильные, только телефоны или только планшеты. Нами был проведен анализ по истории показов следующих фраз: ремонт двигателя, ремонт коробки передач, кузовной ремонт, автосервис, ремонт шин. Полученные результаты показаны на рисунке 1 (цифра 1 – абсолютные значения, 2 – относительное значение), которые учитывались в период с октября 2016 по сентябрь 2017 гг.

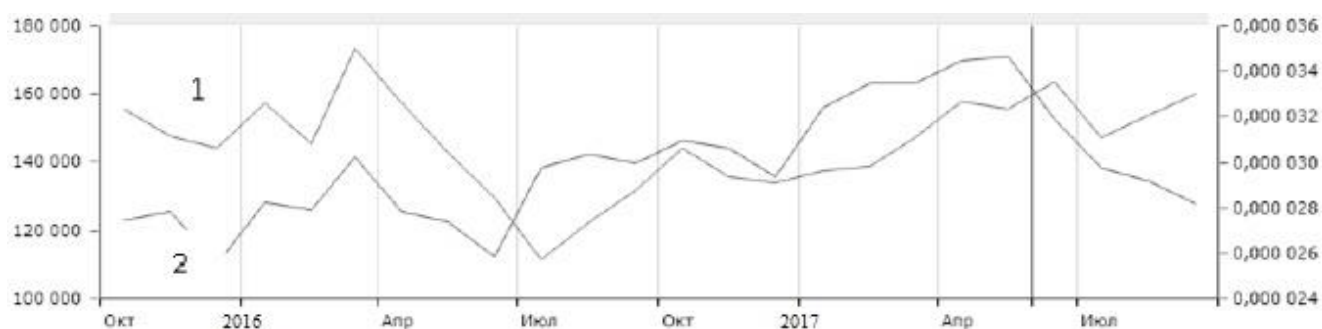


Рисунок 2.5 – Результаты опроса по виду услуг «ремонт двигателя»

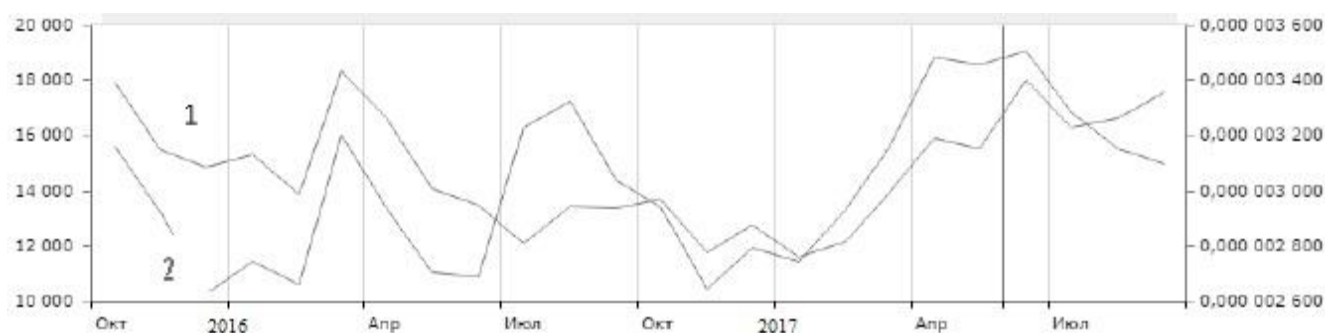


Рисунок 2.6 – Результаты опроса по виду услуг «ремонт коробки передач»

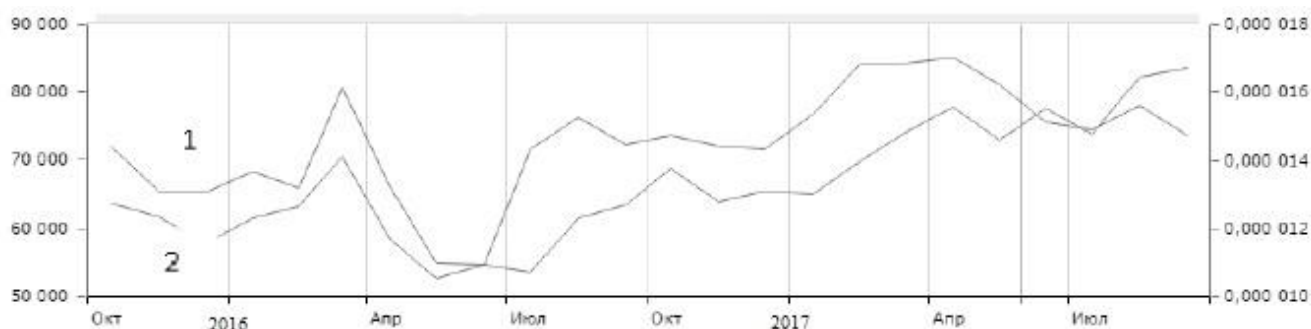


Рисунок 2.7 – Результаты опроса по виду услуг «кузовной ремонт»

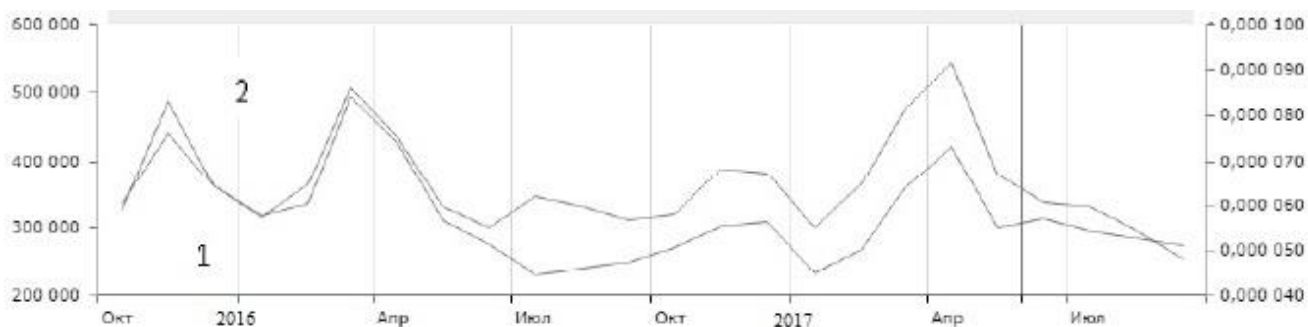


Рисунок 2.8 – Результаты опроса по виду услуг «автосервис»

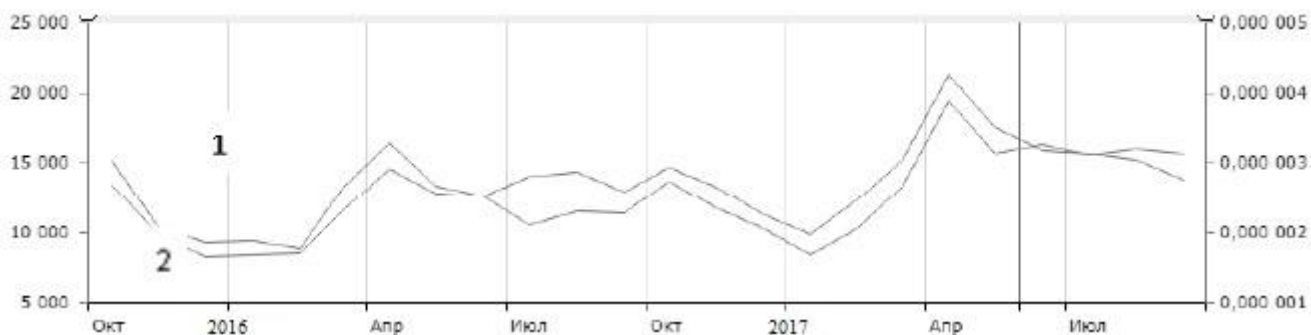


Рисунок 2.9 – Результаты опроса по виду услуг «ремонт шин»

Рассмотрим полученные результаты по видам услуг. Ремонт двигателя наивысший спрос происходит на весенний период (март-апрель), а спад летний (июль). По графику имеет место краткосрочный скачок на 1–2 месяца. Предположительно это может быть связано с выходом на дорогу водителей, которые не эксплуатировали транспортные средства в зимний период, а спад связан с большим количеством отпусков и отремонтированными двигателями уже весной.

Ремонт коробок передач, пик спроса приходится на весенний период, в 2016 г. конец марта, а в 2017 г. конец апреля начала мая, спад начинается на конец лета и достигает минимума в ноябре. В данном случае видно сезонное колебание спроса.

Динамика кузовного ремонта ожидаемо показывает высокий спрос февраль – март, а спад летом. Повышенный спрос на кузовные работы (ремонтно-восстановительные) связана со скользкими дорогами, из-за которых транспортные средства попадают в аварию. Другой причиной для восстановления кузова автотранспорта могут стать химические вещества, которыми обрабатывают дороги.

Спрос на автомоечные услуги как видно из графика пик приходится на весенний период март–апрель, а наименее загруженным является летний период. Востребованность услуг, зависит в первую очередь от погодных условий. Соответственно со сменой погоды на автосервисах периоды повышенного спроса сменяется полным затишьем. В дождливые периоды весны и осени наблюдается относительное затишье, мойка транспортного средства не оправдана, в данный период актуальны уборка и Ремонт салона. Спад спроса также происходит в морозную погоду, когда после мойки происходит примерзание замков, дверей, зеркала, тросовые приводы и т. п., улучшить ситуацию поможет только введение таких услуг как: обработка уплотнителей дверей и замков специальным составом и добавление в замочные скважины жидкость-размораживатель, нанесение защитного воска, дополнительная протирка и сушка и т. д.

Традиционный пик спроса на шиномонтаж является весна и осень, связанное с заменой шин с зимней на летнюю и наоборот, что и наблюдается на графике пик виден в апрельский месяц.

Учитывая сезонные колебания спроса на отдельные виды услуг по техническому обслуживанию и ремонту транспортных средств, автосервис может произвести закупку необходимых деталей и расходных материалов. Учитывая полученные данные руководство предприятия может также перераспределить персонал на необходимые участки и/или определиться с выходными днями и

отпусками не теряя при этом прибыль. Не маловажным фактором является улучшения качества проводимых услуг связанная с переоснащением материальной базы, что делает предприятие более привлекательным. Зная увеличенный спрос на услугу в определенный период можно провести различные акции (скидки, презентации, подарки и т. п.), как для постоянных клиентов, так и для привлечения новых.

По результатам проведенного исследования можно выделить следующие основные экономические модели предприятий автосервиса легковых автомобилей.

- Независимые СТО – производящие ремонт всех видов легковых автомобилей и имеющие централизованные склады с набором запасных частей.
- Дилерские центры. Представители этих центров производят ремонт и техническое обслуживание той техники, которую продают. Дилерские центры заинтересованы обеспечить высокий уровень сервиса, так как это напрямую влияет на уровень продаж.
- Частные предприниматели и индивидуальные мастера, не имеющие юридической регистрации.

На спрос услуг автосервисных предприятий влияют такие показатели, как плотность их расположения на определенной территории и количество легковых автомобилей, прикрепленных к данной территории [2].

Механизм функционирования рынка УАС представляет собой способы поведения хозяйствующих субъектов на рынке, а также взаимодействия цен, спроса и предложения. Поведение субъектов этого рынка определяет структура рынка УАС. При первом рассмотрении спрос на УАС зависит от количества и доходов потребителей данных услуг (автовладельцев). С другой стороны, спрос на УАС зависит от цены на них. Однако использование традиционного подхода, предусматривающего зависимость спроса лишь от двух факторов – доходов и цен приводит к чрезмерному упрощению и даже искажению ситуации. Согласно закону спроса при неизменности всех прочих параметров снижение цены на

товар ведет к соответствующему возрастанию величины спроса на него, и, наоборот, повышение цены ведет к соответствующему уменьшению величины спроса.

К смещению всей кривой спроса, т.е. к увеличению спроса кроме ценовых детерминант приводит изменение и неценовых факторов как объективного, так и субъективного характера.

К факторам, формирующим спрос на УАС, относятся перечисленные ниже факторы.

- Парк автомобилей, находящихся в личном пользовании граждан и в собственности организаций, общая численность, распределение по маркам и моделям. К факторам, обуславливающим изменение показателя парка автомобилей, относятся:

- производство автомобилей — мощности отечественного автомобилестроения;
- экспорт и импорт автомобилей;
- уровень продажи автомобилей;
- цены на автомобили;
- доступность автомобилей;
- доходность населения.

Повышение уровня благосостояния населения по причине перехода России на современный уровень хозяйствования понемногу трансформирует взгляды людей к российскому автомобилестроению. Автомобиль перестал быть роскошью и является средством удовлетворения насущной потребности выживания в быстроменяющихся рыночных условиях. Это способствует росту спроса на УАС [3].

Возможности российского производства автомобилей, объем ввозимых и вывозимых автомобилей в существенной степени предопределяют изменение парка обслуживаемых автомобилей. Взаимодействие этих моментов подчинено рыночной конъюнктуре и зависит от стоимости автомобилей и доли

потребительских расходов. Показателем, характеризующим соотношение спроса и предложения и отражающим рыночную конъюнктуру, является показатель доступности автомобиля для потребителя. Он определяется как отношение доли потребительских расходов (в сумме доходов за год) к стоимости автомобилей и различается по группам потребителей и видам автомобилей. Чем выше этот показатель – тем больше возможностей по приобретению автомобиля появляется у потребителя. Доступность автомобилей очень сильно дифференцируется в зависимости от их классов и групп населения. По экспертным оценкам, по сравнению с дореформенным периодом, низшие классы отечественных автомобилей стали более доступны для средних слоев населения, в то время как доступность большей части рынка автотранспортных средств, в особенности новых иномарок, уменьшилась для подавляющей части граждан России. При этом по многим сочетаниям пары класс машины – доходная группа населения автомобиль стал практически недоступным.

Рост доходов населения влияет на увеличение парка автотранспортных средств и изменение его структуры.

- Интенсивность эксплуатации автомобилей. Она, свою очередь, зависит от следующих показателей: пробег автомобиля с начала эксплуатации – «возраст» автомобиля; среднегодовой пробег автомобиля. Пробег автомобилей с начала его эксплуатации оказывает существенное влияние на объем текущего ремонта, среднюю его периодичность, номенклатуру ремонтных работ и удельную стоимость технического обслуживания и технического ремонта. У легковых автомобилей, прошедших капитальный ремонт, число случаев ремонта на 1000км пробега может быть ниже, чем у автомобилей, не прошедших ремонта, в 3–5 раз [4].

- Качество и комплексность оказываемых УАС. Зависимость спроса от этого фактора выглядит следующим образом. Чем выше уровень предлагаемых УАС и больше их номенклатура, тем меньше работ осуществляется населением в порядке самообслуживания, тем выше доля работ, приходящихся на предприятия

автосервиса. Качество оказываемых услуг имеет двойное действие [5]. Во-первых, напрямую влияет на объемы выполняемых автосервисных работ в текущем периоде, во-вторых, создает базу для развития рынка УАС в будущем. Объясняется это тем, что высокий общий уровень качества автосервиса способствует росту автомобильного парка и изменению его структуры, так как население увеличивает покупки дешевых автомобилей с высоким показателем «возраст» и пробега (рост популярности у автовладельцев подержанных иномарок). Развитие данного сегмента автопарка способствует повышению спроса на услуги автосервиса. Наблюдается самоподдержание спроса на УАС.

Действие этого эффекта можно было наблюдать в недалеком прошлом, когда показатель качества УАС находился на очень низком уровне. На протяжении продолжительного периода в условиях централизованной экономики низкое качество УАС не отвечало необходимым требованиям и являлось сдерживающим фактором в приобретении автомобилей. Тем не менее, в стране существовал постоянно неудовлетворенный спрос на автомобили, который имел тенденцию к росту. Это обстоятельство способствовало тому, что парк автомобилей не имел ограничений по срокам службы. Автомобили не выбывали, а частично переоборудовались на предприятиях автосервиса путем замены отдельных деталей и даже кузова. Поддержание технического состояния таких автомобилей требовало постоянной замены запчастей, узлов и деталей. Кроме того, отвлекало людские ресурсы, производственные мощности автосервисных предприятий на выполнение несвойственных им УАС и функций, создавало ряд негативных социальных явлений, самым значимым из которых являлся низкий показатель безопасности дорожного движения.

«Увеличение мощности автосервисной отрасли, развитие и повышение комплексности УАС в условиях конкурентной борьбы за клиента в годы экономических реформ существенно повысило уровень качества обслуживания автотранспортных средств. Наряду с ростом доходов наиболее обеспеченных и

средних слоев населения этот фактор явился стимулом для роста парка автомобилей и повышения степени автомобилизации страны». [6]

- Плотность размещения автосервисных предприятий и других предприятий системы обслуживания автотранспорта и автовладельцев. Плотность размещения автосервисных предприятий существенно влияет на качество услуг, и определяется уровень насыщенности рынка УАС. Оптимальное размещение предприятий автосервиса позволяет снизить непроизводительные потери времени и средств клиентов (транспортировка автомобиля и ожидание в очереди) и тем самым повысить уровень спроса на услуги. Кроме того, косвенным образом оказывает влияние и размещение остальных элементов системы обслуживания автотранспорта и автовладельцев, так как возможность комплексного удовлетворения потребностей также положительным образом отражается на спросе на услуги автосервиса.

- Доходы потребителей и уровень цен на услуги автосервиса. По зависимости спроса от доходов потребителей УАС относятся, как правило, к группе услуг, предполагающих некоторый пороговый уровень доходов, после которого начинается спрос. В ряде случаев влияние фактора проявляется в возникновении потребности в услугах, повышающих уровень комфорта в автомобиле, – установка кондиционера, автоматической коробки передач, подогрев сиденья и т. д.

- Состояние дорожной сети: протяженность и плотность автомобильных дорог, их состояние. Высокая плотность дорог и интенсивность дорожного движения формирует большой поток автовладельцев – потенциальных клиентов предприятий автосервиса в определенном районе. Местоположение автосервисного предприятия в центре крупного города или в сельской местности непосредственно влияет на количество клиентов, а, следовательно, и на уровень спроса.

Дорожные условия определяют режим работы автомобиля и характеризуются технической категорией дороги, видом и качеством дорожного покрытия,

сопротивлением движению автомобиля, элементами дороги. Тип покрытия дороги оказывает существенное влияние на режимы работы автомобиля и его агрегатов, а следовательно, и на число выхода их из строя, что потребует соответствующего ремонта на предприятии автосервиса. Спрос в данном случае находится в обратной зависимости от данного фактора.

- Надежность конструкции и качество автомобилей, т.е. эксплуатационные качества автотранспортных средств.

Надежность – это свойство автомобиля выполнять транспортную работу, сохраняя функции установленных эксплуатационных показателей в заданных пределах. Качество – это совокупность свойств автомобиля, обуславливающих его пригодность удовлетворять потребности в перевозках в соответствии с назначением автомобиля. Данный фактор имеет обратное воздействие на уровень спроса.

Повышение надежности и качества автомобилей обеспечивается автомобильной промышленностью за счет выпуска автомобилей новых конструкций, обладающих большей эксплуатационной надежностью и технологичностью.

- Качество горюче-смазочных материалов и запасных частей.

Качество топлива и запасных частей непосредственно влияет на износ автомобиля. Высокий уровень данных показателей увеличивает долговечность автомобиля и уменьшает число отказов автомобильных узлов и агрегатов. Таким образом, низкий уровень качества ГСМ и запасных частей ведет к росту спроса на услуги автосервиса, а высокий – наоборот, к его уменьшению.

Качество топлива и запасных частей формирует уровень производства и технологии на нефтеперерабатывающих комбинатах, автозаправочных станциях и автомобильных заводах.

- Доступность УАС.

Для удовлетворения потребностей и увеличения спроса населения в ТО и ремонте автомобилей существенное значение имеет проблема рационального

размещения СТО, которые должны быть территориально приближенными к клиенту, а не наоборот.

- Условия эксплуатации автомобилей.

Условия эксплуатации, при которых используется автомобиль, влияют на режимы работы агрегатов и деталей, ускоряя или замедляя интенсивность изменения параметров их технического состояния. Изменение технического состояния автомобиля потребует соответствующего технического обслуживания и ремонта и тем самым напрямую повлияет на уровень спроса на услуги предприятий автосервиса.

Условия эксплуатации автомобилей включают в себя целый ряд факторов: условия хранения автомобилей; квалификацию владельцев автомобилей как водителей, общий уровень, их технического образования, навыков; интенсивность дорожного движения [7].

Интенсивность дорожного движения характеризуется влиянием внешних факторов на режимы движения и, следовательно, на режимы работы автомобиля и его агрегатов. Режимы работы легкового автомобиля при интенсивном городском движении изменяются по сравнению с загородной дорогой и приводят к быстрому износу агрегатов автомобиля, что требует соответствующего ремонта.

- Комплекс социальных условий.

Данный комплекс включает в себя следующие покупатели: демографическую характеристику населения; структуру занятости; среднее преодолеваемое расстояние и транспортную подвижность населения в совокупности с развитостью сети общественного транспорта.

Демографическая ситуация влияет на характеристики потребителей, что не может не сказаться на рынке УАС. Так, тенденция к росту мужского населения ведет к увеличению числа потенциальных автовладельцев и положительно влияет на развитие рынка УАС.

Выявленные факторы, формирующие спрос на УАС необходимы для удовлетворения спроса автовладельцев. Эффективность использования факторов зависит не только от спроса, но и от управленческих решений руководства. Прежде всего, это грамотная работа с клиентурой, которая включает в себя не только качественное и своевременное предоставление услуг, но и культуру обслуживания.

Таким образом, на основании имеющихся данных можно выделить следующие основные модели предприятий автосервиса: независимые СТО, дилерские центры, частные предприниматели и индивидуальные мастера. На увеличение роста УАС, прежде всего оказывают влияние кризисные условия, в результате которых, снижается покупательская способность на новые автомобили и растет вторичный рынок, т. е. больше реализуются подержанные автомобили, которые в большинстве случаев требуют регулярного ремонта.

Вывод по главе два

В современных условиях рыночной экономики выживают сильнейшие предприятия – т. е., кто пользуется доверием, заслуженным авторитетом у населения и организаций, и постоянно стремятся усовершенствовать свою работу. Поэтому приоритетными задачами для структур автосервиса будут: улучшение качества обслуживания, освоение дополнительных видов работ и ассортимента товаров, привлечение новых клиентов.

Организация сервиса отечественной техники пока не соответствует современному уровню. Низкий уровень развития сервиса снижает конкурентоспособность нашей техники. Рынок остро нуждается в скорейшем увеличении числа ремонтных и сервисных предприятий, которые обеспечат новые рабочие места. Сервисным предприятиям целесообразно объединяться в союзы и защищать свои интересы в администрациях областей и в правительстве. Ассоциации и союзы должны лоббировать принятие необходимых актов, нормативов для стимулирования развития отрасли технического обслуживания и ремонта автотранспорта.

Успех деятельности предприятия технического обслуживания зависит от всестороннего изучения потребностей и потребительской оценки качества выполняемых работ. Современная стратегия развития предприятия предполагает комплексный подход, сочетающий материальные аспекты производства, а также другие менее осязаемые элементы, выходящие за рамки области рациональных мотивов. Речь идет и об оптимизации производственного процесса, и о хорошей рекламе, и о грамотном менеджменте, и о культуре отношений с потребителем. Только стремление к рациональному использованию всех имеющихся в наличии ресурсов, ориентирование на потребителя может привести к запланированным результатам деятельности, что в свою очередь обеспечивает финансовую устойчивость организации на рынке и ее платежеспособность.

Авторемонтный бизнес в России сейчас оказался под воздействием двух ключевых факторов. Хорошие новости для этого сектора услуг заключаются в

том, что даже при замедлении продаж новых автомобилей, автопарк в стране все же продолжает увеличиваться, причем внушительными темпами (даже при самом неблагоприятном раскладе в РФ будут продаваться как минимум один миллион автомобилей в год). И весь этот прибывающий автопарк нужно обслуживать. Одновременно многие из тех, кто собирался приобрести новый автомобиль, сейчас из-за финансовых трудностей откладывают покупку и продолжают ездить на своих старых машинах. А законы физики никто не отменял – любые транспортные средства требуют в процессе эксплуатации обслуживания и ремонта, особенно это касается стареющих машин.

Рост спроса на автосервисные услуги подтверждает и статистика: по данным аналитической компании «Автостат», если в 2012 г. объем этого рынка (без учета продажи запчастей) составлял в примерно 300 млрд руб., то в ушедшем году он превысил отметку в 500 млрд руб. То есть за последние три года рынок увеличился более, чем в полтора раза, и в этом году, даже несмотря на кризис, общий объем авторемонтных услуг, по прогнозам, вырастет на 15 – 20%.

В данной главе рассмотрена модель зарубежного рынка автосервисных услуг, произведен анализ услуг автосервиса в России и выявлены факторы для увеличения спроса на услуги автосервиса в городе Челябинск.

3 РАСЧЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ОТКРЫТИЯ «СТО» В Г. ЧЕЛЯБИНСКЕ

3.1 Анализ инвестиционной привлекательности «СТО»

Цель бизнес-плана – описать создание автосервиса для легкового и коммерческого транспорта и разработать финансовую модель для эффективного управления бизнесом.

Проект организация автосервиса предусматривает рост выручки, прибыльности и стоимости предприятия, а также доли, занимаемой на рынке обслуживания автомобилей, и увеличение конкурентоспособности предприятия путем выхода на новые рынки сбыта. Для достижения данной цели осуществляется приобретение оборудования и строительство производственного помещения автосервиса с целью обеспечения возрастающих потребностей рынков сбыта за счет собственных средств.

Инициатором проекта является производственное предприятие ООО «Полян».

Для реализации проекта строительства нового автосервисного комплекса ООО «Полян» планирует осуществить строительство производственного помещения, находящегося по адресу г.Челябинск, пр.Ленина 7. Площадь производственного помещения планируемого под оказание услуг составляет 375 кв.м.



Рисунок 3.1 – Вид площадки для строительства автосервиса со спутника

Проект проектируемого помещения под производственную деятельность продемонстрирован на рисунке 3.2.

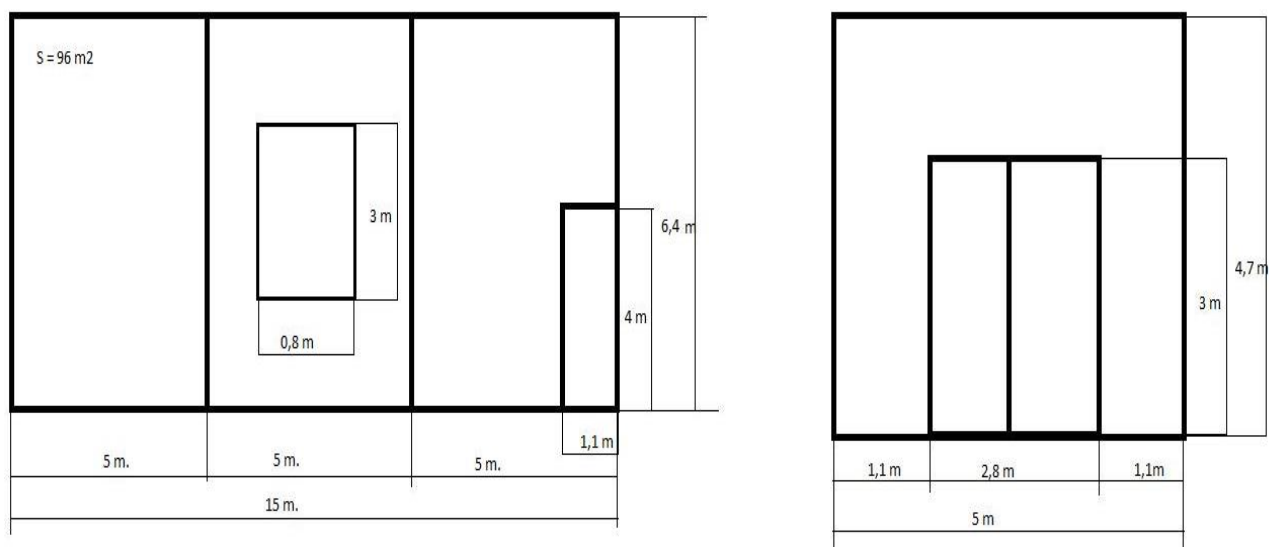


Рисунок 3.2 – Планировка бокса

По состоянию на март 2017 года проведены работы по следующим направлениям:

Организационные вопросы:

- была проведена оценка производственных площадей в Челябинской области;
- принято решение о наиболее эффективном географическом положении предприятия;
- выбран подрядчик строительства производственного помещения;
- разработан проект на строительство автосервиса;
- выбраны поставщики оборудования.

Стратегические вопросы:

- проведены маркетинговые исследования, разработана маркетинговая стратегия проекта;
- разработана ассортиментная и ценовая политики предприятия в перспективе проекта;
- разработана коммуникативная стратегия продвижения продукции.

В автосервисе будут использоваться такие основные средства как:

- Автомобильный гидравлический подъемник.



Рисунок 3.3 – Гидравлический подъемник

Каждому автомобильному сервису или станции техобслуживания в определенный момент требуется купить автоподъемник, чтобы легко получить доступ ко всем частям и техническим узлам автомобильной техники для их ремонта, сервисного обслуживания или замены.

- Шиномонтажный станок.



Рисунок 3.4 – Шиномонтажный станок

Шиномонтажный станок – станок для шиномонтажной мастерской автосервиса, предназначенный для снятия автомобильной шины с диска, и последующего монтажа её обратно на диск.

Шиномонтажный станок любого типа может быть укомплектован взрывной подкачкой, что помогает быстро и легко накачивать бескамерные шины.

Специальные пневматические ресиверы помогают накачать сжатым воздухом шины, деформированные в процессе долгого хранения.

- Балансировочный станок.



Рисунок 3.5 – Балансировочный станок

Балансировочный станок, балансировочная машина – измерительный прибор, определяющий место и степень статической или динамической неуравновешенности вращающихся деталей машин. Некоторые станки имеют приспособления для автоматической корректировки масс.

Существует три основных метода балансировки деталей:

- удаление массы – в нужных местах удаляют массу путём сверления, фрезерования или другим способом (вплоть до лазерной гравировки), для перераспределения массы. Наиболее простой способ;
- добавление массы – в нужных местах добавляют массу путём наваривания пластин, установки балансировочных шайб, регулировочными винтами или другими способами;

- метод балансировочных колец – применяется в основном к оправкам фрезерных станков. На оправке при этом крепятся два кольца имеющих на наружной поверхности эксцентриковую форму. Они могут вращаться вокруг оси оправки и фиксируются винтом. Таким образом каждое кольцо создает дисбаланс, который компенсирует собственный дисбаланс оправки и инструмента. Кольца могут быть съемными или не съемными. Наиболее прогрессивный метод для фрезерной обработки. Недостатком является необходимость использования специальных и как правило дорогих оправок.

- Гидравлический подкатной домкрат.



Рисунок 3.6 – Гидравлический подкатной домкрат

Подкатные домкраты чаще других используются для ремонта и обслуживания автотранспорта в шиномонтажных мастерских и автосервисах.

Это обусловлено удобством работы, благодаря колесикам, которые позволяют быстро переместить подкатной домкрат от одного автомобиля к другому, а принцип действия тот же, что и у гидравлических моделей.

- Компрессор воздушный, передвижной, поршневой, масляный.



Рисунок 3.7 – Компрессор воздушный, передвижной, поршневой, масляный

На компрессоре установлен V-образный двухцилиндровый одноступенчатый поршневой блок, что в купе с ременным приводом по всем стандартам значит что ПВ у него 60 %, компрессор будет чаще работать чем отдыхать и данный режим работы позволит поршневому блоку отработать от 6000 до 7500 моточасов до первого серьёзного ремонта.

- Ударный прямой гайковерт.



Рисунок 3.8 – Ударный прямой гайковерт

- Ключ баллонный крестовой.



Рисунок 3.9 – Ключ баллонный крестовой

Проектом предусмотрено производство услуг автосервиса для легкового и коммерческого транспорта. Для целей расчетов принята единая единица измерения – штука (шт.).

Проект предусматривает, что производство услуг будет практически полностью ориентировано только на два вида мойки – бесконтактная мойка или

мойка с использованием шампуня: мойка порогов, протирка, а/м и экспресс-мойка.

Производство услуг автосервиса на новых производственных площадях планируется начать с 1 августа 2017 г.

С учетом маркетинговых исследований, определяющих потребности рынка, проектная мощность автосервиса определена на уровне: установка дополнительного оборудования по цене 900 руб./ед. в количестве 1620 услуг в год; ремонт мелкосрочный и капитальный по цене в среднем 1800 руб. за услугу и в количестве 1080 услуг в год

Таблица 3.1 – Производство услуг в первый год работ

№	Наименование услуги	Цена за единицу, руб.	Первый год работы (выручка), руб.
1	Установка охранных систем и комплексов	1 315	118 350
2	Установка автомобильной акустики	935	63 580
3	Диагностика	2 010	209 040
4	Шиномонтаж	495	41 085
5	Установка GPS навигации	2 300	269 100
6	Мелкосрочный ремонт ДВС	3 050	356 850
7	Ремонт КПП	4 050	623 700
8	Ремонт ходовой	1 990	191 040
9	Ремонт электроники	1 990	212 930
10	Мелкосрочный ремонт	990	51 480
11	Замена расходных материалов	495	41 085
	Итого	X	2 178 305

Производство услуг автосервиса очень не стабильно в течение года, планируемый годовой объем производства представлен в таблице 3.2. Подробно объем услуг и формирование выручки рассмотрено в Приложении 1.

Таблица 3.2 – Структура производства, в единицах услуг

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Установка дополнительного оборудования	720	1 620	1 620	1 620	1 620	900
Ремонт	480	1 080	1 080	1 080	1 080	600
Всего объем услуг	1 200	2 700	2 700	2 700	2 700	1 500

Таблица 3.3 – Объем производства, в руб.

Год	Выручка, руб.
2017	2 178 305
2018	4 901 186
2019	4 901 186
2020	4 901 186
2021	4 901 186
2022	2 722 881

Начисление налогов на предприятии ООО «Полян» планируется производить по общей схеме налогообложения.

Таблица 3.4 – Налоговое окружение

Наименование налога	База	Период	Ставка, %
НДС	добавочная стоимость	месяц	18
Страховые взносы	зарплата	месяц	30
НДФЛ	зарплата	месяц	13
Налог на имущество	имущество	квартал	2,2
Налог на прибыль	прибыль	квартал	20

Возмещение НДС, уплаченного по активам, планируется с момента постановки основных средств на баланс. Финансовый год начинается в январе.

Привлечение клиентов, немаловажный вопрос при создании предприятия, основным методом привлечения является грамотно организованная политика предприятия, которая включает в себя:

- Вежливое отношение с клиентами, при возможности идти им на встречу;
- Создание сайта, со следующими разделами: адрес предприятия, спектр предлагаемых услуг, прайс, форум. Создание сайта оценивается в 15 000 руб., хостинг (год 3000 руб.);
- Реклама в газетах Пит-стоп, Автомобильная газета, сделанный выбор в пользу размещения рекламы на этих газетах обосновывается советом экспертов в

области ремонта и обслуживания автомобилей, по их мнению данные газеты дают максимальный эффект по привлечению клиентов. Стоимость 9600 руб. год;

- Информация о предприятии на рекламном щите, расположенном на Уфимском тракте вблизи поворота на автосервис. Стоимость изготовления рекламного щита составляет 5000 руб., аренда рекламной площади составляет 3300 руб. в месяц;

- Изготовление визитных карт в количестве 1000 шт. Общая стоимость 2000 руб. Визитные карты будут распространяться на заправочных станциях, автостоянках и непосредственно в самом автосервисе;

- Вывеска на бокс автомагазина и установочного центра. Стоимость составляет 2300 руб.

Количество средств, затрачиваемых на продвижение услуги (рекламную деятельность) необходимо корректировать ежемесячно на основании сравнения количества потребителей, привлеченных каждым из вышеуказанных способов.

План расходов на маркетинговые мероприятия отражен в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – План расходов на маркетинговые мероприятия

Вид рекламы	Периодичность/ кол-во	Цена за единицу/ месяц, руб.	Стоимость, руб. в год
Создание сайта	единоразово	15 000	15 000
Хостинг	ежемесячно	250	3 000
Изготовление рекламного щита	единоразово	5 000	5 000
Аренда рекламного щита	ежемесячно	1 958	23 500
Газета пит- стоп	ежемесячно	800	9 600
Вывеска на бокс	единоразово	2 300	2 300
Визитные карты	2000	2	4 000
Итого			62 400

По итогам таблицы видно, что затраты на маркетинговые мероприятия составят 62 400 руб. в год или 5 200 руб. в месяц.

Организация производства и текущие затраты

Таблица 3.6 – Смета расходов, в руб.

ЗАТРАТЫ, руб.	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Общепроизводственные расходы	855372	1945962	1945962	1945962	1945962	1090590
Водоснабжение и водотведение	325800	733050	733050	733050	733050	407250
Материалы и хим.средства	125000	300000	300000	300000	300000	175000
Спецодежда	5000	12000	12000	12000	12000	7000
Прочие общепроизводственные расходы	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Прочие общехозяйственные расходы	248460	574304	574304	574304	574304	325844
Отопление	30000	50000	50000	50000	50000	20000
ГСМ ТС	33300	79920	79920	79920	79920	46620
Услуги связи	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Охрана и безопасность	100000	240000	240000	240000	240000	140000
бухгалтерские услуги	40000	96000	96000	96000	96000	56000
Прочие коммерческие расходы	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Реклама и продвижение продукции	12500	30000	30000	30000	30000	17500
ИТОГО	1812932	4151236	4151236	4151236	4151236	2338304

Сметы затраты представлены в Приложении Б.

Предполагается, что автосервис будет работать в 2 смены по 7 часов.

Таблица 3.7 – Проект штатного расписания

Наименование должности	Оклад, руб.	Численность, чел	Затраты, руб./мес
Мастер-ремонтник	12 000	2 чел x 2 см	48 000
Администратор	17 000	1 чел	34 000
Уборщик помещений	8 000	1 чел	8 000
Общее количество персонала	4		90 000

Календарный план включает прогноз сроков действий и потребности в финансовых ресурсах для его реализации.

Весь период проекта по времени и по функциональному значению разделяется на следующие стадии: подготовительная стадия и производственная стадия.

В рамках реализации проекта предусматриваются такие мероприятия как строительство производственного помещения и приобретение необходимого оборудования.

Таблица 3.8 – Инвестиционный план

Статья затрат	Сумма, руб.
Проектирование производственного помещения	175 000
Получение прав на сырьевую базу, на использование энергоресурсов, тех.условия, возведение коммуникаций и водоснабжения	750 000
Возведение производственного помещения	3 178 000
Приобретение оборудования	204 800
Монтаж и пуско-наладка оборудования	10 000
СУММА ОБЩИХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ЗАТРАТ:	4 317 800

Общий объем капитальных вложений проекта составляет 4 317 800 руб. В таблице 3.9 представлен календарный план мероприятий и платежей фазы инвестирования проекта.

Потребность в привлечении инвестиций проекта строительства автосервиса составляет 4 381 636 руб., в т.ч. 4 317 800 руб. в постоянные активы.

Планируется, что финансирование инвестиционных затрат будет осуществляться за счет собственных средств.

Таблица 3.9 – Календарный план работ реализации проекта

№ п. п.	Наименование этапа проекта	Дата начала	Дата окончания
1.	Получение необходимой разрешительной документации	01.12.2016	20.12.2016
2.	Приобретение производственного и офисного помещений	01.01.2017	31.01.2017
3.	Косметический ремонт офисного помещения	31.01.2017	15.02.2017
4.	Приобретение офисной мебели, оборудование рабочих мест	01.02.2017	28.02.2017
5.	Приобретение оргтехники	01.03.2017	31.03.2017
6.	Приобретение спецодежды	01.04.2017	30.04.2017
7.	Приобретение моющих средств	01.04.2017	30.04.2017
8.	Приобретение вспомогательного оборудования	01.05.2017	31.05.2017
9.	Подбор и наем персонала	01.05.2017	31.05.2017
10.	Приобретение оборудования	01.06.2017	30.06.2017
11.	Монтаж оборудования, пусконаладочные работы	01.07.2017	31.07.2017

Выбранные сроки реализации, и объем затрат по проведению работ подобраны наиболее оптимально. Вероятность возникновения неточностей, требующих корректировки материальных и денежных потребностей сведены к минимуму.

3.2 Анализ эффективности инвестиционного проекта простыми и дисконтированными методами

Потребность в привлечении инвестиций проекта составляет 4 317 800 руб. в постоянные активы.

Планируется, что финансирование инвестиционных затрат будет осуществляться за счет собственных средств.

Результаты проекта включают рассмотрение трех основных планов: «Плана прибыли и убытков», «Плана денежных потоков» и «Плана баланса» так как они позволяют наиболее эффективно планировать, анализировать и контролировать инвестиционный проект. Финансовые результаты проекта являются прогнозом развития оперативно-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Полян» на период – 5 лет или 60 месяцев. Проект детализирован по месяцам.

План прибыли-убытки

Отчет о прибылях и убытках отражает операционную деятельность предприятия в определенные периоды времени. В Приложении В представлен План прибыли и убытков на 5 лет реализации проекта. Все статьи доходов и понесенных расходов проекта подлежат обложению НДС.

План движения денежных средств

С тем, чтобы отразить движение денежных средств предприятия их притока и оттока, составляется баланс движения денежных средств, представленный в Приложении Г.

Результат от производственной деятельности демонстрирует эффективность с точки зрения покрытия затрат, отнесенных на прямые издержки, доходами от реализации продукции.

В результате от финансовой деятельности учитываются поступления и выплаты. В качестве поступлений представлено достаточное количество собственного и заемного капитала, подобранное таким образом, чтобы величина Кэш-баланса (ликвидного остатка) во все периоды деятельности предприятия была положительной (шаг расчета – месяц).

Плановый баланс денежных средств положительный, т. е. проект не будет ощущать дефицита денежных средств в течение планируемого периода.

Финансовые показатели

Обоснование финансово-экономической целесообразности реализации планируемого проекта, на основе анализа показателей, по которым определяется ликвидность, платежеспособность, финансовая устойчивость и стабильность предприятия представлено Приложении Д.

По данным таблиц в Приложении Д за период установленный проектом, производство бытовых прачечных услуг можно признать рентабельным, ликвидным, платежеспособным и стабильным. Это дает основания сделать вывод, что реализация проекта экономически целесообразна.

Анализ эффективности инвестиций

Целью расчета коммерческой эффективности является оценка прибыльности осуществления инвестиций в данный проект. Расчет коммерческой эффективности инвестиций основывается на сопоставлении притоков и оттоков денежных средств по всем видам деятельности, осуществляемой в течение реализации проекта. Задача адекватной оценки привлекательности проекта, связанного с вложением капитала, заключается в сравнении ожидаемых поступлений с доходностью альтернативных инвестиций с сопоставимым уровнем риска.

Расчет ставки дисконтирования

Определение нормы дисконтирования было осуществлено с учетом рекомендаций «Положения об оценке эффективности инвестиционных проектов от 22 ноября 1997 г.» Правительства РФ.

Коэффициент дисконтирования без учета риска проекта определяется как ставка рефинансирования, прогнозируемая Центральным банком Российской Федерации 9,75% годовых.

Показатели эффективности проекта

Все показатели инвестиционной деятельности откорректированы с учетом снижения стоимости денежных ресурсов по мере отдаления операций, связанных с их расходованием или получением (дисконтированы).

Чистый дисконтированный доход (NPV) вычисляется по формуле:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

где CF_t – денежный поток за t -й период;

I_t – суммарные приведенные инвестиционные затраты;

T – горизонт планирования.

Тогда ЧДД составляет 1 612 644,98 руб. ЧДД > 0, следовательно, проект является экономически эффективным. Поскольку сальдо денег на протяжении всего периода больше либо равно 0, то проект считается экономически состоятельным и финансово реализуемым.

Индекс доходности (PI) вычисляется по формуле:

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}}, \quad (2)$$

PI > 1, следовательно проект реализуем и эффективен.

Вычитая последовательно из накопленного дохода сумму инвестиций, получим простой срок окупаемости, равный 9 шагу проекта.

Для того, чтобы рассчитать дисконтированный срок окупаемости сопоставим сумму дисконтированных инвестиционных затрат и ЧДД накопленный итогом. Тогда дисконтированный срок окупаемости равен 48 мес.

При ставке дисконтирования 9,75% и принятом шаге дисконтирования – месяц расчеты по проекту за период с 1 августа 2017 года до 1 августа 2022 года показали следующие результаты:

Таблица 3.10 – Показатели эффективности проекта

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	9,75
Дисконтированный период окупаемости, лет	4
Чистый дисконтированный доход (NPV) с учетом остаточной стоимости проекта, руб.	1 612 644,98
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	21,123
Индекс доходности (PI), %	1,37

Проект является коммерчески состоятельным и эффективным, обеспечивая чистый дисконтированный доход за 4 лет 1 612 тыс. руб. при дисконтированном сроке окупаемости 4 года и норме рентабельности 21,123%.

3.3 Анализ рисков проекта по созданию «СТО» в г. Челябинске

В целом принимая решения относительно реализации того или иного проекта, финансовый менеджер обязан учитывать все возникающие при этом риски и их возможные последствия. В зависимости от условий, основываясь на интуиции, здравом смысле или тщательном анализе имеющейся информации, он должен выбирать адекватную стратегию управления рисками, обеспечивающую достижение поставленных целей.

При анализе чувствительности оценивается влияния изменения исходных параметров проекта на его конечные характеристики, в качестве которых, используется внутренняя норма прибыли или NPV.

- Чувствительность к изменению уровня цен:

Изменение фактора	Фактор (цена), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после измене	
20,00%	4 590,00	5 508,00	1 612 644,98	5 807 724,50	360,14
10,00%	4 590,00	5 049,00	1 612 644,98	3 710 184,70	230,07
-10,00%	4 590,00	4 131,00	1 612 644,98	-484 894,80	-30,07
-20,00%	4 590,00	3 672,00	1 612 644,98	-2 582 434,60	-160,14

- Чувствительность к изменению уровня средних переменных затрат:

Изменение фактора	Фактор (AVC), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после изменения	
20,00%	1 554 632,00	1 865 558,40	1 612 644,98	1 329 341,00	82,43
10,00%	1 554 632,00	1 710 095,20	1 612 644,98	1 470 993,00	91,22
-10,00%	1 554 632,00	1 399 168,80	1 612 644,98	1 754 297,00	108,78
-20,00%	1 554 632,00	1 243 705,60	1 612 644,98	1 895 949,00	117,57

- Чувствительность к изменению уровня общих постоянных затрат:

Изменение фактора	Фактор (FC), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	до изменения	после изменения	до изменения	после изменения	
20,00%	258 300,00	309 960,00	1 612 644,98	1 565 574,00	97,08
10,00%	258 300,00	284 130,00	1 612 644,98	1 589 110,00	98,54
-10,00%	258 300,00	232 470,00	1 612 644,98	1 636 180,00	101,46
-20,00%	258 300,00	206 640,00	1 612 644,98	1 659 716,00	102,92

Проведем анализ чувствительности NPV проекта к факторам графически (рис. 12).

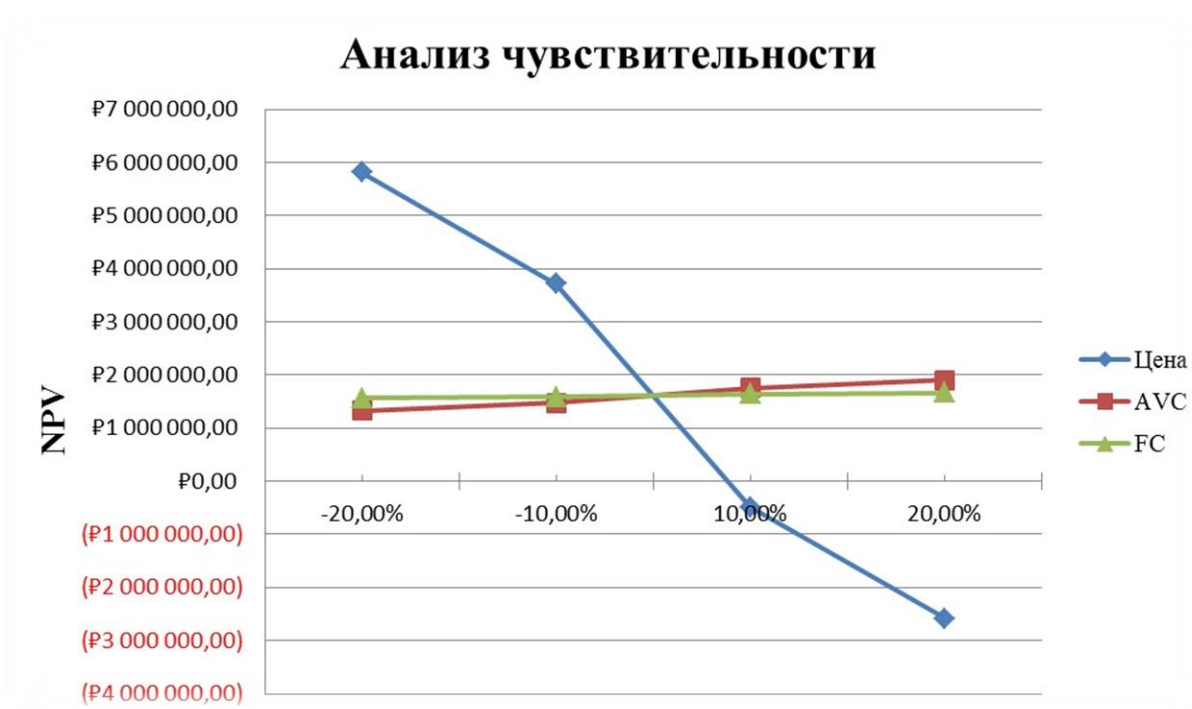


Рисунок 3.10 – График чувствительности NPV к отклонениям влияющих факторов

Анализ безубыточности позволяет определить тот минимально необходимый объем реализации работ, при котором предприятие покрывает все свои расходы, и работает безубыточно, не получая прибыли, но и не принося убытков. Этот минимально необходимый объем работ соответствует такому объему реализации, при котором величина прибыли компании равна нулю. При таком бесприбыльном обороте сумма покрытия (постоянные затраты и прибыль) в стоимостном выражении соответствует постоянным затратам.

При расчете безубыточности используют относительную величину суммы покрытия, то есть определяют процент постоянных затрат и прибыли в выручке за конкретный отчетный период – коэффициент покрытия (КП).

$$КП = \frac{C_{покр}}{B} * 100, \tag{3}$$

где $C_{покр}$ – сумма покрытия в планируемом году,

B – выручка от реализации работ.

КП (2017г) = общепроизводственные + общехозяйственные + коммерческие расходы / выручка = 1 812 932 / 2 570 400 = 0,7053

Итак, коэффициент покрытия составил 70,53%, это неплохой показатель для данной отрасли.

Точка безубыточности в стоимостном выражении (этот показатель также называют «порог рентабельности») рассчитывает по следующей формуле:

$$Q_{кр.} = \frac{B * FC}{B - VC}, \quad (4)$$

где В – выручка в стоимостном выражении.

Рассчитаем объем безубыточной работы компании:

$$Q_{кр.} = \frac{2\,570\,400 * 258\,300}{2\,570\,400 - 1\,554\,632} = 653\,627,915, \quad (5)$$

Компания будет получать прибыль при оказании услуг на сумму более чем 653 627,915 рублей в год.

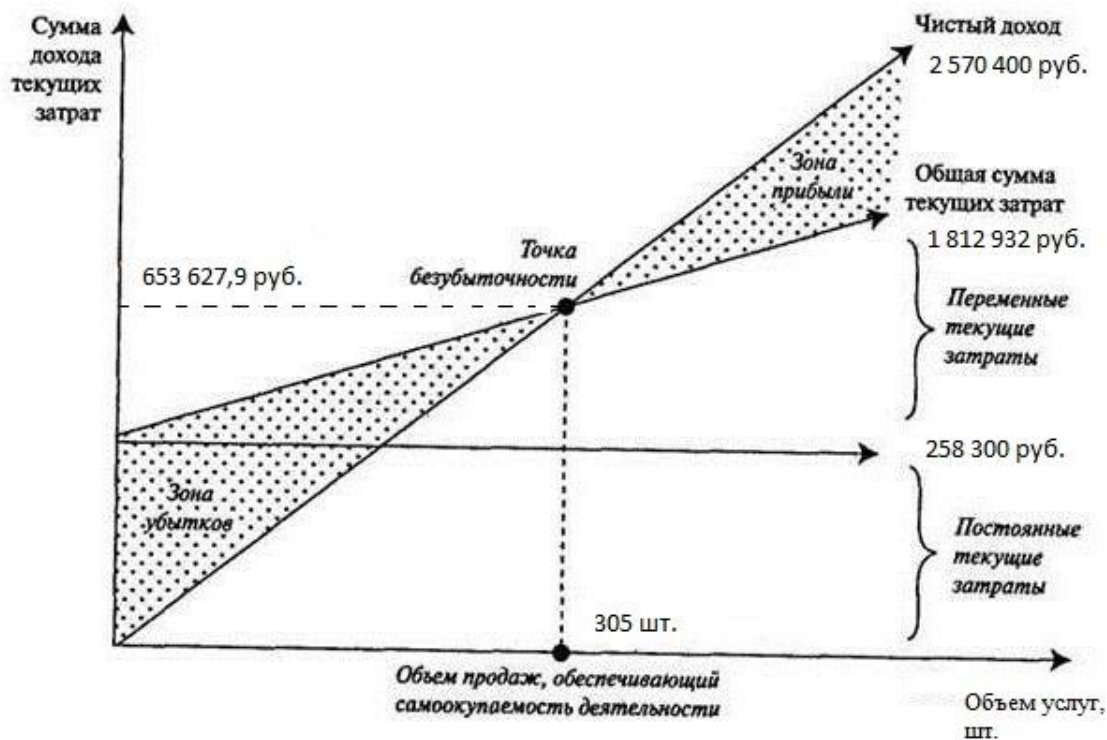


Рисунок 3.11 – Точка безубыточности компании

Вывод по главе три

Прогноз развития рынка услуг автосервисов в целом в России благоприятный – увеличение числа автомобилей неминуемо приведет к росту спроса на указанные услуги. Наибольшим спросом в среднесрочной перспективе на рассматриваемом рынке будут пользоваться качественные, недорогие услуги при условии, что клиент сможет получить в одном месте максимум дополнительных услуг.

Изменение структуры спроса на автомобильном рынке, обусловленное начавшемся его укреплением, приведет к соответствующим изменениям и на рынке услуг по техническому обслуживанию. Отечественные автомобили постепенно будут вытесняться иномарками, обслуживание которых потребует высокой оснащенности автосервисов импортным компьютеризированным оборудованием, что повысит входные барьеры на рынок и, одновременно с этим, вытеснит с него мелких игроков. Рост доходности автосервисов, который будет обусловлен уменьшением количества игроков на рынке и, как следствие, ослаблением конкуренции. В этом случае средним игрокам, таким как оцениваемый автосервис, удастся выжить лишь за счет узкой специализации. Конкуренция в сегменте, являющемся целевым для планируемого автосервиса (низший ценовой сегмент рынка комплексного обслуживания импортных и отечественных легковых автомобилей), будет в среднесрочной перспективе только возрастать. В то же время наличие относительно больших площадей, импортного оборудования и обученного персонала позволит автосервису сохранять высокую долю на рынке в течение длительного времени. Всё вышесказанное даёт основание сделать вывод о том, что открытие СТО целесообразно.

В главе были осуществлены расчеты эффективности инвестиционного проекта, проделаны анализы привлекательности и рисков открытия СТО в г. Челябинске.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель бизнес-плана – создание автосервиса для легкового и коммерческого транспорта и разработать финансовую модель для эффективного управления бизнесом.

Проект организация автосервиса предусматривает рост выручки, прибыльности и стоимости предприятия, а также доли, занимаемой на рынке обслуживания автомобилей, и увеличение конкурентоспособности предприятия путем выхода на новые рынки сбыта. Для достижения данной цели осуществляется приобретение оборудования и строительство производственного помещения автосервиса с целью обеспечения возрастающих потребностей рынков сбыта за счет собственных средств.

Для реализации проекта строительства нового автосервисного комплекса планирует осуществить строительство производственного помещения, находящегося в г.Челябинск. Площадь производственного помещения планируемого под оказание услуг составляет 375 кв.м.

Организационные вопросы: была проведена оценка производственных площадей в Челябинской области, принято решение о наиболее эффективном географическом положении предприятия, выбран подрядчик строительства производственного помещения, разработан проект на строительство автосервиса, выбраны поставщики оборудования.

Стратегические вопросы: проведены маркетинговые исследования, разработана маркетинговая стратегия проекта; разработана ассортиментная и ценовая политики предприятия в перспективе проекта; разработана коммуникативная стратегия продвижения продукции.

Проект предусматривает, что производство услуг будет практически полностью ориентировано только на два вида мойки – бесконтактная мойка или мойка с использованием шампуня: мойка порогов, протирка а/м и экспресс-мойка.

Производство услуг автосервиса на новых производственных площадях планируется начать с 2017 г.

С учетом маркетинговых исследований, определяющих потребности рынка, проектная мощность автосервиса определена на уровне: установка дополнительного оборудования по цене 900 руб./ед. в количестве 1620 услуг в год; ремонт мелкосрочный и капитальный по цене в среднем 1800 руб. за услугу и в количестве 1080 услуг в год

Потребность в привлечении инвестиций проекта строительства автосервиса составляет 4 381 636 руб., в т.ч. 4 317 800 руб. в постоянные активы.

Планируется, что финансирование инвестиционных затрат будет осуществляться за счет собственных средств.

Все показатели инвестиционной деятельности откорректированы с учетом снижения стоимости денежных ресурсов по мере отдаления операций, связанных с их расходованием или получением (дисконтированы).

При ставке дисконтирования 9,75% и принятом шаге дисконтирования - месяц расчеты по проекту за период с 1 августа 2017 года до 1 августа 2022 года показали следующие результаты.

Проект открытия нового автосервиса является коммерчески состоятельным и эффективным, обеспечивая чистый дисконтированный доход за 4 лет 1 612 тыс. руб. при дисконтированном сроке окупаемости 4 года и норме рентабельности 21,123%.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература:

1 Асадуллин Э.З., Закирова Т.Р. Исследование состояния структуры рынка автосервиса, проектирование и строительство СТО// Известия Казанского государственного архитектурно-строительного университета. 2014. № 2. С. 244–250.

2 Асадуллин Э.З., Ибляминов Ф.Ф., Закирова Т.Р. Состояние рынка автосервиса и проектирование его объектов// Вестник Казанского государственного аграрного университета. 2014. Т. 9. № 3 (33). С. 9-12.

3 Брезгин И.П. Конкуренция и инновации на рынке услуг автосервиса // В сборнике: Научные труды молодых ученых, аспирантов и студентов межвузовский сборник. Министерство образования и науки Российской Федерации; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СибАДИ)». Омск, 2013. С. 26–30.

4 Гришин М.О. Логистическая система на предприятиях автосервиса// В сборнике: В мире научных открытий Материалы Всероссийской студенческой научной конференции (с международным участием). 2014. С. 53-57.

5 Губайдуллин Э.А., Ибрагимова Н.У. Тенденции и динамика развития услуг автосервиса// В сборнике: Экономическое развитие России: тенденции, перспективы сборник статей по материалам I Международной научно-практической студенческой конференции: в 4 томах. Кафедра экономики предприятия "Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина". 2015. С. 67–70.

6 Елисеева Т.П., Ежова И.М. Формирование и развитие рынка услуг автосервисного обслуживания населения// Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. 2016. № 2. С. 91–95.

7 Либенков А.Н., Тихомиров П.В. Анализ сезонных колебаний услуг

автосервиса // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2016. Т. 4. № 5–3 (25–3). С. 279–283.

8 Маркова О.В. Управление инновационным развитием отечественного автосервиса на основе интегрированных формирований // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3–2 (56–2). С. 528–531.

9 Маркова О.В. Формирование партнерских отношений в инновационных сетях автосервиса // EuropeanSocialScienceJournal. 2015. № 2 (53). С. 56–60.

10 Робулец Т. Экономика авторемонта // Современные страховые технологии. 2014. № 6. С. 68–82.

11 Романеева Е.В. Оказание услуг на основе высокотехнологичного сервиса // Карельский научный журнал. 2013. № 4. С. 89–91.

12 Романеева Е.В., Келарева Е.В. Маркетинговое исследование рынка услуг автосервиса // Инновационное развитие экономики. 2016. № 2 (32). С. 247–253.

13 Романеева, Е.В. Качество услуг автосервиса в России и за рубежом / Е.В. Романеева, И.В. Дурнева // ScienceTime. – 2015. - № 4 (16) – С. 248–254.

14 Свекольников О.Ю., Шатпаков К.Д. Совершенствование деятельности автосалона // В сборнике: Перспективные научные исследования и разработки в кооперативном секторе экономики материалы Международной научно-практической конференции в рамках ежегодных Чайновских чтений: в 2-х частях. 2015. С. 202–205.

15 Сергеев Н.Н. Автосервис: учебное пособие / Н. Н. Сергеев, А. А. Потапов, А. Н. Сергеев, Ю. С. Дорохин, П. Н. Медведев, Д. В. Малий. – Тула: Изд-во ТулГУ, 2016. – 126 с

16 Щукин О.С. Самооценка качества деятельности предприятий автосервиса // Современная экономика: проблемы и решения. 2016. Т. 77. № 5. С. 96–104.

Дополнительная литература:

17 Басараба, А.Ю. Бизнес-план как инструмент управления деятельностью предприятия [Электронный ресурс] / Басараба, А.Ю., Еременко, Н.В. // Сборник

научных трудов Sworld. – 2014. – 23. № 4. – С. 38–41. – Режим доступа:
<http://elibrary.ru>

18 Бирюлькин, А.А. Экономические показатели бизнес-плана [Электронный ресурс] / Бирюлькин, А.А., Кручинина, Ю.А., Чаплынская, Л.С. // В сборнике: Актуальные проблемы развития предпринимательства. – 2013. – С. 23–26. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

19 Бронникова, Т.С. Бизнес-план проекта стратегического инновационного развития предприятия [Электронный ресурс] / Бронникова, Т.С., Рыжкова, Т.В. // Вестник Московского государственного университета леса - Лесной вестник. – 2013. – № 4 (96). – С. 155–159. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

20 Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учеб.пособие – М.: Альфа-М: ИНФРА-М. – 2012. – С. 22, 29.

21 Борискина, М.А. Некоторые методические предпосылки разработки инвестиционного бизнес-плана [Электронный ресурс] / Борискина, М.А., Комкова, А.В. // Современные наукоемкие технологии. – 2013. – № 10-1. – С. 55-56. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

22 Мельников, Р.М. Экономическая оценка инвестиций. Учебное пособие. Издательство: Проспект. – 2014. – 264 с.

23 Монахов, М.В. Бизнес-планирование как основа инвестиционного проектирования [Электронный ресурс] / Монахов, М.В., Третьякова, О.Г. // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2014. – № 4 (10). – С. 10-14. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

24 Мусагалиева, Л.В. Цель, задачи и особенности составления бизнес-плана предприятия [Электронный ресурс] / Мусагалиева, Л.В., Гужвина, Н.А. // В сборнике: Актуальные проблемы аграрной экономики Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Редакционная коллегия: Клименко, А.И. (главный редактор) и другие.пос. Персиановский. – 2014. – С. 143-145. – Режим доступа:
<http://elibrary.ru>

25 Маркова, И.В. Анализ современных методик бизнес-планирования [Электронный ресурс] / Маркова, И.В. // Вестник Гуманитарного университета. – 2014. – № 2 (5). – С. 44-50. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

26 Попова, В.В. Бизнес-план – один из ключевых инструментов стратегического планирования [Электронный ресурс] / Попова, В.В., Романенко, И.А., Моисеенко Ж.Н. // В сборнике: Актуальные проблемы аграрной экономики Материалы Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Редакционная коллегия: Клименко А.И. (главный редактор) и другие.пос. Персиановский, – 2014. С. 153-155. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

27 Палеев, А.В. Систематизация показателей формирования и оценки бизнес-плана инвестиционной деятельности [Электронный ресурс] / Палеев, А.В. // Сибирская финансовая школа. – 2014. – № 2 (103). – С. 87-92. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

28 Сивальнева, Н.Н. Бизнес-план как инструмент совершенствования управления хозяйственной деятельностью предприятия [Электронный ресурс] / Сивальнева, Н.Н., Антонова, Т.Ю. // В сборнике: Адаптационные механизмы и практики в трансформирующихся обществах материалы II Международной научно-практической конференции.под редакцией И. В. Шершень; Воронежский государственный педагогический университет. – 2014. – С. 94-98. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

29 Фадеева, Г.Д. Роль бизнес-планирования в коммерческой деятельности предприятий [Электронный ресурс] / Фадеева, Г.Д., Железняков, Л.А., Артюхина О.В. // Молодой ученый. – 2014. – № 12 (71). – С. 190-192. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

30 Фадеева, Г.Д. Методология разработки и назначение бизнес-плана [Электронный ресурс] / Фадеева, Г.Д., Паршина, К.С. // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2013. – № 11 (33). – С. 83-85. – Режим доступа: <http://elibrary.ru>

Интернет-ресурсы:

- 31 Рынок автосервиса в России / февраль 2016 г. Режим доступа:
<https://www.autostat.ru>
- 32 Интернет-издание газеты «Коммерсант». —
<http://www.kommersant.ru/doc/2939676>
- 33 Интернет-издание журнал «За рулём». —
<http://www.zr.ru/content/news/901159-statistika-prodazh-aeb-put-k/>
- 34 «Дилерский центр Toyota. Руководство по планированию. Стандарты» —
интернет архив». — <http://www2.autocommunity.ru/dwnld/dealer.pdf>
- 35 Общественный интернет ресурс по экономической тематике. —
http://forexaw.com/TERMs/Economic_terms_and_concepts/Business/1290
- 36 Интернет издание газеты «Ведомости». —
<http://www.vedomosti.ru/auto/articles/2016/05/12/640823-avtorinok>
- 37 Аналитическое агентство «Автостат». —
<https://www.autostat.ru/news/23893/>
- 38 Интернет-портал «Сервис ответов на автомобильные вопросы». —
<https://blamper.ru>
- 39 «Автосайт для автолюбителей». — <http://amastercar.ru/blog/kakie-avtokompanii-dolzheny-ischeznut-s-avtorynka.html>
- 40 Онлайн портал «Автомобили.ру». —
<http://www.automobili.ru/themes/analyst/results-2014-who-is-in-usa-to-live-well/>
- 41 Интернет-портал «Автостатьи». —
http://auto.vesti.ru/news/show/news_id/596514/
- 42 TotalRating. Все рейтинги. Интернет портал. — <http://total-rating.ru/1572-ekonomicheskie-dannye-stran-mira-za-2015-god.html>
- 43 Интернет издание «Автомобильные новости». —
<http://www.autonews.ru/autobusiness/news/1658101/>
- 44 Официальный сайт компании «Devolro». — <https://www.devolro.com/ru/>
- 45 Информационный сайт Wroom.ru. — <http://wroom.ru/news/5176>

- 46 Интернет издание журнала «Управление автобизнесом». – http://www.manager-auto.org/articles/services/emkost_rynka_uslug_avtoservisa/
- 47 Волгин, В.В. Автосервис. Управление рисками: учебное пособие / В.В.Волгин / – <http://www.litres.ru/vladislav-volgin/avtoservis-upravlenie-riskami-prakticheskoe-posobie/>. – С.101–105.
- 48 Интернет-журнал «MotorPage». – http://www.motorpage.ru/magazine/news/za_2015_god_japonskij_avtorinok_upal_na_5_5.html
- 49 Федеральная служба государственной статистики. – http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/level/
- 50 Официальный сайт автосервиса «ParsiMotors», г. Челябинск. – <http://persimotors.com>
- 51 Официальный сайт британской компании «PitStart», г. Лондон. – <http://www.pitstartgarage.com>
- 52 Официальный сайт компании «SAMMASTERCLUB», г. Москва. – <http://www.pitstartgarage.com>
- 53 Интернет-библиотека нормативной документации. – http://www.tehbez.ru/Docum/DocumShow_DocumID_333.html
- 54 Автосервис «Автогарант". – <http://www.автогарант74.pф>
- 55 Автосервис «Gold». – <http://www.AutoServis74.ru>
- 56 Автосервис «Чато». – <http://chato74.ru>
- 57 Официальный сайт правительства Челябинской области. – <http://pravmin74.ru/ekonomicheskoe-razvitie-chelyabinskoy-oblast>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А

Показатели производства услуг

ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА (ед.)		2017	2018	2019	2020	2021	2022
Установка дополнительного оборудования	60%	720	1620	1620	1620	1620	900
Ремонт	40%	480	1080	1080	1080	1080	600
Всего объем услуг		1200	2700	2700	2700	2700	1500
ОБЪЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ (в руб.)	Цена реализ. руб./ед.	215046	519210	523590	527980	532362	312566
Установка дополнительного оборудования	900	648000	1458000	1458000	1458000	1458000	810000
Ремонт	1800	864000	1944000	1944000	1944000	1944000	1080000
Прочие услуги	70% от осн.	1058400	2381400	2381400	2381400	2381400	1323000
ИТОГО выручка		2570400	5783400	5783400	5783400	5783400	3213000

ПриложениеБ
Анализ текущих затрат

ЗАТРАТЫ, руб.	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Общепроизводственные расходы	855372	1945962	1945962	1945962	1945962	1090590
Электроэнергия	387072	870912	870912	870912	870912	483840
Водоснабжение и водотведение	325800	733050	733050	733050	733050	407250
Материалы и хим.средства	125000	300000	300000	300000	300000	175000
Спецодежда	5000	12000	12000	12000	12000	7000
Прочие общепроизводственные расходы	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Прочие общехозяйственные расходы	248460	574304	574304	574304	574304	325844
Электроэнергия на административные нужды	20160	48384	48384	48384	48384	28224
Отопление	30000	50000	50000	50000	50000	20000
ГСМ ТС	33300	79920	79920	79920	79920	46620
Услуги связи	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Охрана и безопасность	100000	240000	240000	240000	240000	140000
бухгалтерские услуги	40000	96000	96000	96000	96000	56000
Прочие общехозяйственные расходы	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Прочие коммерческие расходы	12500	30000	30000	30000	30000	17500
Реклама и продвижение продукции	12500	30000	30000	30000	30000	17500
ИТОГО	1116332	2550266	2550266	2550266	2550266	1433934

Приложение В

Бюджет прибылей и убытков

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Итого
- выручка от реализации	2 178 304	4 901 184	4 901 184	4 901 184	4 901 184	2 722 880	24 505 920
- текущие затраты	1 589 738	3 706 107	3 706 107	3 706 107	3 706 107	2 116 369	18 530 535
= Прибыль от основной деятельности	588 566	1 195 077	1 195 077	1 195 077	1 195 077	606 511	5 975 385
- проценты по кредитам, уменьшающие налогооблагаемую прибыль							
- налоги, относимые на финансовые результаты	39 295	93 108	90 960	88 812	86 664	50 554	449 393
- доходы/расходы от прочей реализации							
- внереализационные доходы/расходы							
- курсовая разница							
= Прибыль до налогообложения	549 271	1 101 969	1 104 117	1 106 265	1 108 413	555 957	5 525 992
Налогооблагаемая прибыль	549 271	1 101 968	1 104 116	1 106 265	1 108 413	718 349	5 688 382
- налог на прибыль	109 855	220 395	220 822	221 253	221 682	143 669	1 137 676
- проценты по кредитам, выплачиваемые из прибыли							
(не уменьшающие налогооблагаемую прибыль)							
= Чистая прибыль	439 418	881 574	883 291	885 012	886 730	412 287	4 388 312
- дивиденды							
- прочие платежи из чистой прибыли							
= Нераспределенная прибыль	439 418	881 574	883 291	885 012	886 730	412 287	4 388 312
То же, нарастающим итогом	439 418	1 320 992	2 204 283	3 089 295	3 976 025	4 388 312	4 388 312

Приложение Г

Бюджет движения денежных средств

Показатели	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1. ПРИТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ						
- выручка от реализации	2 570 400	5 783 400	5 783 400	5 783 400	5 783 400	3 213 000
- выручка от реализации постоянных активов						3 837 606
- доходы от прочей реализации, внереализационные доходы						
- прирост нормируемых краткосрочных пассивов						
- увеличение уставного капитала						
- целевые финансирование и поступления	63 836					
- привлечение кредитов						
- поступления от продажи иностранной валюты						
= Итого приток	2 634 236	5 783 400	5 783 400	5 783 400	5 783 400	7 050 606
2. ОТТОК ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ						
- эксплуатационные расходы	1 553 832	3 600 266	3 600 266	3 600 266	3 600 266	2 046 434
- лизинговые платежи (начисленные)						
- коммерческие расходы	12 500	30 000	30 000	30 000	30 000	17 500
- налоговые выплаты	302 150	737 053	1 172 176	1 170 458	1 168 738	679 807
- убытки от прочей реализации, внереализационные расходы						
- прочие расходы из чистой прибыли						
- прирост постоянных активов						
- прирост нормируемых оборотных активов						
- общая сумма выплат по кредитам						
- расходы на покупку иностранной валюты						
= Итого отток	1 868 482	4 367 321	4 802 441	4 800 724	4 799 002	2 743 740
= Баланс денежных средств в местной валюте	765 754	1 416 079	980 959	982 676	984 398	4 306 865
= Свободная местная валюта	2 128 269	18 451 417	32 423 635	44 125 075	55 928 697	42 299 316

Приложение Д
Финансовые показатели

Показатели		2017	2018	2019	2020	2021	2022
Выручка (нетто)	руб.	2 178 305	4 901 186	4 901 186	4 901 186	4 901 186	2 722 881
Текущие затраты		1 589 739	3 706 109	3 706 109	3 706 109	3 706 109	2 116 371
Прибыль от продаж		588 567	1 195 077	1 195 077	1 195 077	1 195 077	606 511
Чистая прибыль		439 417	881 573	883 292	885 011	886 730	412 286
Рентабельность собственного капитала (в годовом выражении)	%	10,03	20,12	20,16	20,20	20,24	9,41
Текущие затраты к выручке от реализации	руб./руб.	0,73	0,76	0,76	0,76	0,76	0,78
Прибыльность продаж	%	27,02	24,38	24,38	24,38	24,38	22,27