

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Управление и право»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, к.ю.н., доцент

_____ Н.Г. Деменкова

_____ 2018 г.

Инвестиционный проект расширения бизнеса ООО «Аспект»

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ–38.03.02.2018.1480.ВКР

Руководитель работы, директор ООО
«Аспект»

_____ Д.А. Сунагатуллин

_____ 2018 г.

Автор работы
студент группы ДО-420

_____ Е.В. Шарафутдинова

_____ 2018 г.

Нормоконтролер, к.и.н., доцент

_____ А.С. Кондратьев

_____ 2018 г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Управление и право»
Направление подготовки «Менеджмент», профиль «Производственный менеджмент»

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ Н.Г. Деменкова
_____ 2018 г.

ЗАДАНИЕ
на выпускную квалификационную работу студента
Шарафутдиновой Евгении Владиславовны
Группа ДО - 420

- 1 Тема работы Инвестиционный проект расширения бизнеса ООО «Аспект» утверждена приказом ректора от 04.04.2018 г. г. № 580 (приложение № 58).
- 2 Срок сдачи студентом законченной работы 22.06.18 г.
- 3 Исходные данные к работе: материалы преддипломной практики; научно-теоретическая, экономическая и профессиональная литература; материалы курсовых проектов и работ; доклады и статьи на научных конференциях; нормативно-правовая документация.
- 4 Перечень вопросов, подлежащих разработке: теоретические основы разработки инвестиционных проектов, характеристика предприятия ООО «Аспект», анализ внутренней и внешней среды, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, разработка инвестиционного проекта по внедрению новой услуги, оценка эффективности проекта, работа над приложениями.
- 5 Иллюстративный материал: альбом иллюстраций, электронная версия ВКР, файл презентации.
- 6 Дата выдачи задания 26.03.18 г.

Руководитель _____ / Д.А. Сунагатуллин /

Задание принял к исполнению _____ / Е.В. Шарафутдинова /

КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Наименование этапов выпускной квалификационной работы	Сроки выполнения этапов работы	Отметка о выполнении руководителя
1.	Уточнение целей, задач и плана выпускной квалификационной работы с научным руководителем	26.03.18 – 27.03.18	
2.	Подготовка введения к выпускной квалификационной работе	27.03.18 – 02.04.18	
3.	Сбор, систематизация литературы по исследуемой проблеме и разработка теоретической части выпускной квалификационной работы	02.04.18 – 23.04.18	
4.	Выполнение аналитического раздела выпускной квалификационной работы	23.04.18 – 21.05.18	
5.	Разработка проектной части выпускной квалификационной работы	21.05.18 – 11.06.18	
6.	Разработка заключения к выпускной квалификационной работе	11.06.18 – 12.06.18	
7.	Оформление выпускной квалификационной работы	12.06.18 – 18.06.18	
8.	Представление выпускной квалификационной работы на заключительную проверку научному руководителю	18.06.18 – 20.06.18	
9.	Представление выпускной квалификационной работы на проверку нормоконтролеру	До 18.06.18	
10.	Предварительная защита выпускной квалификационной работы	20.06.18 – 22.06.18	
11.	Устранение замечаний научного руководителя и консультантов	20.06.18 – 22.06.18	
12.	Представление выпускной квалификационной работы на кафедру	22.06.18	

Заведующий кафедрой _____ / Н.Г. Деменкова /

Руководитель работы _____ / Д.А. Сунагатуллин /

Студент _____ / Е.В. Шарафутдинова /

АННОТАЦИЯ

Шарафутдинова Е.В. Инвестиционный проект расширения бизнеса. – Челябинск: ЮУрГУ, ДО - 420, 2018.- 91 с., 40 табл., 14 илл., библиогр. список – 34 наим., 4 прил.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью финансовой оценки инвестиционного проекта расширения бизнеса ООО «Аспект».

Результатом данной выпускной квалификационной работы является разработка и обоснование эффективности инвестиционного проекта расширения бизнеса, который позволит предприятию повысить финансовые результаты, расширить ассортимент услуг и улучшить положение предприятия на рынке.

Рассчитаны затраты на реализацию проекта и дан прогноз эффективности от внедрения результатов выпускной квалификационной работы.

Выпускная работа состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ.....	8
1.1 Актуальность расширения бизнеса в современных условиях.....	8
1.2 Порядок разработки и методы оценки инвестиционных проектов.....	11
1.3 Учет неопределенности, инфляции и риска при оценке эффективности инвестиционных проектов.....	21
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АСПЕКТ».....	30
2.1 Общая характеристика предприятия ООО «Аспект».....	30
2.2 Анализ ассортимента услуг.....	32
2.3 Анализ внешней и внутренней среды.....	34
2.4 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Аспект».....	39
3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ НОВОЙ УСЛУГИ НА ООО «АСПЕКТ».....	54
3.1 Описание инвестиционного проекта.....	54
3.2 Маркетинговая часть.....	60
3.3 Разработка инвестиционного проекта.....	66
3.4 Анализ чувствительности.....	75
3.5 Прогнозирование основных показателей деятельности предприятия.....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	80
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	83
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Отчет о финансовых результатах.....	86
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Бухгалтерский баланс.....	88
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Анализ состава, структуры и динамики активов	90
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. Анализ состава, структуры и динамики пассивов	91

ВВЕДЕНИЕ

Устойчивое развитие экономики России невозможно без активизации инвестиционной деятельности. Инвестиционная деятельность осуществляется посредством реализации инвестиционных проектов.

Все предприятия связаны с инвестиционной деятельностью. Любая фирма в результате своего функционирования сталкивается с необходимостью вложения средств в свое развитие.

В любой эффективно действующей фирме вопросы управления инвестиционным процессом занимают одно из самых главных мест. В условиях рыночной экономики возможностей для инвестирования довольно много. Вместе с тем любое предприятие имеет, как правило, ограниченные свободные финансовые ресурсы, доступные для инвестирования. Так же перед руководством организаций встает вопрос выбора оптимального инвестиционного проекта. Реализация инвестиционного проекта связана с различными инвестиционными рисками. В этой связи наиболее важным этапом является оценка эффективности проектов.

Изложенные обстоятельства предопределили актуальность и выбор темы выпускной квалификационной работы.

Объект исследования данной выпускной квалификационной работы – предприятие ООО «Аспект».

Предмет исследования – инвестиционный проект расширения бизнеса ООО «Аспект».

Цель выпускной квалификационной работы – оценка эффективности инвестиционного проекта по внедрению новой услуги по покраске легковых автомобилей на ООО «Аспект».

Поставленная цель предполагает решение следующих задач:

1. Описать теоретические основы разработки инвестиционных проектов.
2. Дать характеристику исследуемого предприятия.

3. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Аспект».

4. Разработать инвестиционный проект расширения бизнеса ООО «Аспект» и оценить его эффективность.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы нормативно-законодательные документы РФ, учредительные документы предприятия, информация из монографий и учебников отечественных специалистов в области инвестиций и инвестиционного проектирования, таких как Балдин К.В., Бочаров В. В., Виленский П.Л. и др.

Информационную базу работы составляют данные финансовой отчетности ООО «Аспект» за 2015-2017 годы.

Методами исследования в выпускной квалификационной работе являются анализ, синтез, факторный анализ, обобщение, прогнозирование, опрос, метод экспертных оценок, а также коэффициентный, графический методы и другие.

Практическая значимость работы состоит в том, что разработанный инвестиционный проект будет способствовать повышению эффективности деятельности исследуемого предприятия.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

В первой главе выпускной квалификационной работы раскрыты теоретические аспекты разработки инвестиционных проектов.

Во второй главе проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия ООО «Аспект».

В третьей главе, имеющей практический характер, разработан инвестиционный проект расширения бизнеса ООО «Аспект», а так же проведена оценка его эффективности.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

1.1 Актуальность расширения бизнеса в современных условиях

Основа стратегии любой компании, которая собирается выжить, – расширение. А для малых предприятий, которым в первую очередь необходимо устойчивое функционирование и развитие, это особенно актуально.

На сегодняшний день недостаточно иметь конкурентоспособную продукцию, чтобы быть экономически и технологически устойчивым участником рынка. Довольно высокая динамика рыночных изменений может быстро перевести конкурентоспособный продукт в разряд неконкурентоспособных. Поэтому каждый производитель товаров и услуг должен иметь мобильную и в высшей степени адаптивную ассортиментную политику, позволяющую оптимально управлять всеми имеющимися в его распоряжении ресурсами. Это возможно на основе современного производственного и финансового менеджмента, передовых технико-технологических решений, менеджмента персонала, инноваций, рекламы, маркетинга и других элементов, составляющих суть конкурентоспособной ассортиментной политики предприятия [7].

Все эти меры направлены на увеличение прибыли за счёт более эффективного использования имеющихся ресурсов, которые необходимо направлять туда, где можно получить максимальный доход.

Для достижения основных целей работы любого предприятия – удовлетворения потребительского спроса и получения максимальной прибыли, необходимо расширять ассортимент предлагаемых товаров и услуг. Расширение ассортимента услуг является комплексным мероприятием, так как для вывода новых услуг на рынок необходимо изучение финансовых возможностей предприятия, его резервов, оценки экономической эффективности проводимых

мероприятий, а также перспектив дальнейшего развития с учётом предстоящих изменений [19].

Для расширения бизнеса также чрезвычайно важно учитывать условия внешней среды, где рынок услуг является довольно динамичной бизнес-средой и требует быстрого реагирования на все её изменения, поэтому необходимо проведение тщательных маркетинговых исследований. Часто выгодной стороной мероприятий по расширению ассортимента услуг является то, что предприятие уже имеет базу для предоставления схожих услуг клиентам, и затраты на организацию предоставления новых услуг могут быть относительно небольшими, но зато значительно повышать доходность предприятия [8].

Актуальность расширения бизнеса в современных условиях определяется тем, что при жесткой конкуренции на, практически, всех рынках услуг (исключая монополии) необходимо следовать требованиям потребителей, использовать все имеющиеся возможности для продвижения предприятия на рынке и удержания достигнутой позиции. Всё это усложняется условиями постоянно растущих требований клиентов, нестабильностью и зачастую непредсказуемостью макроэкономической среды и обострением конкурентной борьбы.

Главная цель ассортиментной политики любой организации - достижение её конкурентных преимуществ на разных рынках: товарном, финансовом, технико-технологическом и организационно-управленческом.

Конкурентоспособность ассортиментной политики - это ее комплексное свойство, которое позволяет обеспечивать сравнительные рыночные преимущества на основе применения современных производственных, управленческих, маркетинговых и других новых решений. Таким образом, она предполагает инновации в производстве, управлении и глубокое знание рынка как основу их эффективной реализации [26].

Стоит отметить, что современная ассортиментная политика - это наукоемкая система, требующая инноваций. Но сказанное означает не столько покупку некоторых технологий, оборудования и разработок, сколько

использование своего внутреннего, главным образом корпоративного интеллекта, собственных разработок, адаптированных к особенностям внутреннего и внешнего рынков. Известно, что покупаемые на рынке готовые технологии и технологическое обеспечение, как правило, не являются прорывными, обеспечивающими прогресс и тем более конкурентные преимущества.

Расширить ассортимент услуг предприятие может различными способами. Например, использовать свои ключевые компетенции для предложения новых услуг, в рамках основной деятельности предприятия, предоставлять новые услуги на базе уже имеющихся услуг, либо внедрить новые процессы производства услуг [21].

В случае использования своих ключевых компетенций, можно внедрить новые услуги на рынок, используя накопленный опыт, имеющиеся человеческие и другие ресурсы. Главным преимуществом этого способа является значительное снижение затрат на производство новых услуг.

Если же предприятие планирует предлагать новые услуги на базе имеющихся, для этого можно использовать, например, основные фонды предприятия, переоборудованные для предоставления новых услуг.

При внедрении новых процессов производства с целью расширения ассортимента, следует учитывать возможные значительные затраты на разработку либо покупку технологий, время на их освоение, наем и подготовку персонала, что также может потребовать дополнительных затрат.

Внедрение новых услуг может потребовать от организации изменения кадровой политики, что связано с производством и реализацией новых услуг на рынке. Необходимо максимально эффективно использовать основной ресурс любого предприятия - человеческий труд. При приеме на работу новых сотрудников необходимо отслеживать отношения в трудовом коллективе, с целью недопущения конфликтов, что особенно важно в условиях кризисной ситуации на предприятии, которая является дополнительным фактором стресса для всех его сотрудников [26].

При выводе на рынок новых услуг важно не допустить снижения качества уже предоставляемых. Необходим контроль качества продукции (работ, услуг) на предприятии.

Таким образом, когда компания следует цели расширить деятельность, появляется реальный шанс не только выжить в кризис, но и продолжать преуспевать. А также можно создать дополнительный источник дохода. Однако, любое развитие и расширение предпринимательской деятельности всегда начинается с инвестиционных вложений.

1.2 Порядок разработки и методы оценки инвестиционных проектов

Термин «инвестиции» происходит от английского глагола to invest, что означает «вкладывать». Инвестиции - это долгосрочные вложения капитала в объекты предпринимательской и других видов деятельности с целью получения дохода (прибыли) [13].

Характерные признаки инвестиций:

- они являются потенциальным источником дохода;
- процесс инвестирования связан с преобразованием сбережений в альтернативные виды активов хозяйствующего субъекта;
- вложения капитала в различные виды активов носит целевой характер;
- наличие срока вложения капитала;
- вложения осуществляют физические и юридические лица, которых называют инвесторами. Они преследуют собственные цели, не всегда связанные с извлечением экономической выгоды;
- наличие риска вложения капитала, поскольку достижение конечных целей инвестирования носит вероятностный характер [20].

Объектами инвестиционной деятельности являются: основной капитал (вновь создаваемый и модернизируемый), оборотный капитал, ценные бумаги,

целевые денежные вклады, научно-техническая продукция, интеллектуальные ценности.

Субъекты инвестиционной деятельности - инвесторы, заказчики, исполнители работ, участники проекта и др. [9].

Традиционно инвестиции подразделяются на:

- Финансовые - это вложения в финансовые активы (ценные бумаги и т.д.).
- Реальные (капитальные вложения) – это вложения в реальный сектор экономики в материально-вещественной форме (земельные участки, здания, оборудование, транспорт, сырье, материалы и др.).
- Нематериальные – вложения в активы, которые не имеют физической формы (подготовка специалистов, «ноу-хау», патенты и т.д.) [13].

Внешние инвестиции бывают:

- Прямые – подразумевают непосредственное участие инвестора в инвестиционном процессе (вклады в уставный капитал и акции).
- Портфельные – вложения в ценные бумаги конкретного предприятия, объём которых не менее 10% от уставного или основного капитала.
- Прочие инвестиции – вложения в активы, несвязанные с основной деятельностью предприятия.

С точки зрения времени, инвестиции бывают:

- Краткосрочные (до 1 года).
- Среднесрочные (1-3 года).
- Долгосрочные (3-5 и более лет).

Также различают инвестиции:

- Государственные.
- Иностранные.
- Частные.
- Смешанные [9].

Реальные инвестиции, как правило, оформляются в виде так называемого инвестиционного проекта [13].

Федеральным законом РФ «Об инвестиционной деятельности», осуществляемой в форме капитальных вложений» определено следующее понятие инвестиционного проекта:

«Инвестиционный проект – это обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений, в том числе, в том числе необходимая проектно-сметная документация, разработанная в соответствии с законодательством Российской Федерации и утвержденными в установленном порядке стандартами (нормами и правилами), а также описание практических действий по осуществлению инвестиций» [4].

На практике инвестиционный проект не сводится к набору документов, а понимается в более широком аспекте – как последовательность действий, связанных с обоснованием объемов и порядка вложения средств, их реальным вложением, введением мощностей в действие, текущей оценкой целесообразности поддержания и продолжения проекта и итоговой оценкой результативности проекта по его завершении [9].

Согласно этому же закону, «капитальные вложения – это инвестиции в основной капитал (основные средства), в том числе затраты на новое строительство, расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих предприятий, приобретение машин, оборудования, инструмента, инвентаря, проектно-изыскательские работы и другие затраты» [4].

По форме же капитальные вложения выступают в виде денежных средств, которые идут на капитальное строительство, приобретение оборудования и других средств труда, входящих в состав основных фондов [12].

В зависимости от целей инвестирования или типа ожидаемого результата (выгод) выделяют следующие виды ИП, обеспечивающие:

- Выход на новые рынки продуктов и услуг.
- Прирост объема выпуска товаров и услуг.
- Расширение и обновление ассортимента товаров и услуг.
- Сокращение затрат и снижение себестоимости товаров и услуг.

- Решение социальных, экологических и других задач [9].

По объему требуемых для реализации ресурсов ИП делят на мелкие, средние и крупные.

По срокам реализации выделяют краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (от 3 до 5 лет) и долгосрочные (свыше 5 лет) проекты.

По степени зависимости ИП делят на взаимоисключаемые, или альтернативные (осуществление одного из них делает невозможным реализацию других), независимые (принятие или отказ от реализации одного проекта не оказывает влияния на целесообразность или эффективность осуществления других проектов), и взаимовлияющие (реализация одного проекта оказывает положительное или отрицательное влияние на ход выполнения других)

По типу генерируемых потоков платежей принято выделять обыкновенные проекты (расходы предшествуют доходам) и сложные (выплаты и поступления чередуются) [14].

Разработка инвестиционного проекта включает следующие этапы:

1 этап – технико-экономическое обоснование проекта, т.е. разрабатывается сам проект, выполняется финансово-экономическая оценка в составе бизнес-плана, оценивается состояние организации без проекта и с проектом.

2 этап – непосредственно капиталовложения, т.е. строительство, закупка оборудования, подготовка производства и т.д.

3 этап – введение мощностей в действие и начало выпуска продукции.

Срок реализации проекта связан с тем периодом, в течении которого он приносит прибыль [9].

Любой инвестиционный проект предполагает наличие временного интервала между моментом принятия решения об инвестировании и получением отдачи. Данный период времени называется жизненным циклом проекта.

Жизненный цикл состоит из трех отдельных фаз: преинвестиционной, инвестиционной и эксплуатационной [20].

Преинвестиционная фаза реализации проекта делится на следующие этапы:

- формулирование инвестиционной идеи;
- анализ альтернативных вариантов проекта;
- предпроектное исследование инвестиционных возможностей;
- оценка эффективности инвестиционных проектов на стадии исследования предпроектных возможностей, их сравнение и анализ;
- выбор инвестиционного проекта;
- разработка и создание технико-экономического обоснования - основного документа инвестиционного проекта (разработка технико-экономического обоснования является крупномасштабным исследованием);
- подготовка оценочного заключения;
- принятие решения о реализации (отклонении) инвестиционного проекта.

После завершения первой фазы проекта, когда основные инвесторы определены, основные исследования выполнены, проведена необходимая экспертиза, разрешительная документация (разрешения на строительство и т.д.) оформлена, основные контракты с подрядчиками заключены, наступает следующая фаза - реализация инвестиционного проекта.

Фаза реализации посвящена созданию объекта. На данном этапе объект вводится в строй и подготавливается для эксплуатации. При этом проводятся консультационные и проектные работы, в первую очередь в области управления проектом.

Инвестиционную фазу можно разделить на следующие этапы:

- определение законодательной, финансовой и организационной базы для реализации проекта;
- приобретение и передача технологий, включая общее инженерное проектирование;
- детальная проработка и заключение контрактов, включая представление предложений, участие в тендерах, оценку затрат и проведение переговоров;

- приобретение земли, строительные работы и монтаж оборудования;
- предпроизводственный маркетинг, включая обеспечение поставок;
- набор и обучение персонала;
- сдача в эксплуатацию и пуск предприятия [9].

Затраты, понесенные на инвестиционной фазе, как правило, достигают значительных величин и имеют необратимый характер.

После ввода в действие основного оборудования (в случае промышленных инвестиций) или после приобретения недвижимости или иного вида активов начинается третья стадия развития инвестиционного проекта – эксплуатационная. Реализацией данного этапа занимаются специалисты по менеджменту. Период эксплуатации характеризуется началом производства продукции или оказания услуг, соответствующими поступлениями и текущими затратами.

Эксплуатационная фаза может включать стадии:

- приемка и пуск предприятия;
- выпуск продукции и получение прибыли;
- внедрение оборудования;
- расширение;
- инновации.

Проблемы, которые могут возникнуть в ходе эксплуатации вновь созданных объектов, нуждаются в рассмотрении, как с краткосрочных, так и долгосрочных позиций. Краткосрочные проблемы возникают в начале производства и могут быть связаны с освоением новых технологий, работой оборудования, недостаточной производительностью труда, нехваткой квалифицированного персонала. Часто эти проблемы берут начало в фазе инвестирования. Долгосрочный подход касается выбранной стратегии и совокупных издержек на производство и маркетинг, а также поступлений от продаж. Эти факторы непосредственно связаны с прогнозом, сделанным в прединвестиционной фазе. Если стратегии и перспективные оценки окажутся

ошибочными, внесение любых корректив может быть связано с дополнительными затратами [13].

Доход, получаемый на фазе эксплуатации, должен позволять окупить все понесенные затраты, погасить кредиты и принести доход, ради получения которого и осуществляется инвестиционный проект.

Любое инвестиционное решение должно приниматься, основываясь на методах оценки эффективности инвестиционных проектов.

Оценка эффективности инвестиций проводится на основе анализа показателей эффективности. На практике используется несколько методов оценки инвестиционных проектов, а значит, и несколько основных показателей, представляющих собой некий набор индикаторов. В этот набор входят показатели финансовой и экономической оценки эффективности инвестиций, показатели оценки их социальной эффективности, показатели оценки инвестиционного потенциала компании и система оценки рисков. Каждый подход в основе имеет один и тот же принцип — в результате реализации проекта компания должна получить прибыль, при этом различные показатели дают возможность охарактеризовать инвестиционный проект со всех сторон и отвечают интересам различных групп лиц, участвующих в проекте.

Оценка инвестиционных проектов позволяет дать исчерпывающий ответ на три главных вопроса:

- какова рентабельность инвестиции;
- каковы сроки окупаемости инвестиционного проекта;
- каковы риски проекта [15].

Оценка инвестиционной эффективности проекта необходима компании в следующих случаях [14]:

- при поиске инвесторов;
- при выборе наиболее эффективных условий кредитования или инвестирования;
- при выборе условий страхования рисков.

В большинстве случаев самым заинтересованным в проведении инвестиционной оценки лицом является сам инвестор.

На практике обычно применяется две группы методов оценки инвестиций, с помощью которых и определяются вышеперечисленные показатели.

1. Основанные на учетных оценках ("статические" методы) [15].

Другое их название — простые или традиционные.

К ним относятся:

1) Срок окупаемости инвестиций

Это период, за который вновь построенное или модернизированное предприятие способно возместить вложенные в него инвестиции за счет прибыли, получаемой от его хозяйственной деятельности, или то время, которое необходимо, чтобы доходы от эксплуатации стали равны первоначальным инвестициям. Экономический смысл показателя заключается в определении срока, за который инвестор сможет вернуть вложенный капитал.

Данный показатель определяется по формуле:

$$T_{ок} \Rightarrow \sum И / ПР_{г} - \min \quad (1.1)$$

где $ПР_{г}$ — средняя за период жизни проекта чистая бухгалтерская прибыль;
 $\sum И$ — общая сумма инвестиций в проект.

Инвестиционный проект на основе простого периода возврата оценивается как приемлемый, если его расчетный уровень превышает величину, принятую инвестором за базовую (или нормативную): $T_{окр} > T_{б(н)}$.

Для бюджетных инвестиций срок возврата установлен в размере двух лет.

2) Коэффициент эффективности инвестиций.

В условиях рынка за него обычно принимают процентную ставку за долгосрочный банковский кредит. Инвестор, вкладывая свои деньги, рассчитывает получить прибыль на один рубль инвестиций не меньше, чем составляет такая процентная ставка.

Для расчета данного коэффициента используют следующие способы:

- деление среднегодовой прибыли на среднюю величину инвестиций (в процентах);

- деление среднегодовой прибыли на среднюю величину инвестиций с учетом остаточной или ликвидационной их стоимости.

Статические методы оценки инвестиционных проектов имеют и недостатки. Главный из них в том, что они не учитывают фактор времени, а для расчетов берутся несопоставимые величины — сумма инвестиции в текущей стоимости и прибыль в будущей стоимости. Это существенно искажает результаты расчетов, завышая сроки окупаемости и занижая коэффициент эффективности.

2. Основанные на дисконтированных оценках ("динамические" методы).

Данная группа методов отличается сложностью и необходимостью учитывать большое количество разных аспектов, таких, как фактор времени и риски. Поэтому в настоящее время, при расчете эффективности инвестиционных проектов, преимущественно используются эти методы. Обычно их используют для оценки инвестиционных проектов большой длительности, требующих дополнительных вложений по ходу их реализации [14].

К ним относятся:

1) Чистый дисконтированный доход (чистая приведенная стоимость).

Данный показатель на сегодняшний день является общепризнанным показателем эффективности инвестиционных проектов. Под чистой дисконтированной стоимостью понимается разность суммы элементов возвратного потока и исходной инвестиции, дисконтированных к началу действия оцениваемого проекта. Критерий принимает во внимание временную ценность денежных средств.

Рассчитывается по формуле:

$$\text{ЧДД} = \sum K * 1/(1+E)^t - \sum (R_t - Z_t) * 1/(1+E)^t \quad (1.2)$$

где K-капиталовложения;

$(R_t - Z_t)$ - результаты минус затраты;

t-шаг расчета;

$1/(1+E)^t$ - коэффициент дисконтирования.

Чем выше результат данного показателя, тем эффективней проект.

2) Индекс доходности инвестиций.

Под этим показателем понимают отношение текущей стоимости денежного притока к чистой текущей стоимости денежного оттока с учетом первоначальных инвестиций [14].

Рассчитывается по формуле:

$$\text{ИД} = \sum (R_t - Z_t) * 1/(1+E)^t / \sum K_t * 1/(1+E)^t \quad (1.3)$$

Если при расчете значение ИД больше единицы, то проект следует принять, если меньше — отвергнуть.

3) Внутренняя норма доходности — это значение ставки дисконтирования, при котором ЧДД проекта равен нулю. Расчет этого коэффициента необходим для того, чтобы определить максимально допустимый уровень расходов по проекту.

Находится решением уравнения:

$$\sum (R_t - Z_t)/(1+E_{ВН}) = \sum K_t/(1+E_{ВН}) \quad (1.4)$$

где $E_{ВН}$ - внутренняя норма доходности.

Если ВНД больше ставки дисконтирования E, то такой проект считается эффективным.

4) Дисконтированный срок окупаемости инвестиции.

Определяется интервалом времени (от начала работы проекта), за пределом которого Чистый дисконтированный доход становится положительным.

$$\sum (R_t - Z_t)/(1+E)^t = \sum K_t/(1+E)^t \quad (1.5)$$

Абсолютно все инвестиционные проекты характеризуются вложением денежных средств, материальных и трудовых ресурсов, времени и связаны с неопределенностью и рисками. Именно поэтому, для того чтобы дать полную и точную оценку эффективности инвестиционного проекта, необходимо проводить учёт неопределенности, инфляции и риска.

1.3 Учет неопределенности, инфляции и риска при оценке эффективности инвестиционных проектов

Инфляция оказывает довольно таки высокое влияние на эффективность инвестиционного проекта, условия его финансовой реализуемости, потребность в финансировании и эффективность участия в проекте собственного капитала.

Больше всего инфляция влияет на проекты с длительным циклом, которые требуют достаточно больших объемов заемных средств.

Учет инфляции, как правило, осуществляется с использованием следующих показателей:

- общего индекса внутренней рублевой инфляции, определяемого с учетом систематически корректируемого рабочего прогноза хода инфляции;
- прогнозов валютного курса рубля;
- прогнозов внешней инфляции;
- прогнозов изменения во времени цен на продукцию и ресурсы (в том числе газ, нефть, энергоресурсы, оборудование, строительно-монтажные работы, сырье, отдельные виды материальных ресурсов),
- прогнозов изменения уровня средней заработной платы и других укрупненных показателей на перспективу;
- прогноза ставок налогов, пошлин, ставок рефинансирования Центрального банка Российской Федерации и других финансовых нормативов государственного регулирования [6].

Формы влияния инфляции на инвестиционный проект можно классифицировать на следующие группы:

- влияние на ценовые показатели;
- влияние на потребность в финансировании;
- влияние на потребность в оборотном капитале.

Для того чтобы избежать неоправданно высоких процентных выплат, можно рекомендовать при заключении кредитных соглашений предусматривать пересмотр процентной ставки в зависимости от инфляции.

Таким образом, можно предложить следующий порядок прогноза инфляции:

- установить, к какой категории относится проект;
- если приняты меры для уменьшения влияния инфляции на потребность в финансировании, то для проектов второй категории следует использовать минимальный уровень инфляции (например, производить расчет в текущих ценах). Для проектов первой категории из всех обоснованных прогнозов инфляции следует выбирать максимально возможный;
- если эти меры не приняты, то наряду с описанными прогнозами инфляции необходимо рассмотреть сценарии, связанные с наиболее быстрым (из реально прогнозируемых) снижением инфляции от принятой максимальной до принятой минимальной величины;
- оценить нижний предел возможных изменений одной из характеристик изменения валютного курса (например, цепных индексов внутренней инфляции иностранной валюты), в том числе из соображений соотношения долларовых цен на продукцию: по проекту и существующих (внутри страны и за рубежом).

При прогнозе инфляции следует учитывать официальные сведения, а также экспертные и прочие оценки, которые учитывают дефлятор ВВП, и/или индексы цен по достаточно большой "корзине" постоянного состава [15].

Для описания влияния инфляции на эффективность инвестиционного проекта применяют следующие показатели:

1. Общий индекс инфляции за период. Он равен отношению среднего уровня цен в конце n-го шага к среднему уровню цен в начальный момент времени.

2. Общий индекс инфляции за n -й шаг, равный отношению среднего уровня цен в конце n -го шага к среднему уровню цен в конце $(n - 1)$ -го шага (цепной общий индекс инфляции).

3. Темп (уровень, норма) общей инфляции за этот шаг, выражаемый обычно в процентах в год (или в месяц).

4. Средний базисный индекс инфляции на n -м шаге, равный отношению среднего уровня цен в середине n -го шага к среднему уровню цен в начальный момент [6].

Далее рассмотрим учет влияния факторов риска и неопределенности на показатели эффективности проекта.

Показатели эффективности проекта, рассчитанные с учетом данных факторов, называются ожидаемыми [14].

Для того чтобы оценить устойчивость проекта, необходимо провести анализ сценариев. Сценарий реализации проекта, для которого были выполнены расчеты эффективности (т.е. сочетание условий, к которому относятся эти расчеты), рассматривается как основной (базисный), все остальные возможные сценарии - как вызывающие те или иные позитивные или негативные отклонения от отвечающих базисному сценарию (проектных) значений показателей эффективности. Наличие или отсутствие риска, связанное с осуществлением того или иного сценария, определяется каждым участником по величине и знаку соответствующих отклонений. Риск, связанный с возникновением тех или иных условий реализации проекта, зависит от того, с точки зрения чьих интересов он оценивается.

Проект считается устойчивым, если при всех сценариях он оказывается эффективным и финансово-реализуемым, а возможные неблагоприятные последствия устраняются мерами, предусмотренными организационно-экономическим механизмом проекта.

Для того чтобы произвести оценку устойчивости и эффективности проекта в условиях неопределенности, рекомендуется использовать следующие методы:

- укрупненную оценку устойчивости;
- расчет уровней безубыточности;
- метод вариации параметров;
- оценку ожидаемого эффекта проекта с учетом количественных характеристик неопределенности [6].

Все методы, кроме первого, предусматривают разработку сценариев реализации проекта в наиболее вероятных или наиболее опасных для каких-либо участников условиях и оценку финансовых последствий осуществления таких сценариев. Это дает возможность при необходимости предусмотреть в проекте меры по предотвращению или перераспределению возникающих потерь.

При использовании метода укрупненной оценки в целях обеспечения устойчивости проекта рекомендуется:

- использовать умеренно пессимистические прогнозы технико-экономических параметров проекта, цен, ставок налогов, обменных курсов валют и иных параметров экономического окружения проекта, объема производства и цен на продукцию, сроков выполнения и стоимости отдельных видов работ и т.д. (при этом позитивные отклонения указанных параметров будут более вероятными, чем негативные);

- предусматривать резервы средств на непредвиденные инвестиционные и операционные расходы, обусловленные возможными ошибками проектной организации, пересмотром проектных решений в ходе строительства, непредвиденными задержками платежей за поставленную продукцию и т.п.;

- увеличивать норму дисконта (в расчетах коммерческой эффективности - коммерческую, в расчетах общественной и региональной эффективности - социальную, в расчетах бюджетной эффективности - бюджетную) на величину поправки на риск.

Если данные условия соблюдаются, то проект считается устойчивым, если он имеет достаточно высокие значения интегральных показателей, в частности положительное значение ожидаемого ЧДД [6].

Степень устойчивости проекта по отношению к возможным изменениям условий реализации может быть охарактеризована показателями границ безубыточности и предельных значений таких параметров проекта, как объем производства, цены производимой продукции и пр. Предельным значением параметра для t -го года является такое значение, при котором чистая прибыль от проекта равна нулю. Подобные показатели используются только для оценки влияния возможного изменения параметров проекта на его финансовую реализуемость и эффективность, но сами они не относятся к показателям эффективности ИП, и их вычисление не заменяет расчетов интегральных показателей эффективности [15].

Граница безубыточности параметра проекта для некоторого шага расчетного периода определяется как такой коэффициент к значению этого параметра на данном шаге, при применении которого чистая прибыль, полученная в проекте на этом шаге, становится нулевой. Одним из наиболее распространенных показателей данного типа является уровень безубыточности.

Уровнем безубыточности $УБ_m$ на шаге m называется отношение объема продаж (производства), соответствующего «точке безубыточности» ($V_{крm}$), к проектному объему продаж (V_m) на этом шаге. Под «точкой безубыточности» понимается такой объем продаж, при котором чистая прибыль становится равной нулю [6].

При определении этого показателя принимается, что на шаге m :

- объем производства равен объему продаж;
- объем выручки меняется пропорционально объему продаж;
- доходы от внереализационной деятельности и расходы по этой деятельности не зависят от объемов продаж;
- полные текущие издержки производства делятся на условно-постоянные (при изменении объема производства их величина не меняется) и условно-переменные, величина которых изменяется прямо пропорционально объемам производства.

Уровень безубыточности рассчитывается по формуле:

$$УБ_m = (C_m - CV_m - DC_m) / (S_m - CV_m) \quad (1.6)$$

где S_m -объем выручки на шаге m ;

C_m - полные текущие издержки производства продукции (производственные затраты плюс амортизация, налоги и иные отчисления, относимые как на себестоимость, так и на финансовые результаты, кроме налога на прибыль) на шаге m ;

CV_m - условно-переменные текущие издержки производства (включая наряду с переменной частью производственных затрат и, возможно, амортизации налога и иные отчисления, пропорциональные выручке: на пользователей автодорог, на поддержание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы и пр.) на шаге m ;

DC_m - доходы от внереализационной деятельности за вычетом расходов по этой деятельности на шаге m [6].

Если проект предусматривает производство нескольких видов продукции, формула (1.6) не изменяется, а все входящие в нее величины берутся по всему проекту (без разделения по видам продукции).

При пользовании формулой (1.6) все цены и затраты следует учитывать без НДС.

Существуют следующие риски, которые необходимо учитывать при разработке проекта:

1. Внешние риски, к которым можно отнести:

- риски, связанные с нестабильностью экономического законодательства и текущей экономической ситуации;

- риск неблагоприятных социально-политических изменений в стране или регионе;

- возможность изменения природно-климатических условий, возникновения стихийных бедствий;

- недостаточный учет деятельности конкурентов (настоящих и потенциальных);
- возможные риски спроса (обусловлены платежеспособностью, сегментацией рынка и т.д.);
- возможные риски в поставках;
- колебания рыночной конъюнктуры, валютных курсов и т. п.

2. Внутренние риски, к которым относятся:

- низкий уровень технологической обеспеченности (средствами и условиями технических ресурсов);
- недостаточная подготовка и организация производства;
- производственно-технологический риск (аварии и отказы оборудования, производственный брак и т. п.);
- недостаточный уровень обеспеченности необходимыми трудовыми ресурсами ;
- низкий уровень профессионализма ключевых участников проекта;
- риски управленческих решений;
- финансовые риски (условия займов, соотношение собственных и заёмных средств);
- неполнота или неточность информации о финансовом положении и деловой репутации фирм-соучастников (возможность неплатежей, банкротств, срывов договорных обязательств) [23].

После определения основных рисков, необходимо конкретизировать их применительно к разрабатываемому проекту. Дальнейшую работу по идентификации рисков следует проводить с использованием Анкет идентификации рисков, целью которых является ответ на вопрос: достаточно ли внимание при разработке проекта уделено каждому виду риска?

Даже если ответы на один или несколько вопросов данной анкеты являются негативными, это не означает, что необходимо изменять проект или полностью отказаться от его реализации. В этом случае следует выявить

потенциальные зоны риска, оценить его величину и разработать комплекс мероприятий по снижению риска.

Назначение анализа риска - дать потенциальным партнерам необходимые данные для принятия решений о целесообразности участия в проекте и выработке мер по защите от возможных финансовых потерь [9].

Анализ сценариев развития проекта позволяет оценить влияние на проект возможного одновременного изменения нескольких переменных через вероятность каждого сценария. Этот вид анализа может выполняться как с помощью электронных таблиц (например, Microsoft Excel), так и с применением специальных компьютерных программ, позволяющих использовать методы имитационного моделирования.

В первом случае формируются 3-5 сценариев развития проекта. Каждому сценарию должны соответствовать:

- набор значений исходных переменных,
- рассчитанные значения результирующих показателей,
- некоторая вероятность наступления данного сценария, определяемая экспертным путем.

В результате расчета определяются средние (с учетом вероятности наступления каждого сценария) значения результирующих показателей [14].

При формировании сценариев с использованием методов имитационного моделирования применяется следующая последовательность действий:

1. определяются интервалы возможного изменения исходных переменных, внутри которых эти переменные являются случайными величинами;
2. определяются виды распределения вероятностей внутри заданных интервалов;
3. устанавливаются коэффициенты корреляции между зависимыми переменными;
4. многократно (не менее 200 раз) рассчитываются результирующие показатели;

5. полученные результирующие показатели рассматриваются как случайные величины, которым соответствуют такие характеристики, как: математическое ожидание, дисперсия, функция распределения и плотность вероятностей;

6. определяется вероятность попадания результирующих показателей в тот или иной интервал, вероятность превышения минимально допустимого значения и др.

Вероятностные характеристики используются для принятия инвестиционных решений, ранжирования проектов, обоснования рациональных размеров и форм резервирования и страхования.

Применяя тот или иной метод анализа риска, следует иметь в виду, что кажущаяся высокая (особенно при использовании имитационного моделирования) точность результатов может быть обманчивой и ввести в заблуждение аналитиков и лиц, принимающих решение.

К мероприятиям по снижению рисков относят:

- распределение риска между участниками проекта (передача части риска соисполнителям), резервирование средств на покрытие непредвиденных расходов,
- снижение рисков в плане финансирования, страхование [23].

Таким образом, разработка инвестиционного проекта требует весьма долгой и объемной работы. Однако перед тем как принять решение о разработке инвестиционного проекта, необходимо оценить условия внутренней и внешней среды предприятия, провести анализ финансово- хозяйственной деятельности на основе данных Отчета о финансовых результатах и Бухгалтерского баланса.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «АСПЕКТ»

2.1 Общая характеристика предприятия ООО «Аспект»

Организационно-правовая форма предприятия ООО «Аспект» – общество с ограниченной ответственностью.

Юридический адрес организации: 456300, РФ, г. Миасс Челябинской обл., ул. ак. Павлова, 20.

Филиал предприятия: 456300, РФ, г. Миасс Челябинской обл., ул. Добролюбова, 39а.

Режим работы: пн - пт: с 9:00 до 20:00

сб - вс: с 9:00 до 18:00

Площадь занимаемой территории: 350 кв. метров.

Численность работающих: 78 человек.

Сайт в интернете: <http://aspekt74.ru/services>.

Реквизиты организации представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Реквизиты организации

ОГРН	1037400872068
ИНН	7415038406
КПП	741501001
ОКПО	13428337
ОКТМО	75742000001
Организационно-правовая форма (ОПФ)	Общество с ограниченной ответственностью
Уставный капитал по состоянию на 31.12.17	10 тыс. руб.

Руководитель юридического лица (генеральный директор): Сунагатуллин Дамир Аглиуллович, ИНН: 741500242100.

Учредители:

- 90% Сунагатуллина Юлия Фаридовна, 9 тыс. руб., 13.04.2018 , ИНН 741502337364;

- 10% Шевцов Дмитрий Валерьевич, 1 тыс. руб., 11.04.2005 , ИНН 741508068816.

Основной вид экономической деятельности (ОВЭД): 45.32 "торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями". Также ООО "Аспект" работает еще по 14 направлениям.

Автокомплекс «Аспект» - это автосервис в Миассе, который предоставляет услуги по капитальному и мелкосрочному ремонту автомобилей.

Автосервис был основан в сентябре 1996 года.

Компания осуществляет ремонт, диагностику и техническое обслуживание автомобилей, а также предоставляет услуги по установке дополнительного оборудования. Все работы выполняются с помощью современного высококачественного и высокоточного оборудования.

Автосервис предоставляет такие услуги, как:

- Диагностика.
- Ремонт.
- Техобслуживание.
- Шиномонтаж.
- Автомойка.
- Ремонт стекол.
- Обслуживание АКПП [29].

В автосервисе работают квалифицированные мастера, имеющие большой опыт технического обслуживания и ремонта автомобилей.

Основными потребителями предлагаемых услуг являются владельцы легковых машин города Миасса, в котором расположен автосервис.

Основными конкурентами ООО «Аспект» являются другие автосервисы города Миасса, такие как: ООО «Автодоктор», ООО «Автосервис-74», ООО «Регинас», ООО «АвтоРеал» и другие.

2.2 Анализ ассортимента услуг

Чтобы выявить, какая услуга вносит наибольший вклад в объем выручки, необходимо провести анализ ассортимента. Проанализируем вклад каждой ассортиментной группы в объем выручки от продаж за последние три года и представим результаты в таблице 2.2.

Таблица 2.2 - Доля ассортиментных групп в общем объеме продаж

Наименование группы	Доля группы в объеме продаж (%)			Выручка от продаж (тыс.руб.)		
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Продажа автозапчастей	33	31	27	28800,75	23891,39	17801,37
Диагностика	13	15	19	11345,75	11560,35	12526,89
Слесарный ремонт	16	17	17	13964	13101,73	11208,27
Тех. обслуживание	4	8	3	3491	6165,52	1977,93
Шиномонтаж	9	6	8	7854,75	4624,14	5274,48
Ремонт стёкол	4	4	3	3491	3082,76	1977,93
Автомойка	19	18	21	16582,25	13872,42	13845,51
Обслуживание АКПП	2	1	2	1745,5	770,69	1318,62
Итого	100	100	100	87 275	77 069	65 931

Анализ ассортимента за 2015 г. – 2017 г. Представлен на рисунках 2.1-2.3.

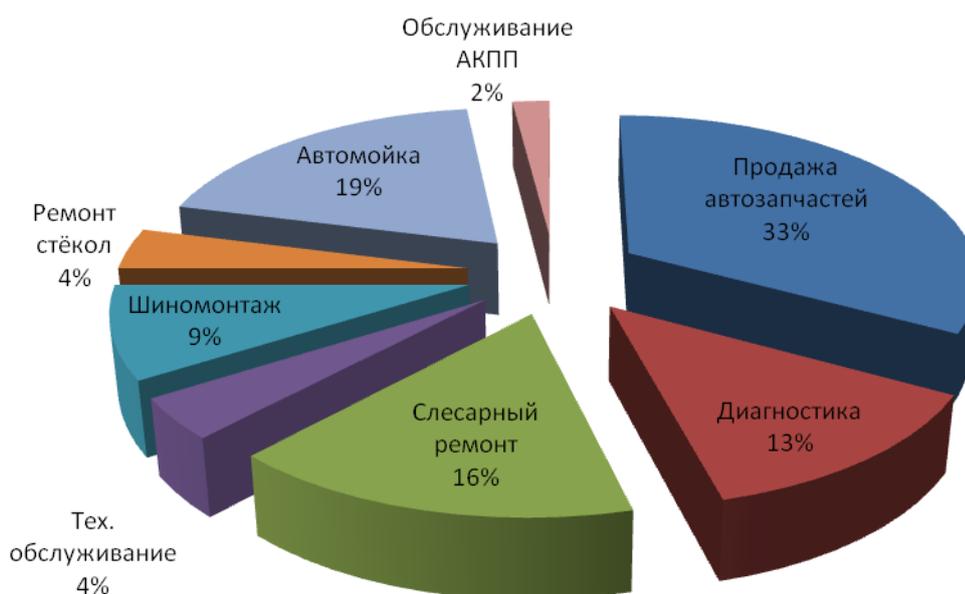


Рисунок 2.1-Анализ ассортимента за 2015 год, %

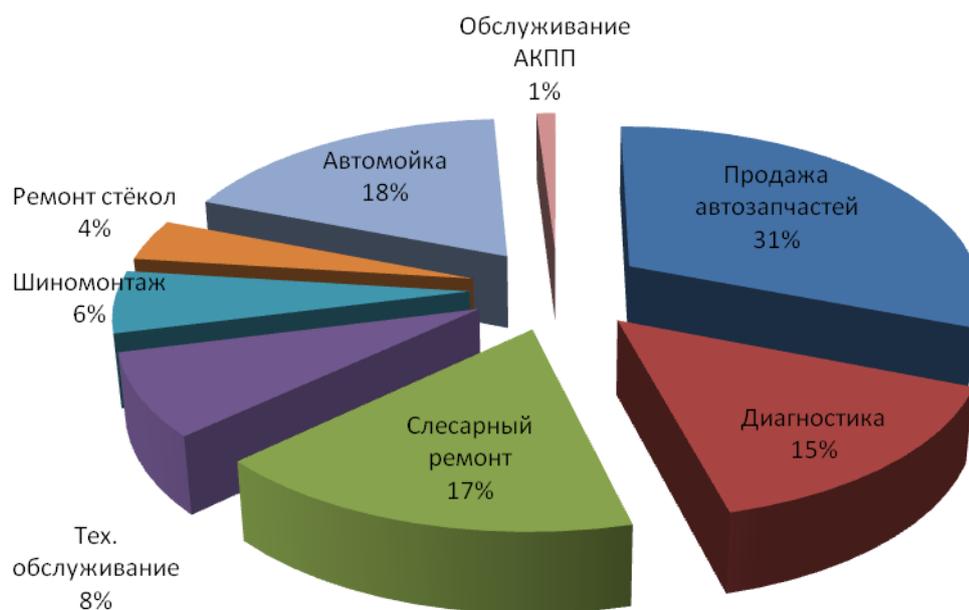


Рисунок 2.2- Анализ ассортимента за 2016 год, %

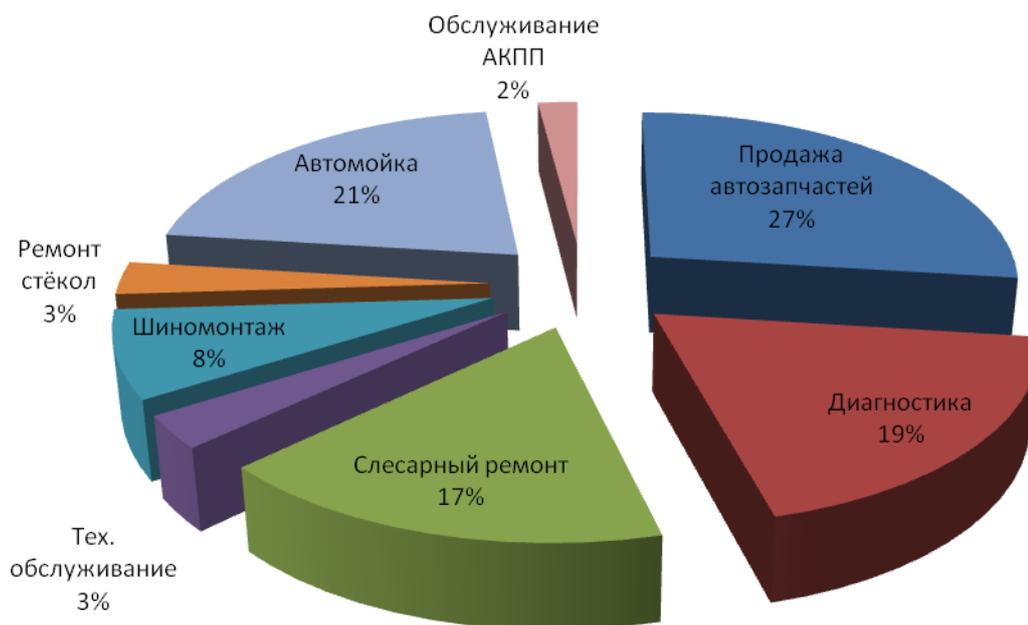


Рисунок 2.3-Анализ ассортимента за 2017 год, %

Таким образом, наибольшую долю в ассортименте по объему выручки от продаж за последние 3 года занимает продажа автозапчастей, которая составила:

33% (28800,75 тыс. руб.) за 2015 год, 31% (23891,39 тыс. руб.) за 2016 год и 27% (17801,37 тыс. руб.) за 2017 год. Наиболее востребованными являются услуги автомойки. Их удельный вес составил 19%, 18% и 21% в 2015, 2016 и 2017 году соответственно. В целом, ассортимент услуг ООО "Аспект" в рассматриваемом периоде стабильный, его основу составляют три вида услуг: автомойка, слесарный ремонт и диагностика.

2.3 Анализ внешней и внутренней среды

На данном этапе развития ООО «Аспект» можно отнести к группе «малых» предприятий.

Штат фирмы составляет 78 человек. В 2017 году среднемесячная заработная плата составила 26 тыс. руб.

Основные поставщики:

- ООО «Аванта-Премиум» (г. Челябинск). Является поставщиком запасных частей и комплектующих высокого качества к автомобилям крупнейших мировых производителей.

- ООО «Шате-М Плюс» (г. Екатеринбург). Является крупнейшим оптовым центром автозапчастей на российском и белорусском рынке.

- ООО «Планета Oil» (г. Екатеринбург). Основное направление деятельности компании «Планета-Оил» — продажа нефтепродуктов. Является поставщиком масел, смазок и охлаждающих жидкостей.

Основные конкуренты:

- ООО «Автореал». Компания основана как дилер ОАО «АвтоВАЗ» в 2008 году и представляет весь модельный ряд автомобилей ЛАДА в городе Миасс. Автосалон «Автореал» предлагает любые виды услуг для покупателей начиная с получения кредитов и страхования автомобиля, установку дополнительного оборудования – автосигнализации, автоакустика, антикоррозионная обработка и

т.д., также техническое обслуживание и ремонт автомобилей. Кроме того, сервисный центр «Автореал» более 10 лет работает и оказывает услуги по комплексному кузовному, малярному ремонту, косметическому ремонту автомобиля – полировка кузова, химчистка салона [30].

- ООО «Регинас». Автокомплекс «Регинас» открылся в Миассе в октябре 2013 года и представляет такие бренды, как Skoda, Nissan, Chevrolet Niva, Hyundai, Datsun, Toyota. Сервисные подразделения способны произвести любое обслуживание автомобилей, начиная от мойки и заканчивая сложным кузовным ремонтом и тюнингом [31].

- ООО «Автосервис-74». Компания занимается: ремонтом и обслуживанием автомобилей, регулировкой развала-схождения, тюнингом автомобилей, шиномонтажными работами, заменой моторного масла, установкой лобового стекла, кузовными работами, диагностикой автомобилей по низкой цене.

Основные потребители:

Потребители – это основной фактор, определяющий, сможет ли фирма возместить свои издержки, получить прибыль и обеспечить развитие. Успех организации заключается в нахождении своего потребителя и удовлетворении его потребностей [27].

Потребности потребителей услуг автосервиса различны. На объем предоставляемых услуг по обслуживанию и ремонту автомобилей оказывают большое влияние уровень доходов и покупательская способность населения.

Организации и частные лица с низким уровнем доходов предпочитают ремонтировать автомобили своими силами (или на собственной производственной базе), в редких случаях обращаясь к услугам автосервиса. Организации и частные владельцы транспортных средств, менее стесненные в средствах, наиболее часто прибегают к услугам сервисных организаций.

Основными потребителями услуг ООО «Аспект» являются владельцы легковых машин, из которых 60% - мужчины в возрасте от 20 до 50 лет. Их

привлекают близость к дому, удобное месторасположение в двух частях города, наличие парковок, невысокие цены, широкий ассортимент услуг, скидки, наличие кафе.

SWOT-анализ

Применяемый для анализа среды метод SWOT – сила (strength), слабость (weakness), возможности (opportunities) и угрозы (threats) – является широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды организации [25].

Матрица SWOT – анализа, разработанная для компании ООО «Аспект»

Сильные стороны:

1. Современное оборудование. В ООО «Аспект» используется только высококачественное и современное оборудование для диагностики, тех. обслуживания и ремонта автомобилей.

2. Квалифицированный персонал. В автокомплексе работают только квалифицированные мастера, имеющие большой опыт технического обслуживания и ремонта автомобилей.

3. Большой опыт работы. ООО «Аспект» имеет опыт работы более 20 лет и поэтому знает тонкости работы с различными марками автомобилей, как отечественного, так и иностранного производства.

4. Широкий выбор автозапчастей. Компания работает со всеми оптовыми поставщиками и магазинами города, поэтому любая деталь может быть подобрана и найдена в нужные сроки.

5. Наличие постоянных клиентов.

6. Широкий перечень предоставляемых услуг по ремонту и диагностике.

Слабые стороны:

1. Снижение выручки от продаж.

2. Усиление конкуренции.

3. Неустойчивое финансовое состояние.

4. Низкая платежеспособность предприятия.

5. Неэффективная организация маркетинга и продаж.

Возможности:

1. Освоение новых видов предоставляемых услуг.
2. Увеличение числа поставщиков.
3. Открытие интернет - магазина по продаже запчастей.
4. Приобретение нового оборудования.

Угрозы:

1. Появление новых конкурентов на рынке автосервисов.
2. Падение спроса на услуги.
3. Возможность уйти в убыток.
4. Ужесточение налоговой политики.

Затем необходимо количественно оценить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы со стороны внешней среды. Экспертная оценка значимости проблемы ставится на пересечении строки и столбца (по 5-балльной системе). Таким образом, мы проведем оценку значимости проблем, возникших при пересечении сильных и слабых сторон, возможностей и угроз. Зависимости оценены в баллах:

- 5 - максимальная зависимость
- 4 - сильная зависимость
- 3 - средняя зависимость
- 2 - зависимость ниже среднего
- 1 - низкая зависимость
- 0 - отсутствие взаимосвязи.

Оценка значимости сильных и слабых сторон представлена в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Матрица SWOT-анализа

		Возможности				Угрозы				Σбаллов
		1	2	3	4	1	2	3	4	
Сильные стороны	1	3	2	0	4	4	1	2	0	16
	2	4	1	4	5	4	0	2	0	20
	3	4	2	3	4	3	2	0	0	18
	4	1	5	4	1	2	3	3	2	21
	5	4	3	3	4	5	4	4	1	28
	6	3	3	0	5	4	3	4	2	24
Слабые стороны	1	5	3	2	5	4	4	5	3	31
	2	3	0	2	3	5	1	4	0	18
	3	4	1	2	3	4	5	4	4	27
	4	4	1	2	3	4	4	5	2	25
	5	3	1	3	3	4	0	2	0	16
	Σ баллов	38	22	25	40	43	27	35	14	

Самыми сильными сторонами ООО «Аспект» по итогам SWOT-анализа являются: наличие постоянных клиентов и широкий перечень предоставляемых услуг по ремонту и диагностике.

Самыми слабыми сторонами организации являются: снижение выручки от продаж и усиление конкуренции.

Основные возможности: освоение новых видов предоставляемых услуг и приобретение нового оборудования.

Основные угрозы: появление новых конкурентов на рынке автосервисов и возможность уйти в убыток.

Исходя из полученных данных поля СИВ, можно сделать вывод, что организация должна использовать вышеперечисленные сильные стороны для того, чтобы получить отдачу от возможностей, а именно освоить новые виды предоставляемых услуг за счет внедрения нового оборудования.

Исходя из полученных данных поля СЛВ, можно сделать вывод, что организации следует за счет возможностей попытаться преодолеть имеющиеся в организации слабости. А именно освоить новые виды услуг автосервиса для улучшения конкурентной позиции и увеличения выручки.

Исходя из полученных данных поля СИУ, можно сделать вывод, что организация должна использовать свои сильные стороны для устранения угроз со стороны внешней среды, а именно на нейтрализацию действий конкурентов за счет расширения перечня предоставляемых услуг, увеличения числа постоянных клиентов.

Исходя из полученных данных поля СЛУ, можно сделать вывод, что наиболее острыми проблемами являются снижение выручки от продаж и ухудшающаяся конкурентная позиция, которые организация может решить за счет возможностей, используя сильные стороны. Преодоление этих слабых сторон уменьшит воздействие угроз.

Таким образом, с целью устранения угроз и слабых сторон, предприятию необходимо реализовать возможные направления развития: внедрить новое оборудование и расширить ассортимент предоставляемых услуг.

2.4 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Аспект»

Анализ финансовых результатов

Для анализа финансовых результатов деятельности организации рассмотрим данные отчетов о финансовых результатах за 2015, 2016 и 2017 года (приложение Б) и формы №1 на 31.12.2015, 2016 и 2017 годов (приложение А), и представим их в таблице 2.4.

Таблица 2.4 - Состав, структура и динамика балансовой прибыли

Состав балансовой прибыли	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение 2016 г. к 2015 г.		Изменение 2017 г. к 2016 г.	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	В абсолютной величине, тыс.руб.	%	В абсолютной величине, тыс.руб.	%
1 Балансовая прибыль	2 905	2 488	1 797	-417	-14	-692	-28
2 Прибыль от продаж	3 247	2 858	2 194	-389	-12	-665	-23

Окончание таблицы 2.4

3 Доходы от участия в других организациях	0	0	0	0	0	0	0
4 Разница полученных и уплаченных процентов	-342	-370	-397	-28	-8	-27	-7
5 Разница между прочими доходами и расходами	0	0	0	0	0	0	0
6 Чистая прибыль	2 318	1 983	1 431	-335	-14	-553	-28

Динамика изменения показателей прибыли представлена на рисунке 2.4.

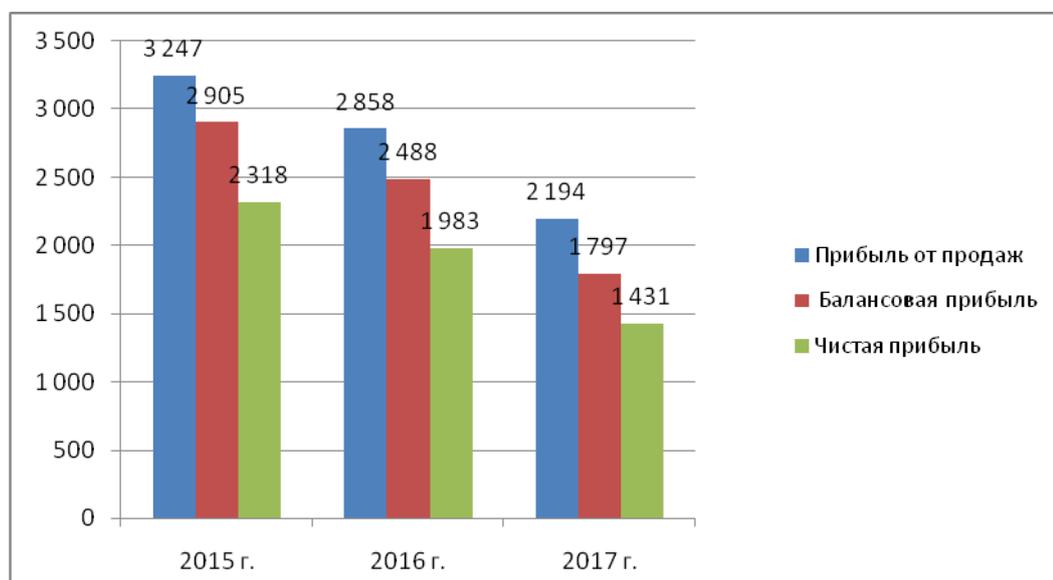


Рисунок 2.4- Динамика изменения прибыли от продаж, балансовой и чистой прибыли, тыс. руб.

В период с 2015 по 2017 год наблюдается снижение балансовой прибыли. Снижение прибыли в 2016 году в отношении 2015 года составило 417 тыс. руб., а в 2017 году произошло снижение прибыли по сравнению с 2016 на 692 тыс. руб. За отчетный год по основной деятельности предприятие получило прибыль 2194 тыс. руб., за предыдущий год 2858 тыс. руб., а прибыль за год предшествующий предыдущему составила в сумме 3247 тыс. руб. За счет разницы между полученными и уплаченными процентами прибыль снизилась в 2015 году на 342

тыс. руб., в 2016 на 370 тыс. руб., а в 2017 на 397 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия в отчетном году по сравнению с предыдущим снизилась на 28%, а в 2016 году прибыль снизилась по сравнению с 2015 годом на 14%.

Следующим этапом анализа финансовых результатов является исследование влияния факторов на прибыль от реализации. Формирование прибыли от реализации представлено в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Формирование прибыли от реализации.

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение, тыс. руб.	
	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	2016 г. к 2015 г.	2017 г. к 2016 г.
1 Выручка от продажи товаров, работ, услуг	87 275	77 069	65 931	-10 206	-11 138
2 Себестоимость	83 999	74 174	63 702	-9 825	-10 472
3 Коммерческие расходы	12	12,6	13	1	1
4 Управленческие расходы	17	24	22	7	-2
5 Полная себестоимость	84 028	74 211	63 737	-9 817	-10 473
6 Прибыль от реализации продукции	3 247	2 858	2 194	-389	-665

Влияние каждого из факторов отражено в таблице 2.6

Таблица 2.6- Факторный анализ прибыли от реализации

Показатели	Значение	
	2015-2016 гг.	2016-2017 гг.
1 Общее изменение прибыли: $dP=P_1 - P_0$	-388,6	-664,6
2 Коэффициент изменения объема: $K_1=Q_1 / Q_0$	0,88	0,86
3 Влияние изменения объема на прибыль: $dP_1=P_0 * (K_2-1)$	-379,4	-403,4
4 Коэффициент изменения себестоимости: $K_2=S_1 / S_0$	0,88	0,86
5 Влияние изменения структуры: $dP_2 =P_0*(K_1-K_2)$	-0,3	-9,7
6 Влияние изменения удельных затрат: $dP_3= -Q_1(S_1/Q_1-S_0/Q_0)$	-8,9	-251,5
7 Проверка: $dP =dP_1+dP_2+dP_3$	-389	-665

Динамика изменения выручки от продаж представлена на рисунке 2.5.

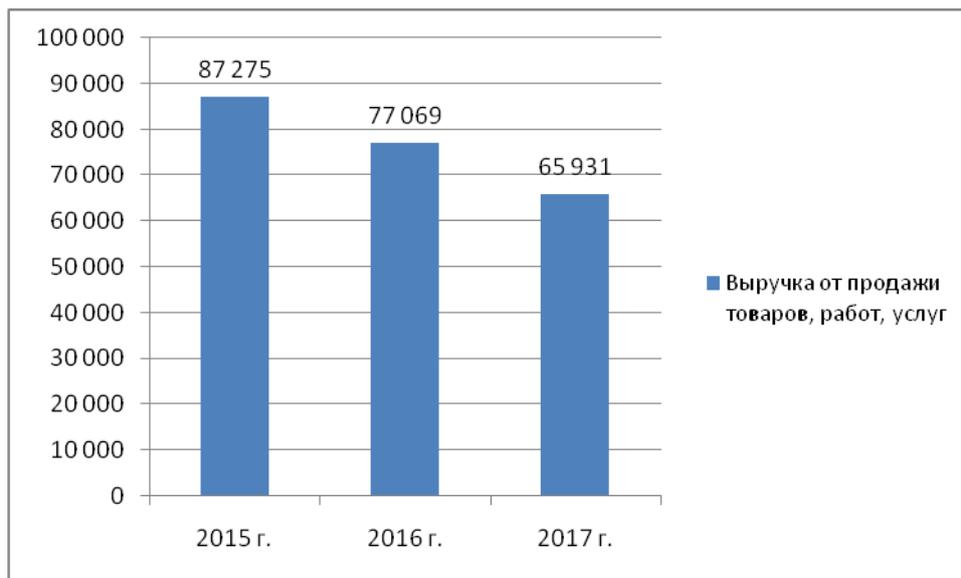


Рисунок 2.5- Динамика изменения выручки от продаж, тыс. руб.

В 2017 году прибыль от продаж снизилась по сравнению с 2016 годом на 664,6 тыс. руб. Снижение объёма продаж привело к сокращению прибыли на 403,4 тыс. руб., изменение структуры привело к снижению прибыли на 9,7 тыс. руб. Изменение удельных затрат снизило прибыль на 251,5 тыс. руб. В 2016 году по сравнению с 2015 годом прибыль от продаж сократилась на 388,6 тыс. руб. Изменение объёма продаж снизило прибыль от продаж на 379,4 тыс. руб., изменение структуры привело к незначительному сокращению прибыли на 0,3 тыс. руб., а изменение удельных затрат на 8,9 тыс. руб.

Анализ и оценка показателей рентабельности

Показатели рентабельности продаж рассчитывается на базе отчета о финансовых результатах, представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Показатели рентабельности

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение	
				2015-2016 гг.	2016-2017 гг.
1 Прибыль от продаж, тыс. руб.	3247,0	2858,4	2193,8	-388,6	-664,6
2 Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	2905,0	2488,4	1796,8	-416,6	-691,6

Окончание таблицы 2.7

3 Чистая прибыль (прибыль после налогообложения), тыс. руб.	2318,0	1983,4	1430,8	-334,6	-552,6
4 Среднегодовая стоимость всего капитала, тыс. руб.	25974,0	7601,0	7659,0	-18373,0	58,0
5 Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	2684,0	2618,0	2751,5	-66,0	133,5
6 Среднегодовая величина собственного капитала, тыс. руб.	2448,0	4644,0	4602,0	2196,0	-42,0
7.Рентабельность продаж, %	3,7	3,7	3,3	0,0	-0,4
8.Рентабельность всего капитала, %	11,2	32,7	23,5	21,6	-9,3
9. Рентабельность основных средств, %	121,0	109,2	79,7	-11,8	-29,5
10.Рентабельность собственного капитала, %	94,7	42,7	31,1	-52,0	-11,6

Изменение показателей рентабельности представлено на рисунке 2.6.

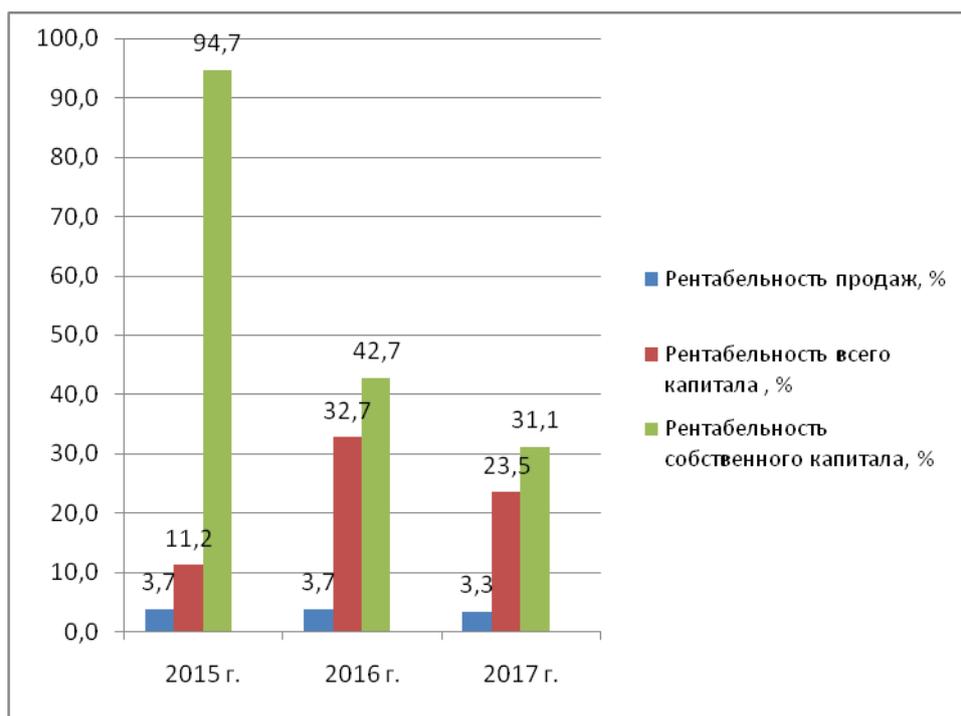


Рисунок 2.6- Изменение показателей рентабельности, %

Анализ показателей рентабельности свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия в период с 2015 по 2017 год. Как видно из таблицы, рентабельность продаж снижается в 2017 году по сравнению с

2016 и достигает 3,3 %. Рентабельность собственного капитала так же уменьшается, т.е. сокращается эффективность использования собственных средств. Рентабельность всего капитала возрастает в 2016 году и снижается в 2017. Рентабельность основных средств так же имеет тенденцию к снижению.

Анализ финансового состояния предприятия

Активы – это стоимость средств, которыми владеет предприятие. Активы разделяются на текущие активы (оборотные активы) и недвижимое имущество (внеоборотные активы). Анализ динамики состава и структуры имущества дает возможность установить размер абсолютного и относительного прироста или уменьшения всего имущества предприятия и отдельных его видов (приложение В).

Стоимость активов на 31 декабря 2017 года составила 7412 тыс. руб., на 31 декабря 2016 года – 7906 тыс. руб., на 31 декабря 2015 года - 7296 тыс. руб. Стоимость имущества на 31 декабря 2017 по сравнению с предыдущим годом сократилась на 494 тыс. руб. за счет снижения оборотных активов на 893 тыс. руб. Внеоборотные активы увеличили стоимость имущества на 399 тыс. руб., а именно за счет увеличения основных средств. Стоимость активов на 31 декабря 2016 по сравнению с 2015 годом увеличилась на 610 тыс. руб., за счет увеличения оборотных активов на 1190 тыс. руб., а именно за счет увеличения запасов на 937 тыс. руб., однако внеоборотные активы снизили стоимость активов на 580 тыс. руб., в основном за счет снижения финансовых вложений. Удельный вес внеоборотных активов на 31 декабря 2017 года составлял 39,8 %, 2016 года - 32,3 и 2015 – 42,9 %. Удельный вес оборотных активов на 31 декабря 2017 года составлял 60,2 %, 2016 года - 67,7 и 2015 – 57,7 %.

Пассивы – это обязательства (заемные средства) плюс собственный капитал (приложение Г). Причины увеличения или уменьшения имущества предприятий устанавливаются в ходе изучения происшедших изменений в составе источников его образования. Поступление, приобретение, создание имущества предприятия может осуществляться за счет собственных и заемных средств

(капитала), характеристика соотношения которых раскрывает существо его финансового положения. Так, увеличение доли заемных средств с одной стороны свидетельствует об усилении финансовой неустойчивости предприятия и повышении степени его финансовых рисков, а с другой – об активном перераспределении доходов от кредиторов к предприятию-должнику [11].

На 31 декабря отчетного, предыдущего и года предшествующего предыдущему предприятие имело средний удельный вес собственных средств, соответственно: 48,5%; 51,4% и 56,6%. Снижение собственных средств в период с 2015 по 2017 год произошло за счет снижения нераспределенной прибыли. Заемные средства представлены в виде долгосрочных и краткосрочных обязательств. В 2016 году долгосрочные обязательства составили 2244 тыс. руб. В 2015 и 2017 году предприятие не использовало долгосрочные кредиты и займы. Краткосрочные обязательства увеличились в 2017 году по сравнению с 2016 на 2218 тыс. руб., в основном за счет увеличения заемных средств на 1200 тыс. руб. В 2016 году по сравнению с 2015 наблюдается снижение краткосрочных обязательств на 1562 тыс. руб.

Анализ обеспеченности запасов источниками их формирования

Показатели обеспеченности запасов источниками финансирования позволяют оценить степень финансовой устойчивости предприятия. Эффективное управление оборотным капиталом предприятия предполагает не только поиск и привлечение дополнительных источников финансирования, но и их рациональное размещение в активах предприятия. Для этого используется трехмерный (трехкомпонентный) показатель типа финансовой устойчивости [28].

Анализ обеспеченности запасов источниками их формирования представлен в таблице 2.8.

Таблица 2.8 - Анализ обеспеченности запасов источниками их формирования

Показатели	на 31 декабря 2015 г., тыс. руб.	на 31 декабря 2016 г., тыс. руб.	на 31 декабря 2017 г., тыс. руб.	Изменение, тыс. руб.	
				31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17
1.Реальный собственный капитал	4896	4392	4812	-504	420
2. Внеоборотные активы и долгосрочная дебиторская задолженность	3132	2552	2951	-580	399
3. Наличие собственных оборотных средств	1764	1840	1861	76	21
4. Долгосрочные кредиты и заемные средства	0	2244	0	2244	-2244
5. Наличие долгосрочных источников формирования запасов	1764	4084	1861	2320	-2223
6. Краткосрочные кредиты и заемные средства	1 500	0	1 200	-1500	1200
7. Общая величина основных источников формирования запасов	3264	4084	3061	820	-1023
8. Общая величина запасов	2641	3558	2662	917	-896
9. Излишек (+) или недостаток (-) собственных оборотных средств	-877	-1718	-801	-841	917
10. Излишек (+) или недостаток (-) долгосрочных источников формирования запасов	-877	526	-801	1403	-1327
11. Излишек (+) или недостаток (-) общей величины основных источников формирования запасов	623	526	399	-97	-127
12.Тип финансовой устойчивости (трехкомпонентный показатель)	$\pm E^c \leq 0$ $\pm E^T \leq 0$ $\pm E^\Sigma \geq 0$	$\pm E^c \leq 0$ $\pm E^T \geq 0$ $\pm E^\Sigma \geq 0$	$\pm E^c \leq 0$ $\pm E^T \leq 0$ $\pm E^\Sigma \geq 0$		

Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости ООО «Аспект» показал, что на 31 декабря 2015 и 2017 годов предприятие находилось в неустойчивом финансовом состоянии, т.е. запасы обеспечены общей величиной источников их формирования. На 31 декабря 2016 года предприятие имело

нормальную устойчивость финансового состояния, т.е. запасы были обеспечены долгосрочными источниками формирования.

Относительные показатели финансовой устойчивости

Устойчивость финансового состояния характеризуется системой финансовых коэффициентов:

1) Коэффициент финансовой автономии (независимости).

Рекомендованное значение: $K_a \geq 0,5$.

2) Коэффициент маневренности собственного оборотного капитала показывает, какая часть собственного оборотного капитала находится в обороте, т.е. в той форме, которая позволяет свободно маневрировать этими средствами, а какая капитализирована. Рекомендованные значения: $K_m \geq 0,5$.

3) Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами характеризует наличие собственных оборотных средств предприятия, необходимых для его финансовой устойчивости. Рекомендованные значения: $K_{об.з.} \geq 0,6-0,8$.

4) Коэффициент финансового риска показывает соотношение привлеченных средств и собственного капитала. Оптимальное значение данного коэффициента – менее или равно 0,5. Критическое значение – 1.

5) Коэффициент прогноза банкротства характеризует удельный вес оборотных средств в составе активов [11].

Относительные показатели финансовой устойчивости представлены в таблице 2.9.

Таблица 2.9 – Анализ относительных показателей

Наименование коэффициентов	на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 г.	Изменение	
				31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17
1 Имущество предприятия, тыс. руб.	7296,0	7906,0	7412,0	610,0	-494,0
2 Реальный собственный капитал, тыс. руб.	4896,0	4392,0	4812,0	-504,0	420,0
3 Заемные средства всего:	2400,0	3514,0	2600,0	1114,0	-914,0

Окончание таблицы 2.9

в т. ч.					
3.1 долгосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	0,0	2244,0	0,0	2244,0	-2244,0
3.2 краткосрочные кредиты и займы, тыс. руб.	1500,0	0,0	1200,0	-1500,0	1200,0
3.3 кредиторская задолженность и прочие активы, тыс. руб.	900,0	1270,0	1400,0	370,0	130,0
4 Внеоборотные активы и долгосрочная дебиторская задолженность, тыс. руб.	3132,0	2552,0	2951,0	-580,0	399,0
5 Наличие собственных оборотных средств, тыс. руб.	1764,0	1840,0	1861,0	76,0	21,0
6 Запасы с НДС, тыс. руб.	2641,0	3558,0	2662,0	917,0	-896,0
7 Денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, дебиторская задолженность и прочие активы, тыс. руб.	1523,0	1796,0	1799,0	273,0	3,0
8 Коэффициент автономии	0,7	0,6	0,6	-0,1	0,1
9 Коэффициент маневренности собственного капитала	0,4	0,4	0,4	0,1	-0,03
10 Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками	0,7	0,5	0,7	-0,2	0,2
11 Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,5	0,8	0,5	0,3	-0,3
12 Коэффициент кредиторской задолженности	0,4	0,4	0,5	0,0	0,2
13 Коэффициент прогноза банкротства	0,4	0,2	0,4	-0,2	0,2

Анализ относительных показателей финансовой устойчивости ООО «Аспект» показал, что не все коэффициенты финансовой устойчивости за 2017, 2016 и 2015 годы соответствуют рекомендованным значениям. Коэффициент автономии и коэффициент соотношения собственных и заемных средств

полностью удовлетворяют рекомендованным значениям. Коэффициент маневренности за данный период не достиг рекомендованного значения. Коэффициент обеспеченности запасов собственными источниками достиг рекомендованного значения в 2015 и 2017 году. Коэффициент кредиторской задолженности на конец 2015 и 2016 года равен 0,4, на конец 2017 года - 0,5, это говорит о том, что часть текущей деятельности предприятие организует за счет кредиторской задолженности.

Анализ относительных показателей ликвидности

Показатели ликвидности предприятия позволяют определить его способность оплатить краткосрочные обязательства. Наиболее важными для анализа являются следующие показатели:

- 1) коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2) коэффициент критической ликвидности;
- 3) коэффициент покрытия [28].

Расчет относительных показателей ликвидности представлен в таблице 2.10.

Таблица 2.10- Относительные показатели ликвидности

Показатели	на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 года	Изменение	
				31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17
1. Денежные средства (1250) , тыс. руб.	16,0	3,0	53,0	-13,0	50,0
2. Краткосрочные финансовые вложения (1240) , тыс. руб.	0,0	0,0	350,0	0,0	350,0
3 Итого, тыс. руб.	16,0	3,0	403,0	-13,0	400,0
4. Дебиторская задолженность (платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты) (1230) , тыс. руб.	1507	1793	1396	286	-397
5. Прочие оборотные активы (1260) , тыс. руб.	0	0	0	0	0
6. Итого, тыс. руб.	1523,0	1796,0	1799,0	273,0	3,0
7. Запасы с НДС (1210+1220) , тыс. руб.	2641,0	3558,0	2662,0	917,0	-896,0
8. Итого, тыс. руб.	4164,0	5354,0	4461,0	1190,0	-893,0

Окончание таблицы 2.10

9. Краткосрочные кредиты и займы (1510) , тыс. руб.	1500,0	0,0	1200,0	-1500,0	1200,0
10. Кредиторская задолженность (1520) , тыс. руб.	900,0	1270,0	1400,0	370,0	130,0
11. Прочие краткосрочные пассивы (1550) , тыс. руб.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
11 Прочие краткосрочные обязательства (1660) , тыс. руб.	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
12. Итого: Краткосрочных обязательств, тыс. руб.	2400,0	1270,0	2600,0	-1130,0	1330,0
13 Коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{аб}$)	0,01	0,002	0,16	0,0	0,2
14 Коэффициент критической ликвидности ($K_{кр}$)	0,63	1,414	0,69	0,8	-0,7
15 Коэффициент покрытия ($K_{п}$)	1,74	4,22	1,72	2,5	-2,5
16. Коэффициент общей платежеспособности ($K_{о.п.}$)	3,04	2,25	2,85	-0,8	0,6

Анализ относительных показателей ликвидности показал, что на предприятии показатель абсолютной ликвидности в 2015 - 2017 годы ниже рекомендованного значения. Коэффициент критической ликвидности достиг рекомендованного значения в 2016 году. Коэффициент покрытия соответствует рекомендованному значению. В 2017 году по сравнению с 2016 годом наблюдается увеличение коэффициента общей платежеспособности. Исходя из этого, можно сделать вывод, что предприятие имеет недостаточную платежеспособность, но, в целом, состояние предприятия улучшается.

Анализ деловой активности предприятия

Показатели оборачиваемости характеризуют интенсивность использования средств предприятия и его деловой активности. В процессе анализа детально изучается оборачиваемость всех активов, оборотных активов, в составе оборотных анализируются показатели запасов, дебиторская и кредиторская задолженности. Проводится сравнительный анализ дебиторской и кредиторской задолженности.

Расчет показателей деловой активности произведен в таблице 2.11.

Таблица 2.11 - Показатели деловой активности

Показатели	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Изменение	
				31.12.15- 31.12.16	31.12.16- 31.12.17
1 Выручка от продаж, тыс. руб.	87 275,0	77 069,0	65 931,0	-10 206,0	-11 138,0
2 Среднегодовая стоимость всего капитала, тыс. руб.	25 974,0	7 601,0	7 659,0	-18 373,0	58,0
3 Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	2 684,0	2 618,0	2 751,5	-66,0	133,5
4 Среднегодовая стоимость оборотных активов, тыс. руб.	4 164,0	5 354,0	4 461,0	1 190,0	-893,0
5 Среднегодовая стоимость материальных оборотных активов, тыс. руб.	2 641,0	4 420,0	4 889,0	1 779,0	469,0
6 Среднегодовая стоимость дебиторской задолженности, тыс. руб.	1 507,0	1 650,0	1 594,5	143,0	-55,5
7 Среднегодовая стоимость кредиторской задолженности, тыс. руб.	900,0	1 085,0	1 335,0	185,0	250,0
8 Средняя величина собственных средств, тыс. руб.	2 448,0	4 644,0	4 602,0	2 196,0	-42,0
9 Коэффициент общей оборачиваемости капитала	3,4	10,1	8,6	6,8	-1,5
10 Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	21,0	14,4	14,8	-6,6	0,4
11 Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных активов	33,0	17,4	13,5	-15,6	-4,0
12 Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	57,9	46,7	41,3	-11,2	-5,4
13 Средний срок оборота дебиторской задолженности, дней	6,3	7,8	8,9	1,5	1,0
14 Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	97,0	71,0	49,4	-25,9	-21,6
15 Средний срок оборота кредиторской задолженности, дней	3,8	5,1	7,4	1,4	2,3

Наблюдается снижение коэффициентов оборачиваемости материальных оборотных активов, дебиторской и кредиторской задолженности. Коэффициент общей оборачиваемости в 2017 году по сравнению с 2016 годом снижается на 1,5.

Увеличиваются сроки оборота дебиторской и кредиторской задолженности. Как негативный фактор стоит отметить превышение длительности оборота дебиторской задолженности над кредиторской.

Диагностика вероятности банкротства

Для диагностики вероятности риска банкротства применим метод кредитного скоринга.

Границы классов согласно критериям представлены в таблице 2.12.

Таблица 2.12- Диагностика вероятности банкротства методом кредитного скоринга

Показатель	Границы классов согласно критериям				
	I класс	II класс	III класс	IV класс	V класс
Рентабельность совокупного капитала, %	30 и выше (50 баллов)	29,9-20 (49,9-35 баллов)	19,9-10 (34,9-20 баллов)	9,9-1 (19,9 -5 баллов)	менее 1 (0 баллов)
Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	2,0 и выше (30 баллов)	1,99-1,7 (29,9-20 баллов)	1,69-1,4 (19,9-10 баллов)	1,39-1,1(9,9-1 баллов)	1 и ниже (0 баллов)
Коэффициент финансовой независимости (автономии)	0,7 и выше (20 баллов)	0,69-0,45 (19,9-10 баллов)	0,44-0,30 (9,9 - 5 баллов)	0,29-0,20 (5 - 1 баллов)	менее 0,2 (0 баллов)
Границы классов	100 баллов и выше	99-65 баллов	64-35 баллов	34-6 баллов	0 баллов

Общая оценка финансовой устойчивости анализируемого предприятия представлена в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Общая оценка финансовой устойчивости анализируемого предприятия

Номер показателя	На 31 декабря 2015 г.		На 31 декабря 2016 г.		На 31 декабря 2017 г.	
	Фактический уровень показателя	Количество баллов	Фактический уровень показателя	Количество баллов	Фактический уровень показателя	Количество баллов
1	70,22	50	61,22	50	49,95	50
2	1,32	7,69	0,8	0	1,17	3,15
3	0,67	19,08	0,56	14,53	0,65	18,25

Окончание таблицы 2.13

Итого:		76,77		64,53		71,39
Класс		2 класс		3 класс		2 класс

В 2015 году и 2017 году предприятие относилось ко 2 классу и характеризовалось как предприятие, демонстрирующее некоторую степень риска по задолженности. На 31 декабря 2016 года предприятие относилось к 3 классу и характеризовалось, как проблемное.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности показал, что в период с 2015 года по 2017 год предприятие отработало прибыльно, однако наблюдается снижение прибыли от продаж, балансовой и чистой прибыли. Анализ показателей рентабельности так же свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия в рассматриваемом периоде.

На 31.12.15 г. и 31.12.17 г. предприятие находилось в неустойчивом финансовом состоянии. В рассматриваемом периоде предприятие не являлось абсолютно платежеспособным, о чем свидетельствует уровень коэффициентов ликвидности. Показатели деловой активности имеют тенденцию к снижению.

Недостатком деятельности предприятия является снижение выручки в рассматриваемом периоде. Это происходит, в основном, из-за увеличения конкуренции на рынке автосервисов в городе Миассе.

3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ПО ВНЕДРЕНИЮ НОВОЙ УСЛУГИ НА ООО «АСПЕКТ»

3.1 Описание инвестиционного проекта

С целью повышения эффективности деятельности предприятия предлагается к внедрению проект открытия цеха по покраске легковых автомобилей в ООО «Аспект».

В настоящее время статистика отмечает рост отечественного автопарка и увеличение продаж автомобилей [32].

В связи с этим растет потребность в оказании различных автоуслуг. Одной из таких услуг является покраска автомобилей. Услуги покраски автомобилей ежедневно требуются большому количеству автовладельцев: при предпродажной подготовке, после механических повреждений, для улучшения внешнего вида транспортного средства.

По данным статистики ГИБДД, вероятность попадания в ДТП водителя, чей стаж вождения менее 1 года – до 95%. Почти 50% водителей со стажем до 3 лет являются виновниками всех ДТП на дорогах страны [33].

Следовательно, в ближайшие несколько лет следует ожидать увеличения спроса на малярно-кузовные услуги.

Данные обстоятельства делают перспективным и актуальным такой вид бизнеса, как покраска автомобилей. Подобный сервис способен приносить стабильный, высокий доход, поскольку стоимость покраски одной детали автомобиля составляет 3000-8000 рублей.

Таким образом, открытие цеха по покраске автомобилей является перспективным направлением бизнеса. К преимуществам относятся:

- стабильная прибыль;
- актуальное и перспективное направление, пользующееся спросом;
- высокий уровень доходов;

- возможность расширения спектра услуг;
- простые условия организации бизнеса.

Процесс покраски автомобиля включает следующие этапы:

- 1) удаление ржавчины, грязи и пыли;
- 2) грунтование;
- 3) шлифовка и подготовка поверхности к покраске;
- 4) подбор цвета краски;
- 5) нанесение краски;
- 6) нанесение прозрачного лака на высохшую поверхность и повторная сушка;
- 7) полировка покрашенной поверхности.

Таким образом, покраска автомобиля является длительным и кропотливым процессом, каждый этап которого требует качественного исполнения.

Покрасочная камера будет установлена в одном из цехов автосервиса.

Для выбора наиболее подходящей покрасочной камеры проведем позиционирование покрасочных камер от разных производителей. Для этого определим характеристики и свойства, по которым будет отбираться оборудование для приобретения.

Технические характеристики покрасочных камер разных производителей представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1- Сравнительная характеристика покрасочных камер

Марка	Характеристики					Цена, руб
	Размер, (Д*Ш*В), м	Освещение, ламп*Вт	Система фильтров предварительной очистки, %	Напольные решетки (0-нет, 1-есть)	Воздухообмен, м3/час	
GuangliG L3	7*5,3*3,5	40*36	90%	1	20 000	964100
AIRmax	8*4*3,2	32*40	75%	0	18 000	795000

Окончание таблицы 3.1

CONTEN ENTAL	7*5 *3,5	38*36	80%	1	21 000	920000
Макситон	7*5,3*3,5	40*40	90%	1	23 000	1420000

Таким образом, основными потребительскими свойствами покрасочных камер являются:

C1- Размер покрасочной камеры (Д*Ш*В), м.

C2 – Освещение, ламп*Вт.

C3 – Система фильтров предварительной очистки, %.

C4 – Наличие напольных решеток.

C5 – Воздухообмен, м3/час.

Представим ранжирование потребительских свойств оборудования по степени их значимости с помощью метода групповых экспертных оценок в таблице 3.2. Экспертами выступили работники предприятия.

Таблица 3.2 – Ранжирование потребительских свойств.

	C1	C2	C3	C4	C5
Директор	1	4	2	5	3
Наладчик	5	1	4	3	2
Инженер-технолог	1	5	3	4	2
Сумма r	7	10	9	12	7

Далее построим диаграмму рангов потребительских свойств (рис. 3.1).

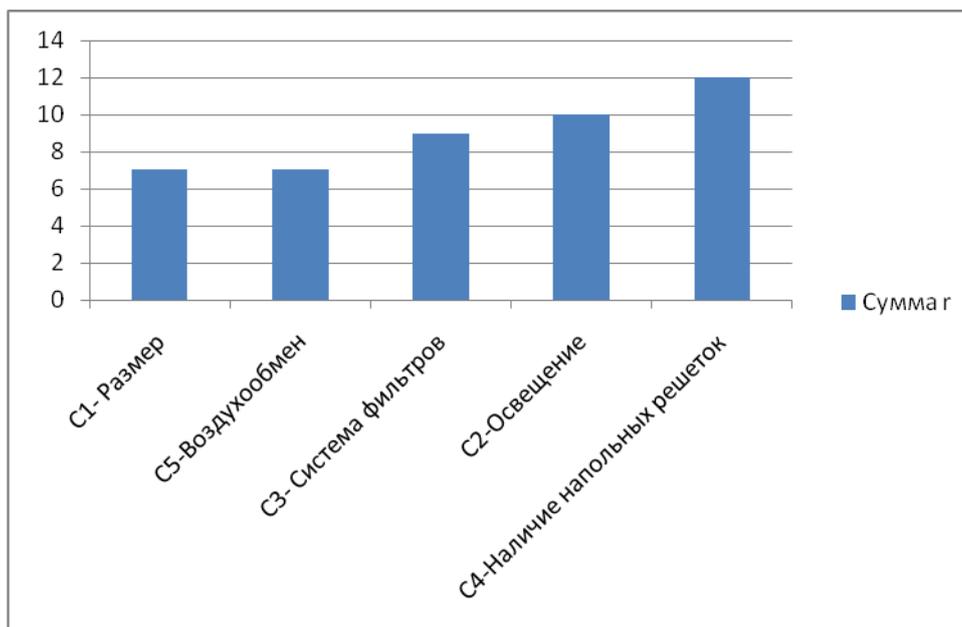


Рисунок 3.1 – Диаграмма рангов потребительских свойств

Таким образом, «ключевыми» свойствами покрасочной камеры являются: размер, воздухообмен и система фильтров.

Для каждого свойства зададим частную функцию полезности, чтобы в последующем определить интегральный индекс качества, и сравним потребительские свойства оборудования в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Потребительские свойства оборудования

	Размер, Д*Ш*В, м	Воздухообмен, м3/час	Система фильтров, %	F1	F2	F3	Цена, руб	ИИК
GuangliGL3	7*5,3*3,5	20 000	90	0,92	0,94	0,89	964 100	0,92
AIRmax	8*4*3,2	18 000	75	0,87	0,45	0,12	795 000	0,36
CONTINENTAL	7*5*3,5	21 000	80	0,35	0,26	0,95	920 000	0,58
Макситон	7*5,3*3,5	23 000	90	0,75	0,68	0,56	1420000	0,82

$$\text{ИИК} = \sqrt[n]{F1(C1) * F2(C2) * \dots * Fn(Cn)} \quad (3.1)$$

Таким образом, наиболее полно отвечает требованиям покрасочная камера GuangliGL3. Учитывая соотношение «цена – качество» она больше всех подходит для целей проекта.

Покрасочная камера GuangliGL3 предназначена для проведения покрасочных работ на различных типах легковых автомобилей, включая внедорожники и микроавтобусы.

Покрасочная камера GuangliGL3 имеет в своей основе металлическое основание высотой 30 см, напольные решётки выдерживает нагрузку до 600 кг на одно колесо. В стандартном исполнении камера GuangliGL3 комплектуется дизельной горелкой из нержавеющей стали RielloG20 итальянского производства, мощность горелки составляет 202 кВт, 90% нагретого воздуха подвергается рециркуляции. Корпус покрасочной камеры GuangliGL3 собирается из сэндвич-панелей толщиной 50 мм., в качестве наполнителя используется пенополистирол, опционально можно в качестве наполнителя использовать минеральную вату. Фронтальная дверь покрасочной камеры состоит из 3-х створок, аварийная дверь находится сбоку камеры, она оборудована пневматическим затвором. Данная покрасочная камера оборудована двумя вентиляторами: приточным и вытяжным. Заслонка, переключающая режимы окраска/сушка, срабатывает автоматически посредством пневматики. Система фильтров состоит из: потолочного фильтра (степень фильтрации 98%), напольного фильтра (степень фильтрации 95%) и фильтра предварительной очистки (степень фильтрации 80%). Потолочный фильтр покрасочной камеры состоит из 4-х фильтров, которые монтируются над несущей рамой, выполненной из стали и покрашенной порошковым покрытием. Напольный фильтр состоит из 2-х частей и одного выпускного фильтра. Верхнее освещение покрасочной камеры GuangliGL3 состоит из 10 плафонов, каждый плафон состоит из 40 ламп по 36 Вт. На данной модели покрасочной камеры используется дополнительное боковое освещение, оно включает в себя 8 плафонов, в каждом по 2 лампы мощностью по 18 Вт каждая. Блок управления и его компоненты импортного производства (Mitsubishi, Omron), они защищены от перегрузки, перегрева и пропадания фазы, мотор с линейным приводом. При истечении заданных значений времени, работа камеры автоматически прекращается. Покраска происходит при постоянной температуре. Питание

камеры осуществляется посредством трёхфазной сети с напряжением 380 В., мощность установки 14 кВт.

Покрасочная камера GuangliGL3 представлена на рисунке 3.2.



Рисунок 3.2 – Покрасочная камера GuangliGL3

Для обеспечения производства необходимо закупить оборудование. Современное многофункциональное оборудование – это залог качественной работы. Стандартный перечень оборудования включает в себя:

- Полировальная машинка.
- Комплект краскопультов.
- Специальная лампа колориста.
- Поворотные малярные столы для окраски элементов кузова.
- Инструменты для шлифовки поверхности.
- Инструменты для полировки поверхности.
- Компрессор.

Стоимость оборудования представлена в таблице 3.2

Таблица 3.4 – Стоимость оборудования.

Наименование	Сумма, руб.
Покрасочная камера Guangli GL3	964 100
Краскопульты	1 000
Полировальная машинка	10 600
Шлифовальная машинка	3 200
Лампа колориста	3 100

Окончание таблицы 3.4

Компрессор	10 800
Поворотный окрасочный стол	7 600
Весы для смешивания красок	22 000
Итого	1 023 400

Помимо оборудования для оснащения автопокрасочной мастерской необходимо закупить:

- Расходные материалы (шлифовальные шкурки, насадки на дрели и прочее).
- Химические средства (лаки, краски и прочее)
- Спецодежду для сотрудников.

3.2 Маркетинговая часть

По данным ГИБДД, за последние 10 лет автопарк россиян увеличился на 65%, а ежегодный прирост числа автомобилей составляет 1,5 млн. единиц [33].

В связи с этим растет потребность в оказании различных автоуслуг. Одной из таких услуг является покраска автомобилей. Услуги покраски автомобилей ежедневно требуются большому количеству автовладельцев: при предпродажной подготовке, после механических повреждений, для улучшения внешнего вида транспортного средства.

По данным 2ГИС, в настоящий момент в Миассе функционирует 27 компаний, которые предлагают малярно-кузовные услуги. Объем городского автопарка составляет более 40 тысяч автомобилей. Сопоставляя количество сервисных служб и автомобилей в городе, можно сделать вывод, что рынок еще не насыщен и имеет перспективы для роста [34].

Анализ спроса

Для оценки спроса на услугу по покраске автомобилей, проведем опрос постоянных клиентов ООО «Аспект».

Опрашиваемые отвечали на вопрос: «Хотели бы вы видеть услугу по покраске автомобилей в ООО «Аспект»?». В опросе приняли участие 100 респондентов (таблица 3.5).

Таблица 3.5 – Опрос постоянных клиентов

Ответы	Количество опрошенных, %
Да	54
Скорее, да	30
Скорее, нет	8
Нет	3
Затрудняюсь ответить	5
Итого:	100

Результаты опроса представим на рисунке 3.3.

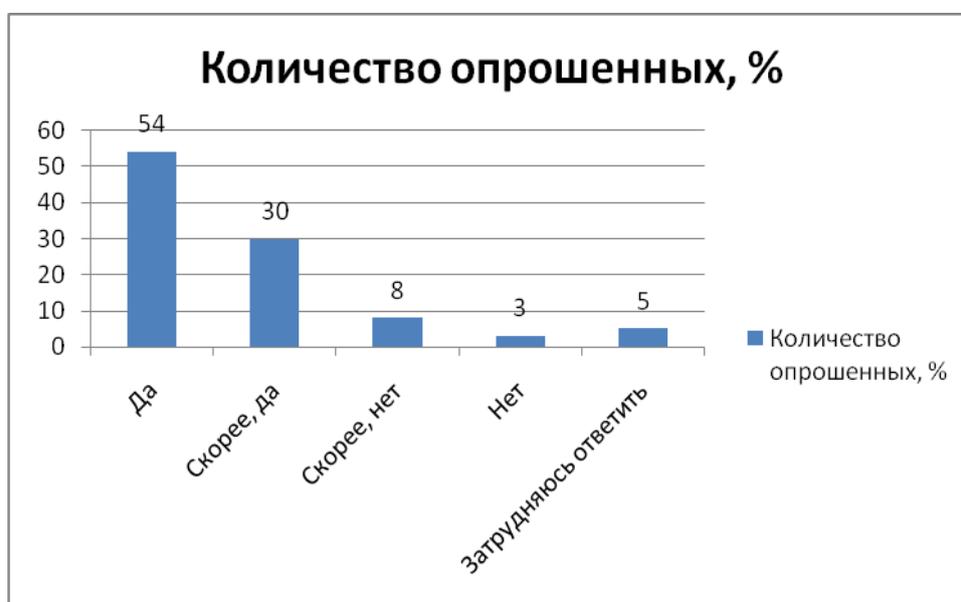


Рисунок 3.3 – Опрос постоянных клиентов, %

Таким образом, большинство клиентов ООО «Аспект» хотели бы видеть услугу по покраске автомобилей в автосервисе.

Также был проведен анализ рынка, который показал, что в 2017 и в 2018 году количество обратившихся в автосервис, которые нуждались в покраске автомобиля, было более 500 человек, но из-за отсутствия данной услуги в ООО «Аспект» им пришлось обращаться в другие автосервисы города.

Данный анализ дает возможность спрогнозировать следующий объем услуг по покраске автомобилей (таблица 3.6).

Таблица 3.6 – Прогноз объема услуг по покраске автомобилей

Вид покраски	Кол-во машин в год, ед.		
	2019	2020	2021
Полная покраска автомобиля	247	256	280
Покраска бампера, крыла, двери	494	500	520
Покраска капота, крыши	247	252	260
Итого	988	1002	1010

Исходя из количества ремонтов, наибольший удельный вес имеет покраска бампера, крыла, двери.

Представим прогноз объема услуг по покраске на рисунке 3.4.

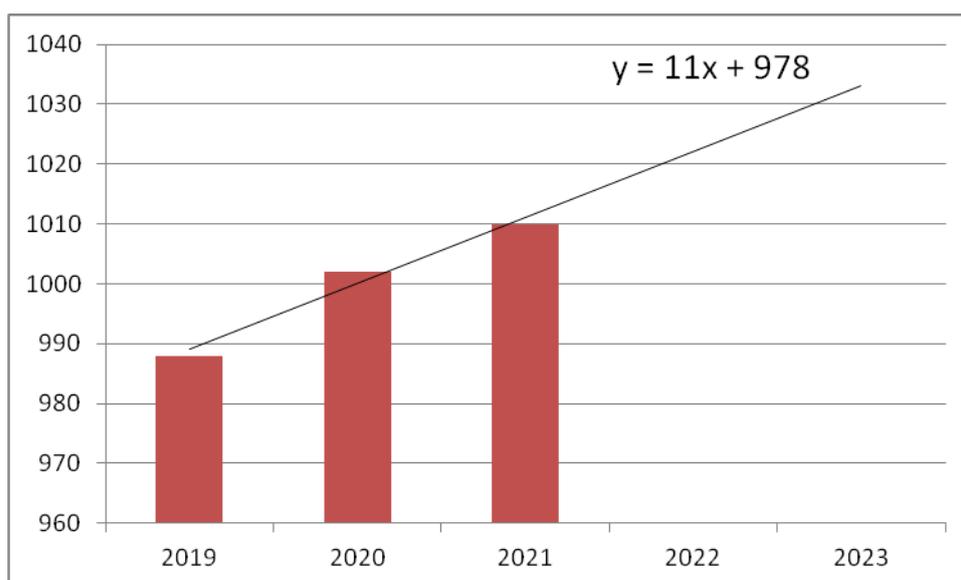


Рисунок 3.4 – Прогноз объема услуг по покраске автомобилей, ед.

Данные обстоятельства позволяют сделать вывод о том, что спрос на данный вид услуг довольно существенный, однако следует учитывать и конкуренцию в этом секторе рынка.

Для оценки конкуренции на рынке технического обслуживания автомобилей рассмотрим его структуру. Она включает:

- Сетевые автосервисы, имеющие свои представительства в различных регионах. С этой группой конкурировать достаточно сложно, поскольку сетевики обладают клиентской базой и определенной деловой репутацией. Кроме того, крупные автосервисы могут объединять в себе целый спектр услуг по техническому обслуживанию автомобилей. В данном случае мелкие сервисы находятся в проигрышном положении.

- Авторизованные автосервисы, специализирующиеся в основном на обслуживании конкретной марки автомобиля. Здесь главная сложность заключается в том, чтобы войти в нишу, т.к. официальные дилеры и автопроизводители очень тщательно выбирают себе партнеров.

- Одиночные автосервисы – самая многочисленная группа. Такие сервисы не имеют аккредитации, но пользуются высоким спросом у автовладельцев, поскольку цена на услуги, как правило, ниже на 20-30%, нежели чем у авторизованных и сетевых автосервисов. Представители этой группы являются основными конкурентами настоящего проекта.

- Индивидуальные услуги по обслуживанию авто сложно отнести к бизнесу, однако стоит учитывать как конкурентную силу, потому как в настоящее время такие услуги пользуются спросом.

Несмотря на большое количество различных автосервисов, конкуренцию на рынке нельзя назвать жесткой. В сфере авторемонта только 10% мастерских принадлежит официальным дилерам, а 90% - это независимые СТО, с которыми можно конкурировать.

Большая конкуренция на рынке автомобильного сервиса обуславливает важную роль репутации и рекламы мастерской. Поэтому основу маркетингового плана составляет тщательная проработка уровня сервиса и рекламной кампании. Основной задачей маркетинга в автосервисном бизнесе является переход разовых клиентов в статус постоянных. Завоевать доверие потребителя возможно при помощи качественного и недорогого сервиса.

Автовладелец, который впервые столкнулся с необходимостью покраски автомобиля, ищет мастерскую лично или следует совету знакомых. Владельцы авто охотно делятся координатами хороших автосервисов, поэтому «сарафанное радио» в данном случае является одним из наиболее эффективных методов продвижения. Для того чтобы клиент вернулся в мастерскую и порекомендовал ее знакомым, необходимо создать комфортные условия обслуживания – длительность работ, качество обслуживания, стоимость услуг и т.д. Для этого можно использовать различные маркетинговые приемы:

- установление цены на услуги немного ниже, чем у конкурентов;
- размещение информации об услугах на тематических сайтах и форумах города;
- внедрение системы скидок при оказании нескольких услуг сразу;
- организация удобного места для ожидания быстропроводимых работ.

Рекламная кампания осуществляется при помощи следующих инструментов:

- размещение информации о новой услуге на сайте ООО «Аспект».
- реклама на билбордах и вывесках. Наиболее эффективной рекламой для автосервиса является наружная реклама. Изготовление и монтаж одного указателя рядом с дорожными знаками стоит в среднем 10 000 рублей. Для повышения эффективности наружной рекламы предполагается изготовление двух указателей, способных привлечь необходимое количество клиентов. Билборд должен служить не только указателем, но и информационным полем, где рекомендуется отразить особенность предложения, например, можно указать сроки работы или действующие акции.

- визитки и флаеры. Распространять печатный материал лучше всего в местах скопления целевой аудитории. Это может быть территория заправки, магазинов автозапчастей, автомоек, шиномонтажных мастерских и т.д. Основным предложением для клиента будет скидка при предъявлении флаера. Данный

инструмент рациональнее применять на первоначальной стадии. Стоимость этого вида рекламы составляет около 10 000 рублей.

- реклама в СМИ. Можно разместить объявление в газете или заказать рекламу на радио. Классика радиорекламы — это 30-секундный ролик, рекламный текст состоит из 60-75 слов без учета предлогов. Стоимость радиорекламы зависит и от выбранного радио, и от времени трансляции ролика, его длительности и количества его повторов. В среднем, стоимость 1 минуты рекламного ролика составляет около 4000 тысяч в период 7:00 до 22:00. Примерный бюджет рекламного продвижения через СМИ составляет 15000 рублей.

План продвижения новой услуги в ООО «Аспект» представлен в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Рекламный бюджет сервиса по покраске автомобилей

Мероприятие	Описание	Затраты, руб.
Наружная реклама	Для привлечения внимания потенциальных клиентов необходимо разместить баннеры-указатели вблизи автосервиса. Затраты включают создание указателей, а также их монтаж	20000
Распространение печатной рекламы	Для этого предполагается создание рекламного материала (флаеров/буклетов) и его распространение в местах скопления целевой аудитории. Затраты включают расходы на создание и печать флаеров, а также заработную плату промоутерам. Рекламный материал содержит в себе скидочный купон 10% на первое посещение	10000
Реклама на местном радио	Планируется выбрать радиостанцию, которую слушает целевая аудитория. Стоимость создания 15-секундного ролика – 3000 рублей. Проведение рекламной кампании – 1 неделя, время трансляции ролика – с 7:00 до 22:00, количество повторов в день – 4 раза.	20000
Итого		50000

В соответствии с расчетами, на продвижение новой услуги планируется затратить 50 000 рублей. Основная часть рекламных мероприятий планируется на первые месяцы открытия покрасочной мастерской.

Затраты на рекламу учитываются в инвестиционном проекте (табл. 3.11).

3.3 Разработка инвестиционного проекта

Существует два вида покраски автомобиля – частичная и полная. В связи с этим, отдельно рассчитаем стоимость материалов на полную покраску автомобиля, покраску бампера/ крыла/ двери и покраску капота/ крыши.

Стоимость 1 литра краски в среднем составляет 320 рублей, лака- 550 рублей, шпатлевки- 640 рублей, грунтовки- 230 рублей, растворителя – 100 рублей за литр.

Затраты материалов на полную и частичную покраску автомобиля представим в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Затраты материалов на полную и частичную покраску автомобиля

	Объем, л	Затраты, руб.
Затраты на полную покраску автомобиля, в т.ч.:		6707
Краска	4	1280
Шпатлевка	4	2560
Грунтовка	2,4	552
Лак	3,3	1815
Растворитель	2,5	250
Расходные материалы	-	250
Затраты на покраску бампера/ крыла/ двери, в т.ч.:		1359
Краска	0,8	256
Шпатлевка	0,7	448
Грунтовка	0,5	115
Лак	0,8	440
Растворитель	0,5	50
Расходные материалы	-	50
Затраты на покраску капота/ крыши, в т.ч.:		1565
Краска	1	320
Шпатлевка	0,8	512
Грунтовка	0,6	138
Лак	0,9	495
Растворитель	0,5	50
Расходные материалы		50

Расчет прямых затрат

Калькуляция себестоимости полной покраски одного автомобиля

представлена в таблице 3.9, расчет осуществлен по нормативам исследуемого предприятия.

Таблица 3.9 – Калькуляция себестоимости полной покраски автомобиля

Статьи затрат	Сумма, руб.
1. Сырье и материалы	6707
2. Транспортные расходы	670,7
3. ИТОГО	7377,7
4. Моечные процедуры	560
5. Демонтаж	1100
6. Зачистка кузова от старого покрытия	1290
7. Грунтовка и шпатлевка кузова	1400
8. Окрашивание и фиксация лаком	1920
9. Полировка кузова	1760
10. Прочие работы	1300
11. ИТОГО	9330
12. Итого полная себестоимость	16707,7
13. Прибыль	6683,1
14. Цена	23390,8
15. Налог на добавленную стоимость НДС	4210,3
16. Цена реализации	27601,1

Калькуляция себестоимости покраски бампера/ крыла/ двери представлена в таблице 3.10

Таблица 3.10 - Калькуляция себестоимости покраски бампера/ крыла/ двери

Статьи затрат	Сумма, руб.
1. Сырье и материалы	1659
2. Транспортные расходы	165,9
3. ИТОГО	1824,9
4. Моечные процедуры	120
5. Демонтаж	250
6. Зачистка кузова от старого покрытия	350
7. Грунтовка и шпатлевка	310
8. Окрашивание и фиксация лаком	470
9. Полировка	320

Окончание таблицы 3.10

10. ИТОГО	1820
11. Итого полная себестоимость	3644,9
12. Прибыль	1093,5
13. Цена	4738,4
14. Налог на добавленную стоимость НДС	852,9
15. Цена реализации	5591,3

Калькуляция себестоимости покраски капота/крыши представлена в таблице 3.11

Таблица 3.11 - Калькуляция себестоимости покраски капота/крыши

Статьи затрат	Сумма, руб.
1. Сырье и материалы	1935
2. Транспортные расходы	193,5
3. ИТОГО	2128,5
4. Моечные процедуры	200
5. Демонтаж	310
6. Зачистка кузова от старого покрытия	400
7. Грунтовка и шпатлевка кузова	330
8. Окрашивание и фиксация лаком	210
9. Полировка	390
10. ИТОГО	1840
11. Итого полная себестоимость	3968,5
12. Прибыль	1190,6
13. Цена	5159,1
14. Налог на добавленную стоимость НДС	928,6
15. Цена реализации	6087,7

Транспортные расходы составляют 10% от стоимости сырья и материалов;
Прибыль на единицу изделия составляет 30% от полной себестоимости.

Исходя из производительности покрасочной камеры и исследования спроса (опрос клиентов), в день будет производиться одна полная покраска автомобиля, одна покраска капота/ крыши и две покраски бампера/ крыла/ двери.

В 2018 году при 5-дневной рабочей неделе 247 рабочих дней, следовательно объем производства и реализации услуг по полной покраске автомобиля составит 247 единиц в год, объем производства и реализации услуг по покраске бампера, крыла, двери – 494 единицы в год, объем производства и реализации услуг по покраске капота, крыши – 247 единиц в год.

Программа производства и реализации продукции приведена в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Программа производства и реализации услуг по покраске автомобиля

Наименование показателей	Ед. измерен.	2019 год	2020 год	2021 год
1. Объем производства и реализации услуг по полной покраске автомобиля	шт.	247	247	247
Цена реализации за единицу услуг	руб.	26 709	26 709	26 709
Выручка от реализации услуг	руб.	6 597 133	6 597 133	6 597 133
в том числе НДС (18%)	руб.	1 187 484	1 187 484	1 187 484
Выручка без НДС	руб.	5 409 649	5 409 649	5 409 649
2. Объем производства и реализации услуг по покраске бампера, крыла, двери	шт.	494	494	494
Цена реализации за единицу услуг	руб.	5591,28	5591,28	5591,28
Выручка от реализации услуг	руб.	2762090,64	2762090,6	2762090,6
в том числе НДС (18%)	руб.	497176,315	497176,32	497176,32
Выручка без НДС	руб.	2 264 914	2 264 914	2 264 914
3. Объем производства и реализации услуг по покраске капота, крыши	шт.	247	247	247
Цена реализации за единицу услуг	руб.	6087,68	6087,68	6087,68
Выручка от реализации услуг	руб.	1 503 657	1 503 657	1 503 657
в том числе НДС (18%)	руб.	270 658	270 658	270 658
Выручка без НДС	руб.	1 232 999	1 232 999	1 232 999

Для обслуживания покрасочной камеры необходимо задействовать трёх рабочих.

Исходя из нормативов предприятия, заработная плата учтена в составе работ по подготовке и покраске автомобиля и её доля составляет 50% от общей

стоимости работ. Отчисления в ФСС составляют 30% от заработной платы.

Общие ежегодные затраты представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Суммарные затраты, руб.

Наименование показателей	2019 год
Материальные затраты, в том числе:	3 151 720
сырье и материалы	3 151 720
Транспортные расходы	315 172
Стоимость работ по подготовке и покраске, в том числе:	3 307 330
Заработная плата	1 653 665
Отчисления в ФСС	496 100
Работы по подготовке и покраске	1 157 566
Всего затрат по проекту	6 774 222

Стоимость приобретаемого оборудования составляет 1 023 400 рублей, стоимость доставки и установки согласно проектно-сметной документации 80 000 рублей.

Капитальные затраты представлены в таблице 3.14

Таблица 3.14 – Капитальные затраты, руб.

Статьи затрат	2019 год
Капитальные вложения по утвержденному проекту, подлежащие выполнению, всего	1 103 400
В том числе:	
Доставка и установка	80 000
Оборудование	1 023 400

Амортизация по приобретаемому оборудованию начисляется линейным способом. Срок полезного использования 10 лет. Расчет представлен в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Амортизационные отчисления, руб.

Наименование показателей	Аморт. отчисл.	2019 год		
		2019 год	2020 год	2021 год
Основные фонды по проекту, всего		1 023 400	0	0
в том числе:				
здания и сооружения		0	0	0
оборудование		1 023 400		

Окончание таблицы 3.15

начисленная амортизация	307 020	102 340	102 340	102 340
Остаточная стоимость основных фондов по проекту	716 380	716 380	0	0

Инвестиционные затраты включают капитальные вложения, приобретение материалов для покрасочных работ с учетом запаса и прочие затраты (затраты на рекламу и спецодежду для рабочих) (таблица 3.16).

Таблица 3.16- Инвестиционные затраты, руб.

Статьи затрат	Всего по проекту	2019 год
Капитальные вложения по утвержденному проекту, подлежащие выполнению	1 103 400	1 103 400
Оборотные средства	262 643	262 643
Прочие затраты, в т.ч.:	53 600	53 600
Затраты на рекламу	50 000	50 000
Затраты на спецодежду для сотрудников	3 600	3 600
Итого - объем инвестиций	1 419 643	1 419 643

Источники финансирования проекта представлены в таблице в таблице 3.17.

Таблица 3.17 - Источники средств на начало реализации проекта, руб.

Наименование источников	Средства на начало реализации проекта
Собственные средства	-
Всего собственных средств	-
Кредиты банков (по всем видам кредитов)	1419643
Всего заемные и привлеченные средства	1419643
ИТОГО ПО ВСЕМ ИСТОЧНИКАМ	1419643

Поскольку на момент разработки проекта предприятие ООО «Аспект» не обладает достаточными собственными средствами для финансирования, в проекте будет использоваться привлеченный кредит. ООО «Аспект» берет кредит у банка ПАО «Сбербанк», т.к. предприятие уже имеет опыт работы с этим банком и является его постоянным клиентом. Рассмотрев линейку кредитов, которые может предложить этот банк, предприятие остановилось на кредите «Доверие».

Срок, на который ООО «Аспект» берет кредит для осуществления проекта – 2 года, с процентной ставкой 16%. График погашения кредита представлен в таблице 3.18.

Таблица 3.18 - График погашения кредита, руб.

	2019 год	2020 год	итого
Недостаток средств	1 419 643	0	0
Сумма кредита	1 419 643		
Погашение кредита	709 822	709 822	1 419 643
Уплата процентов	113 571	113 571	227 143
Общая сумма уплаты за кредит	823 393	823 393	1 646 786

В результате реализации проекта, могут быть получены следующие финансовые результаты (таблица 3.19).

Таблица 3.19 - Финансовые результаты по проекту, руб.

Наименование показателей	2019 год	2020 год	2021 год
Общая выручка от реализации услуг	10 862 880	10 862 880	10 862 880
НДС, акцизы и аналогичные обязательные платежи	1 955 318	1 955 318	1 955 318
Уплачиваемые экспортные пошлины	0	0	0
Выручка от реализации услуг за минусом НДС, акцизов и аналогичных обязательных платежей	8 907 562	8 907 562	8 907 562
Общие затраты по проекту	6 774 222	6 774 222	6 774 222
Амортизационные отчисления	102 340	102 340	102 340
Финансовый результат (прибыль)	2 031 000	2 031 000	2 031 000
Погашение основного долга и выплата процентов за кредит	823 393	823 393	0
Налогооблагаемая прибыль	1 207 607	1 207 607	2 031 000
Налог на прибыль	241 521	241 521	406 200
Чистая прибыль	966 085	966 085	1 624 800
Платежи в бюджет (налог на прибыль, НДС)	2 196 840	2 196 840	2 361 518

Оценка эффективности инвестиционного проекта будет проводиться при следующих исходных данных и допущениях:

– минимальная продолжительность периода, на который рассчитан инвестиционный проект при всех прочих равных и неизменных составляющих процесса составляет 3 года;

- шагом расчета принят отрезок времени равный 1 год;
- для оценки стоимости результатов, затрат, эффектов приняты базисные цены 2017 года;

- норма дисконтирования принята 16%;

- цены и ставки в планируемом периоде рассматриваются как неизменные;

- ставка налога на прибыль – 20%.

Для расчета ЧДД необходимо определить денежные потоки от трех видов деятельности: производственно-сбытовой, инвестиционной и финансовой, которые состоят из притоков и оттоков.

Результаты расчетов представлены в таблице 3.20

Таблица 3.20 - План денежных поступлений и выплат, руб.

Наименование показателей		2019 год	2020 год	2021 год
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПО ПРОИЗВОДСТВУ И СБЫТУ УСЛУГ				
Денежные поступления (приток), всего		10 862 880	10 862 880	10 862 880
в том числе:				
Поступления от продажи услуг		10 862 880	10 862 880	10 862 880
Денежные выплаты, всего (отток)		8 971 062	8 971 062	9 135 740
в том числе:				
Затраты по проекту		6 774 222	6 774 222	6 774 222
Налоги и платежи в бюджет		2 196 840	2 196 840	2 361 518
Сальдо потока от деятельности по производству и сбыту продукции (в т. ч. амортизация 102 340 руб.)		1 994 159	1 994 159	1 829 480
ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ				
Приток средств, всего		0	0	0
в том числе:				
Отток средств, всего		1 419 643		
Сальдо потока от инвестиционной деятельности		-1 419 643	0	0
Сальдо потока от производственной и инвестиционной деятельности		574 515	1 994 159	1 829 480
Сальдо потока нарастающим итогом		574 515	2 568 674	4 398 154
ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ				
Приток средств, всего		1 419 643		
Кредиты, всего		1 419 643		

Окончание таблицы 3.20

Кредит коммерческого банка (по каждому кредиту отдельно)		1 419 643		
Отток средств, всего		823 393	823 393	0
Погашение основного долга по коммерческому кредиту		709 822	709 822	0
Уплата процентов за предоставленные средства (по каждому кредиту отдельно)		113 571	113 571	0
Сальдо потока по финансовой деятельности		596 250	-823 393	0
Общее сальдо потока по всем видам деятельности		1 170 765	1 170 765	1 829 480
Сальдо потока нарастающим итогом		1 170 765	2 341 531	4 171 011
Чистый доход		1 170 765	1 170 765	1 829 480
Инвестиции		-1 419 643		
Ставка дисконтирования E		0,16		
Коэффициенты дисконтирования		0,86	0,74	0,64
Приведенные эффекты		1 009 281	870 069	1 172 070
Сумма приведенных эффектов	3 051 420			
Чистый дисконтированный доход	1 631 776,9			
Индекс доходности	2,15			

Рассчитаем срок окупаемости инвестиционного проекта:

- в первый год окупается 1 009 281 руб.

- во второй год необходимо окупить 1 419 643 руб. - 1 009 281 руб. = 410 363 руб.

- эта сумма окупится за 410 363 руб. / 870 069 руб. \approx 0,5 года

Срок окупаемости 1 год 6 месяцев.

Показатели эффективности проекта представлены в таблице 3.21.

Таблица 3.21 – Показатели эффективности проекта

Показатель	Рекомендуемое значение	Значение
Чистый дисконтированный доход	ЧДД>0	1 631 776,9
Индекс доходности	ИД>1 (1,2)	2,15
Внутренняя норма доходности	ВНД>E	81%
Срок окупаемости	Ток<T	1 г. 6 мес.

Таким образом, значения общепринятых показателей эффективности инвестиционного проекта - чистого дисконтированного дохода, индекса доходности, срока окупаемости капитальных вложений, внутренней нормы доходности свидетельствуют о целесообразности реализации проекта покрасочной камеры.

3.4 Анализ чувствительности

Выходные показатели проекта могут существенно измениться при неблагоприятном изменении (отклонении от проектных) некоторых параметров.

Проверим реализуемость и оценим эффективность проекта в зависимости от изменения основных составляющих проекта:

- объема инвестиций;
- ставки по кредиту;
- издержек по проекту;
- объема выручки.

Результаты анализа чувствительности представлены в таблице 3.22.

Таблица 3.22- Анализ чувствительности

Однопараметрический анализ чувствительности			
Показатели	ЧДД	ИД	Срок окупаемости
Базовый вариант	1 631 777	2,1	1 год 6 месяцев
1. Увеличение инвестиций на 20%	1 136 370	1,7	2 года
2. Увеличение издержек на 10% от проектного уровня	110 361	1,08	2 года 9 мес.
3. Увеличение ставки по кредиту с 16% до 25%	1 549 738	2,1	1 год 7 мес.
4. Снижение объема выручки на 5%	411 935	1,3	2 года 6 мес.
Двухпараметрический анализ чувствительности			
Показатели	ЧДД	ИД	Срок окупаемости
Увеличение инвестиций на 20% и увеличение ставки по кредиту с 16% до 25%	1 037 924	1,6	2 года 1 мес.

Наибольшая чувствительность проекта наблюдается на увеличение издержек на 10% от проектного уровня и на снижение выручки на 5 % от проектного значения.

В целях минимизации проектных рисков, можно предложить следующие мероприятия:

- Создание резервных фондов на покрытие непредвиденных расходов.
- Страхование - передача определенных рисков страховой компании.
- Резервирование мощностей - реализация услуг рассчитывается исходя из минимальной загрузки оборудования.
- Система гарантий - получение гарантий от банка, выдающего кредит.
- Эккаунтинг – сбор дополнительной информации по спросу на услугу по покраске автомобилей.

3.5 Прогнозирование основных показателей деятельности предприятия

Заключительным этапом оценки проекта будет сравнение основных показателей деятельности предприятия с внедрением проекта и без него (табл. 3.23).

Таблица 3.23 – Прогнозные данные основных показателей деятельности предприятия с учетом и без учета реализации инвестиционного проекта, тыс. руб.

Наименование показателя	код	Прогнозные данные без учета проекта			Прогнозные данные с учетом проекта		
		2019 год	2020 год	2021 год	2019 год	2020 год	2021 год
Выручка	2010	66 590	67 256	67 929	75 498	76 164	76 836
Себестоимость продаж	2120	64 339	64 982	65 632	71 113	71 757	72 406
Валовая прибыль (убыток)	2100	2 251	2 274	2 297	4 385	4 407	4 430
Коммерческие расходы	2210	13	14	14	13	14	14
Управленческие расходы	2220	22	23	23	22	23	23
Прибыль(убыток) от продаж	2200	2 216	2 238	2 260	4 349	4 370	4 393
Проценты к получению	2320	0	0	0	0	0	0
Проценты к уплате	2330	397	397	397	511	511	397

Окончание таблицы 3.23

Прибыль(убыток) до налогообложения	2300	1 819	1 841	1 863	3 838	3 860	3 996
Текущий налог на прибыль	2410	364	368	373	768	772	799
Чистая прибыль (убыток)	2400	1 455	1 473	1 491	3 070	3 088	3 197
Рентабельность продаж (по прибыли от продаж), %		3,3	3,3	3,3	5,7	5,7	5,7

Результаты прогнозной выручки от реализации, прибыли и рентабельности продаж с учетом и без учета реализации инвестиционного проекта представлены на рисунках 3.5 - 3.8.

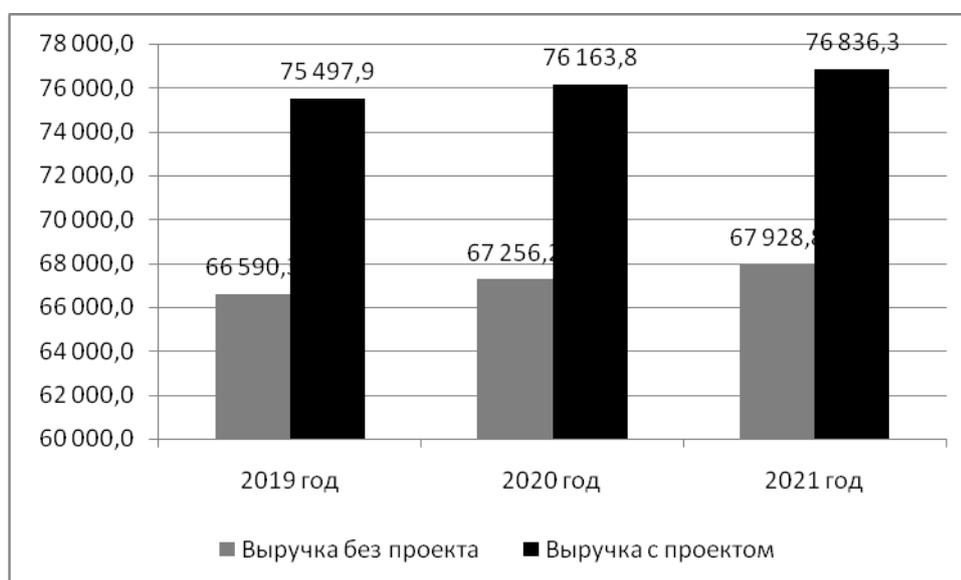


Рисунок 3.5 – Прогноз выручки от реализации с учетом и без учета реализации ИП, тыс. руб.

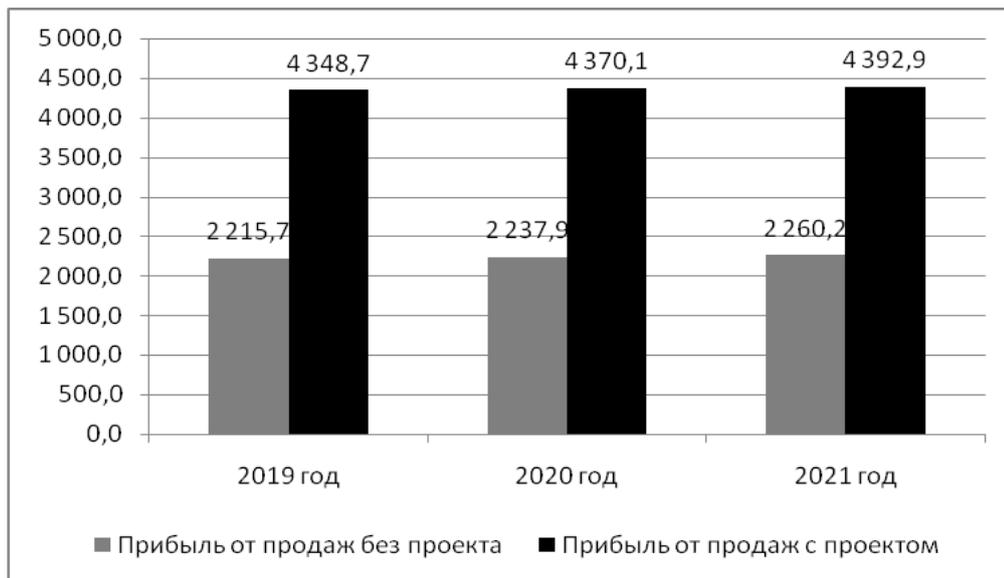


Рисунок 3.6 – Прогноз прибыли от продаж с учетом и без учета реализации ИП, тыс. руб.

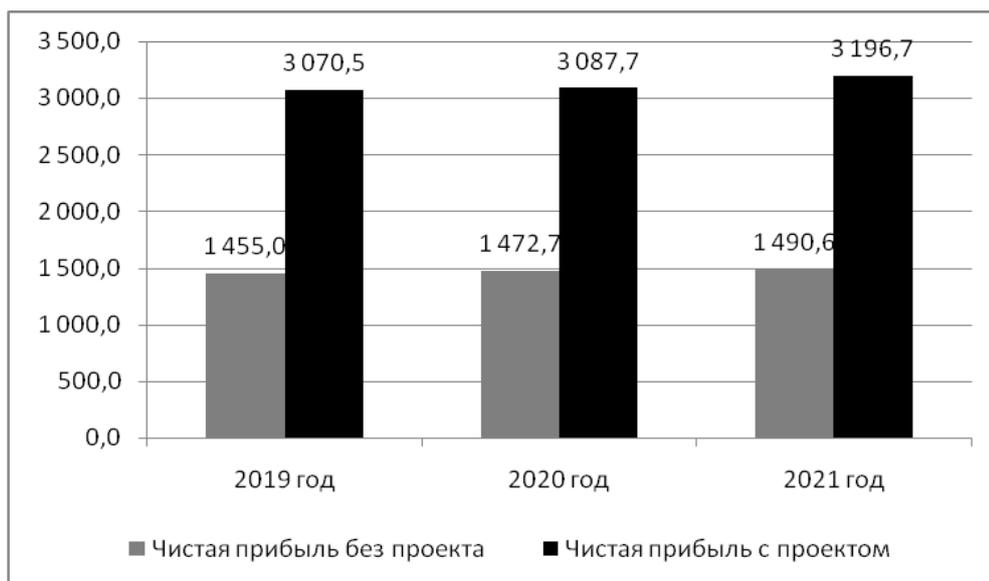


Рисунок 3.7 – Прогноз чистой прибыли с учетом и без учета реализации ИП, тыс. руб.

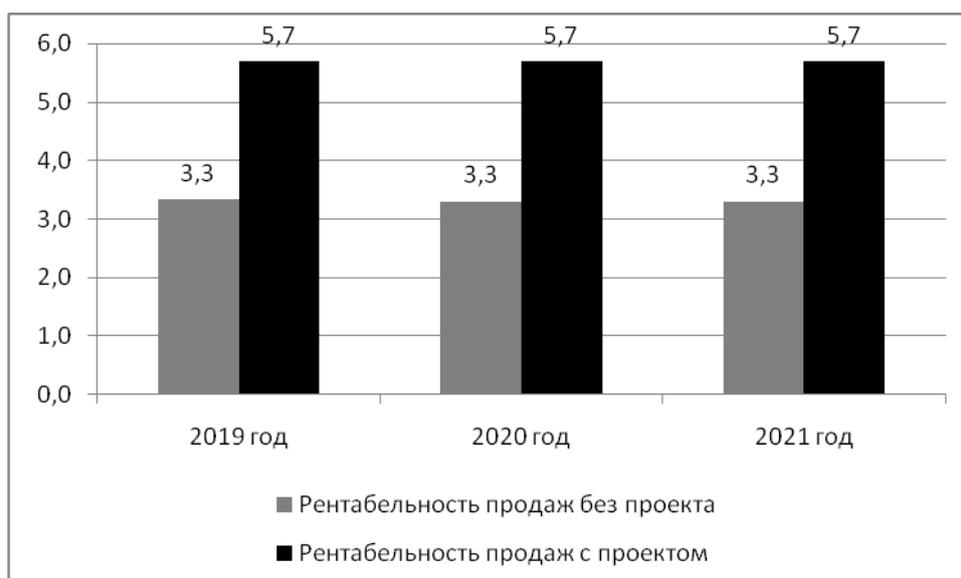


Рисунок 3.8 – Прогноз рентабельности продаж с учетом и без учета реализации ИП, %

Прогнозные финансовые результаты в 2019 году в результате реализации проекта повышаются на:

Выручка – 8 908 тыс. руб.

Прибыль от продаж – 2 133 тыс. руб.

Чистая прибыль – 1 616 тыс. руб.

Также прогнозируется увеличение рентабельности продаж с 3,3 % до 5,7%.

Таким образом, можно сделать вывод об экономической эффективности и целесообразности принятия проекта к реализации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью выпускной квалификационной работы являлась разработка и оценка эффективности инвестиционного проекта по расширению бизнеса на ООО «Аспект».

Для достижения цели были поставлены задачи исследования, которые решены следующим образом.

Во-первых, были рассмотрены и описаны теоретические основы разработки инвестиционных проектов.

В-вторых, проведен анализ основных показателей деятельности предприятия, описание деятельности, внешней и внутренней среды.

Также был проведен SWOT-анализ и выделены основные слабые и сильные стороны предприятия.

Самыми сильными сторонами ООО «Аспект» по итогам SWOT-анализа являются: наличие постоянных клиентов и широкий перечень предоставляемых услуг по ремонту и диагностике.

Самыми слабыми сторонами организации являются: снижение выручки от продаж и ухудшающаяся конкурентная позиция.

Основные возможности: освоение новых видов предоставляемых услуг и приобретение нового оборудования с целью расширения ассортимента предоставляемых услуг.

Основные угрозы: появление новых конкурентов на рынке автосервисов и возможность уйти в убыток.

Был проведен анализ хозяйственной деятельности ООО «Аспект», который показал, что в период с 2015 по 2017 год предприятие отработало прибыльно, однако наблюдается снижение прибыли от продаж, балансовой и чистой прибыли. Анализ показателей рентабельности так же свидетельствует о снижении эффективности деятельности предприятия в рассматриваемом периоде.

На 31.12.15 г. и 31.12.17 г. предприятие находилось в неустойчивом финансовом состоянии. На 31 декабря отчетного, предыдущего и года предшествующего предыдущему предприятие не являлось абсолютно платежеспособным, о чем свидетельствует уровень коэффициентов ликвидности. Показатели деловой активности имеют тенденцию к снижению.

Отрицательной тенденцией в деятельности предприятия является снижение выручки в рассматриваемом периоде. Это происходит, в основном, из-за падения спроса, вследствие увеличения конкуренции на рынке автосервисов в городе Миассе.

Установлено, что основным направлением развития предприятия является расширение ассортимента услуг по обслуживанию легковых автомобилей.

С целью улучшения конкурентной позиции и увеличения финансовых результатов, был предложен проект по внедрению услуги по покраске легковых автомобилей.

Потребность в инвестициях в 2018 г. составляет 1 419,6 тыс. руб.

Привлечение финансирования составляет 1 419,6 тыс. руб., за счет заемных средств – кредита банка.

Чистый дисконтированный доход по проекту 1 631 776,9 руб.

Индекс доходности 2,15.

Дисконтированный срок окупаемости 1 год 6 месяцев.

Внутренняя норма доходности 81%.

На основании полученных результатов установлен вывод, что реализация проекта является экономически выгодной и повысит финансовые результаты предприятия.

Основными рисками проекта являются рост издержек и снижение объема выручки.

Таким образом, можно сделать вывод, что принятие инвестиционного проекта по расширению бизнеса в ООО «Аспект» является обоснованным и позволит повысить конкурентоспособность и финансовые результаты

предприятия, что позволяет сделать вывод о том, что цель выпускной квалификационной работы достигнута.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Правовые акты

1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 18.04.2018) / опубликован на Официальном интернет - портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

2 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 23.04.2018) / Опубликован на Официальном интернет -портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

3 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 5.02.2018) / Опубликован на Официальном интернет - портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

4 Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: федеральный закон: принят Гос. Думой 25.02.1999 № 39-ФЗ (ред. от 26.07.2017) / Опубликован на Официальном интернет - портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

5 Об обществах с ограниченной ответственностью: федеральный закон: принят Гос. Думой 14.01.1998 № 14-ФЗ (ред. от 31.12.2017) / Опубликован на Официальном интернет - портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

6 Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: утв. Минэкономки РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477 / Опубликован на Официальном интернет - портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.

Книги и статьи

7 Багиев, Г. Л. Маркетинг / Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич. - М. : Питер, 2014. - 560 с.

8 Балаева, О. Н. Управление организациями сферы услуг / О. Н. Балаева, М. Д. Предводителява. - М. : Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), 2016. - 160 с.

9 Балдин, К.В. Инвестиционное проектирование: учебник / К.В. Балдин, А.В. Рукоусев, И.И. Передеряев– Изд-во ИНФРА-М, 2014. – 366 с.

10 Басовский, Л. Е. Маркетинг / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. - М.: Инфра-М, 2016. - 432 с.

11 Бердникова, Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие / Т.Б. Бердникова. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 215с.

12 Бирман Г., Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов. М.: «Банки и биржи», «ЮНИТИ», 2017. – 273 с.

13 Бочаров, В. В. Инвестиции: Учебник /В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2015. – 384 с.

14 Виленский, П.Л. Оценка эффективности инвестиционных проектов: теория и практика / П.Л. Виленский, С.А.Смоляк, В.Н. Лившиц – Изд-во М.: Дело, 2013. – 457 с.

15 Волков, А.С. Оценка эффективности инвестиционных проектов: учебное пособие / А.С. Волков, А.А. Марченко – Изд-во ИНФРА-М, 2014.– 111 с.

16 Герчикова, И.Н. Менеджмент / И. Н. Герчикова. - М. : Юнити-Дана, 2016. - 512 с.

17 Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент / Л. А. Дробышева. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 150 с.

18 Костина, Г. Д. Поведение потребителей на рынке товаров и услуг / Г. Д. Костина, Н. К. Моисеева. - М. : Омега-Л, 2015. - 176 с.

- 19 Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. - М. : Питер, 2013. - 816 с.
- 20 Крушвиц Л. Финансирование и инвестиции. Неклассические основы теории финансов. – СПб.: Изд-во «Питер», 2014. - 215 с.
- 21 Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг / И. М. Лифиц. - М. : Юрайт, 2017. - 448 с.
- 22 Лясников, Н. В. Стратегический менеджмент / Н. В. Лясников, М. Н. Дудин. - М. : КноРус, 2012. - 256 с.
- 23 Мамаева, Л.Н. Управление рисками: учеб. пособие /Л.Н.Мамаева.- 2-е изд.- М.: Дашков и К, 2014.- 256 с.
- 24 Менеджмент: учебник для бакалавров / под общ. ред. И.Н. Шапкина. – М.: Издательство Юрайт ; ИД Юрайт, 2013. – 690 с.
- 25 Мильнер, Б.З. Теория организации: Учебник / Б.З. Мильнер – Изд-во ИНФРА-М, 2015. – 848 с.
- 26 Пашуто, В. П. Сфера услуг. Экономика, менеджмент, маркетинг. Практикум / В. П. Пашуто. - М. : КноРус, 2016. - 424 с.
- 27 Переверзев, М. П. Менеджмент / М. П. Переверзев, Н. А. Шайденко, Л. Е. Басовский. - М. : Инфра-М, 2013. - 336 с.
- 28 Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 425с.

Internet-источники

- 29 Официальный сайт ООО «Аспект» URL: <http://aspekt74.ru/>
- 30 Официальный сайт ООО «Автореал» URL: <http://avto-real.lada.ru/>
- 31 Официальный сайт ООО «Регинас» URL: <http://reginas-miass.ru/>
- 32 Аналитическое агентство Автостат URL: <https://www.autostat.ru/>
- 33 Официальная статистика ГИБДД URL: <https://stat-gibdd.ru/>
- 34 Официальный сайт 2ГИС URL: <https://2gis.ru/miass/>

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Отчет о финансовых результатах

Таблица А.1 - Отчет о финансовых результатах ООО «Аспект»

Приложение
к приказу Минфина РФ
От 22.07.2003 г. № 67н

ОТЧЕТ О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ

за 31.12.17

Вид деятельности Торговля розничная
автомобильными деталями, узлами и
принадлежностями

Орг.-правовая форма ООО

Единицы измерения: тыс.
руб.

Форма № 2 по

ОКУД

ИНН/КПП

по ОКПО

по ОКДП

по ОКОПФ

по ОКЕИ

КОД

710002

7415038406/741501001

13428337

384/385

Показатель		2015	2016	2017
наименование	код			
Выручка	2010	87 275	77 069	65 931
Себестоимость продаж	2120	83 999	74 174	63 702
Валовая прибыль (убыток)	2100	3 276	2 895	2 229
Коммерческие расходы	2210	12	13	13
Управленческие расходы	2220	17	24	22
Прибыль(убыток) от продаж	2200	3 247	2 858	2 194
Проценты к получению	2320			
Проценты к уплате	2330	342	370	397
Прочие доходы	2340			
Прочие расходы	2350			
Прибыль(убыток) до налогообложения	2300	2 905	2 488	1 797
Текущий налог на прибыль	2410	587	505	366
в т.ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421			

Окончание таблицы А.1

Изменение отложенных налоговых обязательств	2430			
Изменение отложенных налоговых активов	2450			
Прочее	2460			
Чистая прибыль (убыток)	2400	2 318	1 983	1 431

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Бухгалтерский баланс

Таблица Б.1 – Бухгалтерский баланс ООО «Аспект»

Приложение
к приказу Минфина РФ
от 22. 07. 2003г № 67н

УТВЕРЖДЕНА

Министерством финансов Российской Федерации
для квартальной бух.отчетности

БУХГАЛТЕРСКИЙ БАЛАНС

на 31.12 2017 г.

Организация ООО «Аспект»
Вид деятельности Торговля розничная
автомобильными деталями, узлами и
принадлежностями
Организационно-правовая форма/
форма собственности ООО
Единицы измерения: тыс. руб.
Местонахождение (адрес) 456300, РФ,
г. Миасс Челябинской обл., ул. ак. Павлова, 20

Форма по ОКУД	710002
Дата (год, месяц, число)	31.12.17
по ОКПО	13428337
ПО ОКДП по ОКОПФ/ ОКФС	
по ОКЕИ	384/385

АКТИВ	Код	На 01.01.15 г.	На 01.01.16 г.	На 01.01.17 г.
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110			
Результат исследований и разработок	1120			
Основные средства	1130	2 684	2 552	2 951
Доходные вложения в материальные ценности	1140			
Финансовые вложения	1150	448		
Отложенные налоговые активы	1160			
Прочие внеоборотные активы	1170			
Итого по разделу I.	1100	3 132	2 552	2 951
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	2 463	3 400	2 482
Налог на добавленную стоимость по приобрет-м ценностям	1220	178	158	180
Дебиторская задолженность	1230	1 507	1 793	1 396
Финансовые вложения	1240	0		350
Денежные средства	1250	16	3	53
Прочие оборотные активы	1260			
Итого по разделу II	1200	4 164	5 354	4 461
БАЛАНС	1600	7 296	7 906	7 412

Окончание таблицы Б.1

ПАССИВ	Код	На 01.01.15 г.	На 01.01.16 г.	На 01.01.17 г.
III КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10
Собственные акции, выкупленные у акционеров (-)	1320			
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
Резервный капитал	1360			
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	4 127	4 055	3 587
Итого по разделу III	1300	4 137	4 065	3 597
IV ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	0	2 244	0
Отложенные налоговые обязательства	1420			
Резервы под условные обязательства	1430			
Прочие обязательства	1450			
Итого по разделу IV	1400	0	2 244	0
V КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510	1 500		1 200
Кредиторская задолженность	1520	900	1 270	1 400
Доходы будущих периодов	1530	759	327	865
Резервы предстоящих расходов	1540			350
Прочие обязательства	1550			
Итого по разделу V	1500	3 159	1 597	3 815
БАЛАНС	1700	7 296	7 906	7 412

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анализ состава, структуры и динамики активов

Таблица В.1 – Анализ состава, структуры и динамики активов

Активы	Код	Остатки по балансу, тыс. руб.					Структура активов, %					
		на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 г.	Изменение		на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 г.	Изменение		
					31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17				31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17	
I ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ												
Нематериальные активы	1110	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Основные средства	1130	2684	2552	2951	-132	399	36,8	32,3	39,8	-4,5	7,5	
Доходные вложения в материальные ценности	1140	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Финансовые вложения	1150	448	0	0	-448	0	6,1	0,0	0,0	-6,1	0,0	
Отложенные налоговые активы	1160	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Прочие внеоборотные активы	1170	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Итого по разделу I.	1100	3132	2552	2951	-580	399	42,9	32,3	39,8	-10,6	7,5	
II ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ												
Запасы	1210	2463	3400	2482	937	-918	33,8	43,0	33,5	9,2	-9,5	
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	178	158	180	-20	22	2,4	2,0	2,4	-0,4	0,4	
Дебиторская задолженность	1230	1507	1793	1396	286	-397	20,7	22,7	18,8	2,0	-3,8	
Финансовые вложения	1240	0	0	350	0	350	0,0	0,0	4,7	0,0	4,7	
Денежные средства	1250	16	3	53	-13	50	0,2	0,0	0,7	-0,2	0,7	
Итого по разделу II	1200	4164	5354	4461	1190	-893	57,1	67,7	60,2	10,6	-7,5	
БАЛАНС	1600	7296	7906	7412	610	-494	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0	

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Анализ состава, структуры и динамики пассивов

Таблица Г.1 – Анализ состава, структуры и динамики пассивов

ПАССИВ	Код	Остатки по балансу, тыс. руб.					Структура пассивов, %				
		на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 г.	Изменение		на 31 декабря 2015 г.	на 31 декабря 2016 г.	на 31 декабря 2017 г.	Изменение	
					31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17				31.12.15-31.12.16	31.12.16-31.12.17
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ											
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	10	10	10	0	0	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	4127	4055	3587	-72	-468	56,6	51,3	48,4	-5,3	-2,9
Итого по разделу III	1300	4137	4065	3597	-72	-468	56,7	51,4	48,5	-5,3	-2,9
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА											
Заемные средства	1410	0	2 244	0	2244	-2244	0,0	28,4	0,0	28,4	-28,4
Итого по разделу IV	1400	0	2244	0	2244	-2244	0,0	28,4	0,0	28,4	-28,4
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА											
Заемные средства	1510	1 500	0	1 200	-1500	1200	20,6	0,0	16,2	-20,6	16,2
Кредиторская задолженность	1520	900	1270	1400	370	130	12,3	16,1	18,9	3,7	2,8
Доходы будущих периодов	1530	759	327	865	-432	538	10,4	4,1	11,7	-6,3	7,5
Резервы предстоящих расходов	1540	0	0	350	0	350	0,0	0,0	4,7	0,0	4,7
Итого по разделу V	1500	3159	1597	3815	-1562	2218	43,3	20,2	51,5	-23,1	31,3
БАЛАНС	1700	7296	7906	7412	610	-494	100,0	100,0	100,0	0,0	0,0