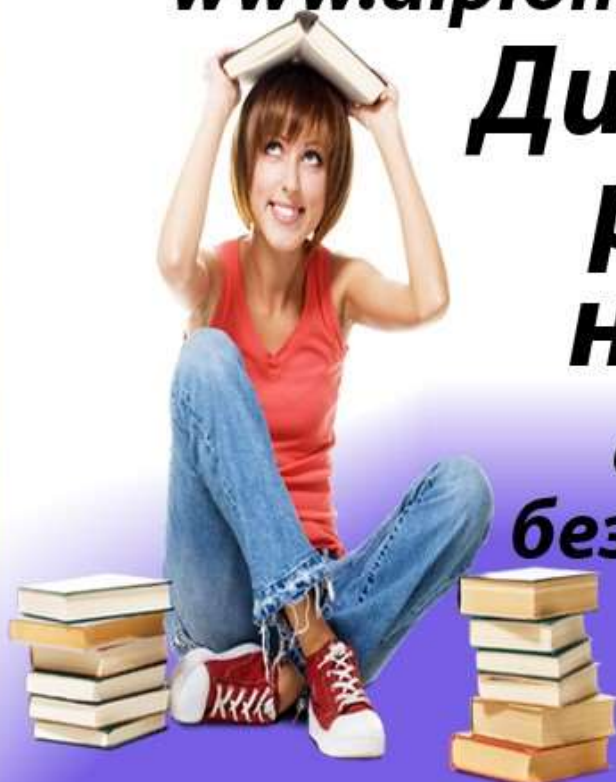


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	7
1.1. Сущность и роль инвестиционной привлекательности предприятия	7
1.2. Теоретическое обобщение методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия	15
ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ООО «СОЮЗ-4»	29
2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Союз - 4»	29
2.2. Инвестиционный потенциал предприятия ООО «Союз - 4»	42
2.3. Пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз - 4»	55
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	63
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	69
ПРИЛОЖЕНИЯ	73

ВВЕДЕНИЕ

Инвестиционная привлекательность является важным компонентом успешного развития предприятия, она во многом обеспечивает достижение поставленных целей, в частности, увеличения доходов предприятия, а, следовательно, бюджета страны и населения. Поэтому создание оптимальных условий осуществления инвестиционной деятельности является основным фактором повышения инвестиционной привлекательности предприятия и экономического роста. В связи с этим все более актуальной становится проблема усовершенствования механизма эффективного управления инвестиционными ресурсами, в том числе оценки эффективности инвестиционных вложений и инвестиционного планирования на предприятии.

Актуальность темы работы заключается в том, что профессиональное управление предприятием неизбежно требует глубокого анализа, позволяющего более точно оценить неопределенность ситуации с помощью современных количественных методов исследования. В связи с этим существенно возрастает приоритетность и роль анализа, основным содержанием которого является комплексное системное изучение инвестиций предприятия с целью оценки степени финансовых рисков и прогнозирования уровня доходности капитала.

Результаты в любой сфере бизнеса зависят от наличия и эффективности использования финансовых ресурсов, которые приравниваются к «кровеносной системе», обеспечивающей жизнедеятельность предприятия. Поэтому забота о финансах является отправным моментом и конечным результатом деятельности любого субъекта хозяйствования. В условиях рыночной экономики эти вопросы имеют первостепенное значение. Выдвижение на первый план финансовых аспектов деятельности субъектов хозяйствования, возрастание роли инвестиций является характерной чертой и тенденцией во всем мире.

Выпускная квалификационная работа рассматривает тему: «Оценка инвестиционной привлекательности предприятия». Целью работы является определить пути инвестиционной привлекательности предприятия. Для достижения указанной цели, в процессе написания работы, необходимо решить следующие задачи: описать теоретические основы оценки инвестиционной привлекательности предприятия; провести анализа инвестиционного потенциала предприятия; предложить пути повышения инвестиционной привлекательности организации.

Объектом исследования является предприятие ООО «Союз-4». Предмет исследования: инвестиционная деятельность предприятия ООО «Союз-4».

Структура работы обусловлена целями и задачами, определенными для работы, а также логикой проведенного исследования и состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников и приложений. Первая глава является теоретической, в ней рассмотрены сущность и роль инвестиционной привлекательности предприятия; представлено теоретическое обобщение методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия. Вторая глава является аналитической, в ней описана организационно-экономическая характеристика ООО «Союз-4», проведена оценка инвестиционного потенциала анализируемого предприятия; предложены основные пути повышения инвестиционной привлекательности организации ООО «Союз-4».

Информационной базой исследования является: статистическая отчетность по России, нормативно-правовые акты, регулирующие инвестиционную деятельность в РФ, статистическая и бухгалтерская отчетность объекта исследования, учебники, статьи, монографии по изучаемой проблематике исследования. В отечественной и зарубежной экономической литературе накоплен большой опыт исследований в области привлечения инвестиций, оценки их эффективности, обоснования принятия инвестиционных решений.

В трудах С.И. Абрамова, Г. Бирмана, В.В. Бочарова, М.В. Грачевой, Д.А. Ендовицкого, Э.И. Крылова, В.Н. Лившица, И.В. Сергеева, С.А. Смоляк и других авторов изучены вопросы теории и практики анализа инвестиционной деятельности и оценки эффективности инвестиционных проектов.

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные рекомендации могут быть применены на практике анализируемого предприятия. Для написания выпускной квалификационной работы применялись методы: анализа, сравнения, обобщения, группировки и классификации.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1.1. Сущность и роль инвестиционной привлекательности предприятия

В условиях конкуренции привлечение инвестиций в организации – вопрос их выживания. Инвестиции – это денежная оценка объекта, с помощью которой субъект инвестирования (инвестор) оказывает влияние на объект инвестирования (хозяйствующий субъект) с целью достижения положительного экономического эффекта.

Процесс инвестирования берет начало с выбора инвестором объекта инвестирования. Главным побудительным мотивом при выборе объекта инвестирования считается уровень его инвестиционной привлекательности. Инвестор принимает решение о вложении средств в конкретную компанию в зависимости от уровня инвестиционной привлекательности. Как правило, решение об инвестировании принимается инвестором в два этапа:

На первом этапе – на основе комплексного подхода проводится оценка инвестиционной привлекательности предприятия, являющимся субъектом хозяйствования. Анализируются влияния различных факторов по двум основным направлениям: конкретные результаты производственно – хозяйственной деятельности и потенциальные возможности предприятия.

Инвестор, получив информацию о высоком уровне инвестиционной привлекательности предприятия, принимает решение о переходе к следующему этапу инвестирования.

На втором этапе – рассматривается экономическая эффективность инвестиционного проекта, проводится сравнительный анализ нескольких вариантов и отбирается самый оптимальный по экономическим показателям.

Такой подход, который состоит из двух этапов, позволяет сэкономить и оптимизировать финансовые ресурсы инвестора, сделать вложение инвестиционных ресурсов наиболее эффективным, снизить степень риска.

Для начала оценки инвестиционной привлекательности предприятия, следует уточнить само понятие инвестиционной привлекательности как экономической категории.

Научное понимание такой экономической категории, как инвестиционная привлекательность, у разных авторов, в разное время осуществлялась по-разному, поэтому следует провести анализ трактовок данного понятия.

Необходимо отметить, что существует большое количество различных толкований понятия «инвестиционная привлекательность», также как и множество методологических подходов к ее определению. Одни авторы приравнивают понятие «инвестиционная привлекательность» с понятием «инвестиционный климат», другие проводят между ними четкую границу, третьи понимают их прямо противоположно.

Ю. Костюковский определяет инвестиционную привлекательность как «принцип формирования предпочтительности целей и задач» и как «наличие устойчивого совокупного экономического эффекта от производственно-хозяйственной деятельности». [Ссылка](#)

И.А. Бланк в монографии «Основы инвестиционного менеджмента» под инвестиционной привлекательностью понимает «возможность гарантированного и своевременного достижения целей инвестора на базе экономических результатов деятельности объекта инвестирования», а также «степень вероятности достижения выдвигаемых целей инвестирования, выраженная в индивидуальных ожиданиях экономических агентов, потенциальных субъектах инвестиционного процесса». [Ссылка](#)

Г.И. Иванов рассматривает инвестиционную привлекательность с позиции полезности «инвестиции для отдельного конкретного субъекта инвестиционного процесса». [Ссылка](#)

М.Н. Крейнина подходит к данному вопросу с позиции целесообразности вложения средств в предприятие и под инвестиционной привлекательностью понимает «обобщающую характеристику преимуществ и недостатков

инвестирования отдельных направлений, объектов с позиции инвестора».

[Ссылка](#)

И. Ройзман, А. Шахназаров, И. Гришина предложили наиболее универсальный подход к определению инвестиционной привлекательности. Так, данные авторы дают следующую трактовку понятия: «это система или сочетание различных объективных признаков, средств, возможностей, обуславливающих в совокупности потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в данную страну, регион, отрасль, предприятие». [Ссылка](#)

Анализ инвестиционной привлекательности с учетом фактора риска присутствует в работе Т.С. Новиковой, где инвестиционная привлекательность описывается как «комплекс характеристик наиболее выгодно и наименее рискованного вложения капитала в какую-либо сферу экономики или в какой-либо вид деятельности». [Ссылка](#)

Э.И. Крылов под инвестиционной привлекательностью предприятия понимает – «обобщенную характеристику с точки зрения перспективности, выгодности, эффективности и минимизации риска вложения инвестиций в развитие предприятия за счет собственных средств и средств других инвесторов». [Ссылка](#)

Инвестиционную привлекательность с позиции экономико-психологического содержания рассматривает Г. Модорская. Под инвестиционной привлекательностью она понимает – «комплекс экономико-психологических показателей деятельности предприятия, который определяет для инвестора область предпочтительных значений инвестиционного поведения». [Ссылка](#)

П. Калашникова развивает идею Г. Модорской и под инвестиционной привлекательностью понимает – «совокупность экономико-психологических показателей предприятия, определяющих для стратегического инвестора возможность получения максимальной прибыли в результате долгосрочного вложения капитала, при минимальном риске». [Ссылка](#)

«Определенное состояние хозяйственно-экономического развития, при котором с высокой долей вероятности в приемлемые для инвестора сроки инвестиции могут дать удовлетворительный уровень прибыльности или может быть достигнут иной положительный эффект», [Ссылка](#) – так растолковали понятие инвестиционной привлекательности Т. Гуськова и В. Рябцев. Они сделали акцент на сроке окупаемости и уровне прибыльности инвестиционных вложений.

Группа специалистов Минэкономразвития определяют понятие инвестиционная привлекательность как объем инвестиций, который может быть привлечен, учитывая инвестиционный потенциал объекта, состояния внешней среды и риски. Она представляет собой количественную характеристику.

В своей диссертации «Формирование инвестиционной привлекательности проектов реализуемых на действующих предприятиях» С. Носов пишет о схожести и отличиях инвестиционной привлекательности применительно к различным структурным уровням экономики.

«Инвестиционная привлекательность во всех случаях должна характеризоваться уровнем дохода и риска инвестирования, будь то страна, отрасль, регион или предприятие, реализующее проект. Различие заключается в том, что отдельно для предприятия, проекта или предприятия, реализующего проект, дополнительно к доходу и риску, привлекательность должна характеризоваться еще и определенным уровнем финансовой надежности и устойчивости, чего, например, нельзя сказать о привлекательности страны или отрасли». [Ссылка](#)

Абсолютно точно можно сказать, что значительная часть факторов инвестиционной привлекательности и выражающих их показателей является общей для всех или для большинства структурных уровней экономики.

Ниже, на рисунке 1.1, изображена схема процесса формирования инвестиционной привлекательности объекта инвестирования.

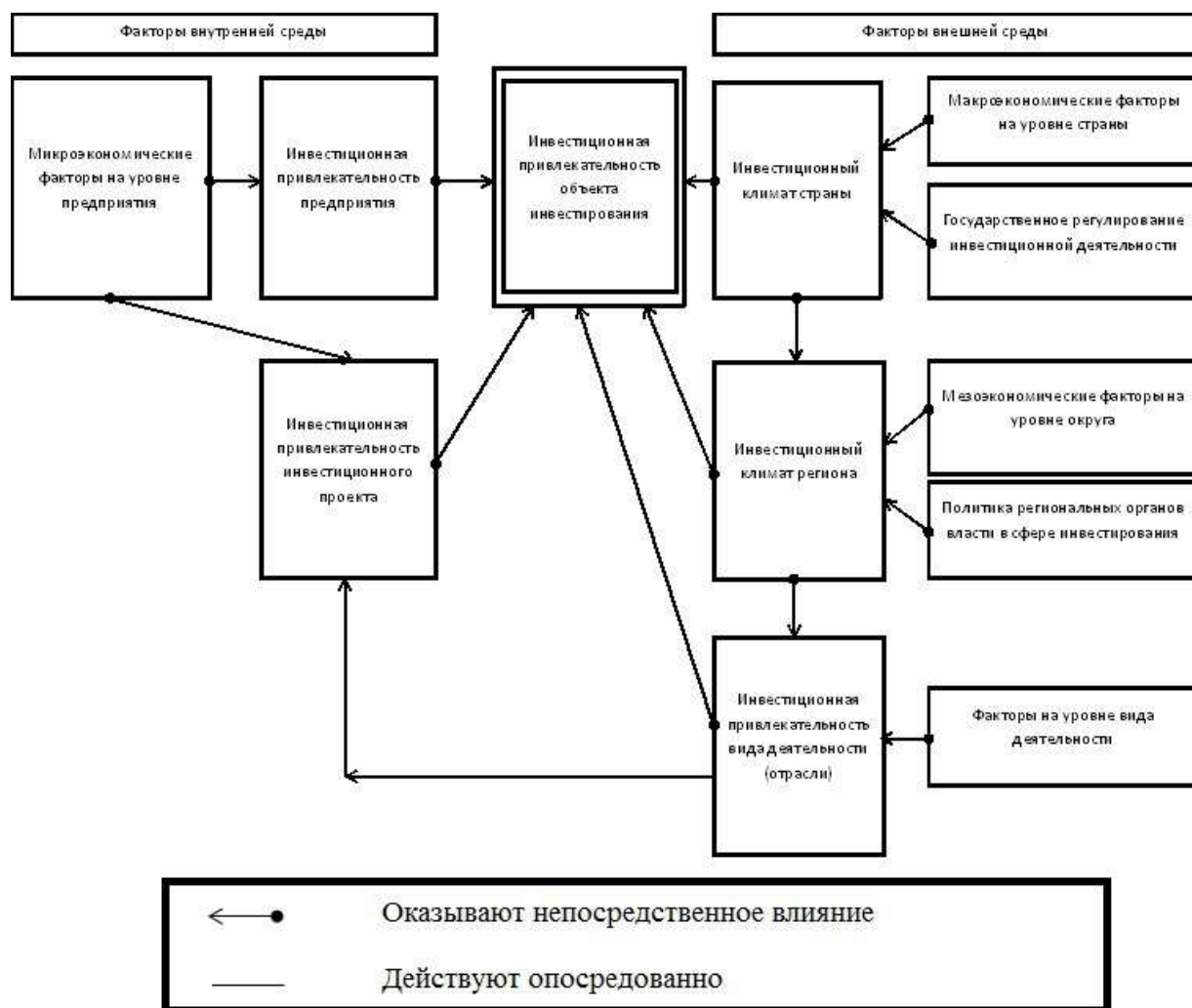


Рис.1.1. Схема процесса формирования инвестиционной привлекательности объекта инвестирования

Из рисунка 1.1. видим, что внутренняя и внешняя среда определяет инвестиционную привлекательность предприятия. Кадры, структура, технологии, задачи деятельности компании и экономические показатели – это все внутренняя среда, которая обуславливается микроэкономическими факторами. Но стоит отметить, что она полностью поглощена внешней средой, основные факторы и показатели которой, влияют на решение потенциального инвестора. Отличительная черта этих факторов – объективность, т.е. состояние окружающей системы не зависит от оценки потенциального инвестора, и определяется она по социальным, экологическим и экономическим параметрам.

При анализе инвестиционного рынка важнейшим элементом является инвестиционная привлекательность. Исследования инвестиционной привлекательности объекта инвестирования начинается с уровня инвестиционной привлекательности страны и заканчивается конкретным предприятием и инвестиционным проектом.

В результате, инвестор сначала анализирует инвестиционные климат той или иной страны, затем выбирает наиболее перспективную отрасль экономики с точки зрения инвестиционной привлекательности, после чего определяет локализацию инвестиционных вложений в разрезе инвестиционной привлекательности регионов, предприятий и только в конце инвестиционного проекта.

Уровнем дохода и риска инвестирования должна характеризоваться инвестиционная привлекательность страны, региона, отрасли, предприятия. Отличия состоят в составе факторов, которые формируют привлекательность того или иного структурного уровня экономики. При анализе учитываются все факторы и показатели, формирующие инвестиционную привлекательность объекта инвестирования, которые необходимо рассматривать с двух сторон.

С одной стороны, часть из них связана с текущим состоянием различных структурных уровней экономики, а другая – характеризует потенциальные возможности объекта инвестирования, т.е. его инвестиционный потенциал. Иногда инвестор отдает предпочтение одной или другой группе факторов, исходя из желаемого уровня прибыли, приемлемого уровня риска, срока окупаемости и т.д.

Ряд авторов считают, что инвестиционная привлекательность состоит из двух компонентов – уровня инвестиционного потенциала и уровня деятельности во всех сферах, которая направлена на выпуск высококачественной продукции, товаров и услуг, удовлетворяя запросы населения, а также обеспечивая воспроизводство и потребление. [Ссылка](#)

Таким образом, инвестиционный потенциал характеризует совокупность имеющихся объективных экономических, социальных и природно-географических условий – предпосылок для будущего развития бизнеса, не реализованных в настоящее время потенциальных возможностей роста.

Потенциальные возможности внешней и внутренней среды организации характеризуют инвестиционный потенциал, который является составной частью инвестиционной привлекательности.

Инвестиционная привлекательность является главным фактором или «причиной», определяющей интенсивность и направленность инвестиционных процессов, обозначает результат инвестиционной деятельности с поправкой на время. Результатом реализации инвестиционной привлекательности является его инвестиционная активность.

Интенсивность привлечения инвестиций в основной и оборотный капитал организации называется инвестиционной активностью. Также уровень инвестиционной активности предприятия обуславливается степенью его инвестиционной привлекательности, выступая побудительным мотивом при принятии инвестором решения о вложении средств в инвестиционный проект. Между инвестиционной активностью и инвестиционной привлекательностью существует причинно-следственная связь.

Характер корреляционной зависимости носит взаимосвязь инвестиционной активности и инвестиционной привлекательности для каждого из структурных уровней экономики. Инвестиционная привлекательность является обобщенным факторным признаком (независимая переменная), а инвестиционная активность – зависимым от него результативным признаком (зависимая переменная).

Исходя из данных определений, можно сделать следующие выводы о сущности и роли инвестиционной привлекательности:

- 1) повышение инвестиционной привлекательности позволяет увеличить экономический эффект от производственно-хозяйственной деятельности;
- 2) инвестиционная привлекательность определяет интенсивность привлечения инвестиций;
- 3) инвестиционная привлекательность – главный побудительный мотив при инвестировании;
- 4) достаточная с точки зрения инвестора, инвестиционная привлекательность дает возможность гарантированного и своевременного достижения целей инвестирования;
- 5) инвестиционная привлекательность – обобщающая характеристика преимуществ и недостатков инвестирования в определенный объект;
- 6) инвестиционная привлекательность, через факторы и показатели, формирующие ее, коррелирует с такими экономическими категориями и понятиями как:
 - прибыль;
 - рентабельность;
 - фондоотдача;
 - риск;
 - ликвидность;
 - срок окупаемости;
 - оценка стоимости капитала.

При анализе инвестиционной привлекательности необходимо учитывать, что инвесторы – это достаточно широкий круг субъектов рынка, которые имеют различные цели, приоритеты, принципы принятия инвестиционных решений и отношение к рискам.

Потенциальный инвестор, выбирая объект инвестирования, опирается на свой опыт и интуицию, из всего разнообразия факторов отдает предпочте-

ние одним из них. Он проводит своеобразное ранжирование, далее дает оценку каждому показателю, затем определяет достаточный уровень его значения.

Следует отметить, что только систематические исследования в области инвестиционной привлекательности позволят повысить качество и эффективность деятельности российских предприятий в сфере привлечения инвестиций, и будут отвечать инвесторам сторонних инвесторов.

Для реализации этой цели необходимо проводить качественное и количественное изучение инвестиционной привлекательности, а предпринятые ранее попытки имеют ряд недостатков:

- отсутствие единой трактовки базовых понятий исследования;
- недостаточная методологическая разработанность приемов анализа;
- недоучет специфических условий инвестирования.

В связи с этим возникает необходимость в анализе и агрегировании существующих методик оценки инвестиционной привлекательности.

1.2. Теоретическое обобщение методик оценки инвестиционной привлекательности предприятия

Каждая организация вне зависимости от ее сферы деятельности, величины, организационно – правовой формы нуждается в оценке своей привлекательности, репутации, роли на рынке, как в настоящий момент времени, так и в будущем. Инвестору требуется предельный объем информации о предполагаемом объекте инвестирования для снижения инвестиционных рисков. Решение этих вопросов основывается на оценки инвестиционной привлекательности организации, ее рыночной стоимости.

Дискуссионным является вопрос о методике оценки инвестиционной привлекательности. Большое разнообразие подходов к оценке можно условно разделить на следующие группы:

- рыночный подход (основой подхода является оценка внешних факторов: рыночной стоимости акций компании и величины выплачиваемых дивидендов);
- бухгалтерский и финансовый подходы (оценка внутренних факторов, а также финансового состояния организации);
- комбинированный подход (основан на оценке и внутренних, и внешних факторов);
- стратегический подход (ориентирован на будущие достижения фирмы: внимание концентрируется на инвестиционных качествах компании, на неопределенности будущих возможностей и будущих результатов и на ожиданиях относительно этих результатов; учитываются альтернативные издержки от неиспользуемых возможностей, которые являются главным корректирующим фактором при анализе динамики показателей).

Каждый подход имеет свои плюсы в решениях определенных проблем. Перечисленные подходы не являются альтернативами друг другу, а позволяют расширить возможности оценки компании в рамках анализа, поэтому их можно объединить.

Теоретической основой для совмещения подходов в рамках оценки инвестиционной привлекательности может являться идея, предложенная Робертом С. Капланом и Дейвидом П. Нортоном, о проведении анализа компании в трех временных категориях: прошлом, настоящем и будущем. [Ссылка](#)

1. Исторический анализ компании. Подразумевает исследование динамики показателей рентабельности, прибыли, чистого денежного потока, выручки. Подобная оценка проводится на основе анализа финансовых отчетов и публикаций материалов о деятельности организации за прошлый период.

2. Рассмотрение текущего положения компании. Исследуются текущие показатели относительно схожих показателей, которые рассчитываются за предшествующий период, а также воздействие инновационной деятельности, структурных изменений в бизнесе и положении компании на рынке.

3. Осуществляется прогноз доходов компании и связанной с ними курсовой стоимости акций. Огромную роль в этих прогнозах играют новые разработки продукции, мероприятия по повышению эффективности использования ресурсов.

В ситуациях разнонаправленного воздействия множества факторов, которые определяют величину инвестиционной привлекательности организации, представляется обоснованной приоритетность комплексного подхода:

- комплексный подход дает информацию об оценке привлекательности объекта для потенциального инвестора, учитывая цели и задачи, стоящие перед ним;
- исследование внешних и внутренних факторов создает возможность оценки непосредственно организаций, различных по организационно-правовой форме и величине;
- обобщение максимального количества факторов дает возможность снизить инвестиционные риски;
- качественные характеристики инвестиций учитываются при комплексном подходе;
- разносторонний подход к оценке, делающий его универсальным в использовании как для внешнего пользования информацией, так и для внутреннего;
- анализ деятельности и репутации компании в настоящем и будущем с разных ракурсов позволяет удовлетворить целям оценки различных инвесторов.

Все методики в отдельности имеют свои плюсы и минусы. Поэтому объединение методик дает возможность компенсировать их недостатки и усилить достоинства.

Основой комплексного подхода должен быть учет множества факторов, позволяющий оценивать инвестиционную привлекательность для огромного спектра пользователей информации о представленной компании.

Для оценки инвестиционной привлекательности следует использовать не только количественные, но и качественные показатели. Для этого можно применить следующую комплексную методику, условно состоящую из трех блоков, в каждом из которых оцениваются главные факторы функционирования анализируемого предприятия на рынке с помощью комплекса показателей по каждому из направлений:

- 1 блок. Оценка финансового состояния организации в динамике и уровень бизнес-развития;
- 2 блок. Оценка надежности предприятия с позиции анализа ценных бумаг, эмитируемых предприятием (рыночный подход);
- 3 блок. Оценка опыта реализации инвестиционных проектов (эффективность, количество).

На последнем этапе комплексной оценки инвестиционной привлекательности вырабатывается рейтинговый показатель.

Для выполнения 1 блока необходимо реализовать ряд этапов.

На первом этапе производится оценка экономического потенциала организации. Следует принять во внимание специфику бизнеса, а именно, область и масштабы деятельности, организационно-правовую форму, и как следствие, тип управления организацией. В конечном итоге предоставляется качественная оценка экономического потенциала предприятия.

Существует методика оценки экономического потенциала, разработанная Казаковой Н.В. Она основывается на количественной оценке следующих показателей: удельного веса внеоборотных активов в активах компании (по-

казывает долю основных средств в активах предприятия и коэффициента износа). [Ссылка](#)

На основе полученных показателей оценивается рейтинговая оценка экономического потенциала субъекта экономической деятельности.

Второй этап оценивает финансовое состояние предприятия для целей инвестирования. Для оценки инвестиционной привлекательности предприятия необходимо провести стратегический финансовый анализ и прогнозирование объемов продаж. Принимается во внимание действующая финансово-экономическая стратегия: финансовое состояние предприятия, в т.ч. рентабельность, ликвидность, платежеспособность и деловая активность.

Анализ выбранной финансово-экономической стратегии полагает сопоставление фактических и запланированных, нормативных и фактических величин экономических показателей. Поэтому предлагается использовать следующий нормативный ряд темпов роста показателей развития компании:

[Ссылка](#)

$$T_{чп} > T_{пп} > T_{вр} > T_{дз} > T_{сс} > T_{зп} , \quad (1)$$

где $T_{чп}$ - темп роста чистой прибыли;

$T_{пп}$ - темп роста прибыли от продаж;

$T_{вр}$ - темп роста выручки от продаж;

$T_{дз}$ - темп роста дебиторской задолженности;

$T_{сс}$ - темп роста полной себестоимости реализованной продукции;

$T_{зп}$ - темп роста фонда заработной платы.

Проведение исследования включает определение величины и динамики чистой прибыли, прибыли от продаж, выручки от продаж, дебиторской задолженности, полной себестоимости реализованной продукции, фонда заработной платы. В результате значения темпов роста показателей сравниваются с нормативным временным рядом (формула 1) и оценивается степень соот-

ветствия фактического ряда нормативному. Для этого авторы методики предлагают применять коэффициент Спирмэна (K):

$$K = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^m d_i^2}{n^2 - n}, \quad (2)$$

где d_i - разность между фактическим и нормативным значением показателя;

n - число показателей в динамическом ряду.

Следует принять во внимание, чем значительнее отклонение фактического ряда от нормативного, тем ниже эффективность используемой компанией стратегии.

Анализ абсолютных и относительных показателей платежеспособности, финансовой устойчивости, кредитоспособности и ликвидности дает предварительные результаты о финансовом положении компании. Также в случае необходимости может потребоваться оценка вероятности банкротства объекта исследования.

Определить эффективность использования оборотного капитала предприятия можно с помощью показателей деловой активности. Необходимо рассчитать и оценить показатели оборачиваемости оборотных активов и отдельных элементов оборотных активов, а также выполнить факторный анализ оборачиваемости оборотных активов. Факторный анализ оценивает влияние таких факторов, как доля дебиторской задолженности в оборотных активах, удельный вес задолженности покупателей и заказчиков в общем объеме дебиторской задолженности, оборачиваемость дебиторской задолженности покупателей и заказчиков. Далее следует выполнить факторный анализ оборачиваемости кредиторской, дебиторской задолженности и запасов. В заключение данного этапа выполняется анализ продолжительности и динамики операционного и финансового циклов. Исследуя показатели деловой активности, инвестор делает вывод, что чем выше эффективность использования

оборотных активов, тем более привлекательно предприятие для инвестирования.

Еще одни показатели, такие как финансовые результаты компании, во многом характеризуют инвестиционную привлекательность. Анализ финансовых результатов следует начинать с изучения корреляции между выручкой от реализации продукции и долей рынка сбыта. Негативно охарактеризует компанию тот факт, если корреляция будет слабая или отсутствует. Чтобы дополнить анализ, нужно провести прогнозирование объемов спроса на товар и услуги, а также рассчитать оптимальный объем производства и продаж.

Для оценки изменения выручки на данном этапе следует выполнить еще одно сравнение фактических и нормативных рядов. В качестве нормативного используют следующий ряд:

$$T_{вр} > T_d > T_c > T_{зп}, \quad (3)$$

где T_d - темп роста производительности труда;

T_c - темп роста численности сотрудников.

Иногда, отклонение фактического ряда от нормативного может признаваться положительным моментом. Например, если темпы роста численности работников и фонда заработной платы отстают от темпов роста выручки от реализации и производительности труда, то это может говорить об увеличении эффективности использования трудовых ресурсов.

Оценку качества прибыли также предлагается выполнить на данном этапе. Исследование основывается на расчете таких показателей, как рентабельность продаж, производственный и финансовый леверидж, коэффициенты платежеспособности и укрепления платежеспособности, общий риск, коэффициент достаточности прибыли. Если полученные показатели указывают на низкое качество прибыли, которое связано с высокими финансовыми рис-

ками, то в глазах инвестора организация характеризуется негативно для инвестирования.

Факторный анализ рентабельности собственного капитала по трехфакторной модели Дюпона завершает данный этап. Здесь определяется влияние оборачиваемости активов, доли чистой прибыли к выручке или рентабельности продаж, структура источников финансирования, т.е. во сколько раз активы превышают собственный капитал.

Для оценки привлекательности компании для инвестора необходимо определить изменения рыночной капитализации организации, что, в свою очередь, является следующим этапом исследования. Анализ денежных потоков является дополнением к анализу рыночной капитализации, т.к. сумма дисконтированных прогнозируемых денежных потоков компании определяет ее рыночную стоимость. Осуществляется расчет динамики и равномерности притоков и оттоков денежных средств организации, в случае дефицита денежных средств, деятельность предприятия характеризуется негативно. А если наблюдается значительный излишек, то это свидетельствует о неэффективном использовании имеющихся средств.

Показатели эффективности использования денежных средств также рекомендуется рассчитать при определении денежных потоков. К таким показателям относятся: коэффициент эффективности денежных потоков, коэффициент ликвидности денежного потока, коэффициент рентабельности положительного денежного потока, коэффициент достаточности денежных потоков от текущей деятельности, коэффициент внешнего финансирования инвестиций, коэффициент накопления денежных средств, коэффициент потребления денежных средств, коэффициент инвестирования денежных средств.

Для оценки влияние различных факторов (показателей) на инвестиционную привлекательность предприятия разработаны две модели: линейная и нелинейная.

Для периода, который равен трем годам, линейная модель оценки инвестиционной привлекательности предприятия представляет собой формулу:

$$Y = 1,93509 + 0,41804 \cdot L3 + 2,66453 \cdot L7 + 4,92656 \cdot FU1 + 0,19623 \cdot DA13 + 0,92966 \cdot DA14 + 10,03307 \cdot R1 + 2,82793 \cdot R4$$

, (4)

где L3 - общий коэффициент покрытия;

L7 - доля собственных оборотных средств в общей их сумме;

FU1 - коэффициент концентрации собственного капитала;

DA13 - оборачиваемость собственного капитала;

DA14 - оборачиваемость основного капитала;

R1 - рентабельность продукции;

R4 - рентабельность собственного капитала.

Нелинейная модель для трехлетнего периода имеет вид:

$$Y = -11,6567 + \exp(2,597035 - 0,504111 \cdot L7 + 0,103403 \cdot FU1 + 0,004648 \cdot DA13 + 0,037529 \cdot DA14 + 1,008593 \cdot R1 + 0,093203 \cdot R4)$$

, (5)

Полученный индекс инвестиционной привлекательности дает оценку в соответствии со следующими критериями, которые указаны в таблице 1.1.

Таблица 1.1.

Критерии оценки индекса инвестиционной привлекательности
хозяйствующих субъектов

Оценка индекса инвестиционной привлекательности				
Крайне неудовлетвори- тельно	Неудовлетвори- тельно	В районе допу- стимых значе- ний	Удовлетвори- тельно	Хорошо
(-8) - (-14)	(-2) - (-8)	(-2) - 2	2 - 8	8 - 14

В результате, используя данную методику, дается ясный ответ об уровне инвестиционной привлекательности объекта инвестирования. Но следует отметить некоторые недостатки методики:

- выводы о финансовом состоянии организации основано только на оценке внутренних факторов инвестиционной привлекательности;
- большая зависимость от периода исследования. Коэффициенты необходимо рассчитывать для каждого нового периода.

Следовательно, для полного анализа нужно реализовать третий этап.

Третий этап характеризует оценку уровня бизнес-развития организации. Направления, по которым производится оценка уровня бизнес-развития:

- оценка факторов развития организации;
- оценка кредитной истории;
- оценка управления и роль акционеров (собственников) в управлении организацией;
- оценка деловой репутации компании;
- оценка риска.

В результате, оценка инвестиционной привлекательности получается максимально качественная, если выполнить перечисленные направления.

Для собственников, кредиторов и инвесторов позитивно оценивается та ситуация, при которой чистая прибыль организации имеет положительную динамику. Многофакторная модель более точно характеризует доходность бизнеса при факторном анализе. Она дает информацию о наметившихся негативных тенденциях, а также отмечает положительные тенденции и резервы развития.

Определение направления развития организации базируется на основе весовых коэффициентов, где по каждому фактору рассчитывается средневзвешенный показатель. Направления бизнес-развития представлены в таблице 1.2.

Итогом по данному блоку исследования является формирование рейтинговой оценки комплексного показателя. На основе данного блока анализа возможно управление инвестиционным потенциалом интересующей отрасли,

так как именно эта методика непосредственно дает ответ на вопросы, которые затрагивает интересы самого предприятия.

Таблица 1.2.

Определение направления бизнес - развития предприятия

Балл	Комплексная оценка показателей бизнес-развития организации
4.5-5	Высокий профессиональный уровень ведения бизнеса
4-4,5	Хороший профессиональный уровень ведения бизнеса
3-4	Допустимый уровень ведения бизнеса
2-3	Низкий профессиональный уровень ведения бизнеса
1-2	Критический уровень ведения бизнеса

Оценка внешней информации компании является вторым блоком анализа, который базируется на рыночном подходе: оценивается изменение рыночной стоимости акций компании и величины выплачиваемых дивидендов.

Ссылка. Используемы в первом блоке коэффициенты, необходимо исключить, а также дополнить необходимыми, чтобы модифицировать данный блок. В результате второй блок методики включает в себя показатели двух групп:

- определяющие надежность предприятия-эмитента с точки зрения размещения инвестируемых в ценные бумаги данного предприятия средств;
- определяющие надежность предприятия-эмитента с точки зрения гарантирования получения инвестором дохода на вложенные инвестиции по конкретным ценным бумагам.

Результаты данного блока методики дают ответы на вопросы о надежности предприятия с позиции анализа ценных бумаг, которые затрагивают интересы инвестора. Это позволит снизить уровень риска конкретного предприятия.

Оценка опыта реализации инвестиционных проектов является третьим блоком анализа. Потенциальный инвестор анализирует экономическую эффективность инвестиционных проектов, которые были реализованы предприятием в предыдущем периоде и планируются осуществиться в будущем. Поэтому проводится полный учет влияния основных факторов инвестиционной привлекательности.

Рассмотрение показателей экономической эффективности, количества проектов и объема инвестиций является первоочередной задачей, так как на основании полученных данных формируется рейтинговый показатель, как средневзвешенная, полученная умножением балла на его весовое значение, оцениваемое экспертно-аналитическими методами.

Следует учесть, что объективные цели оценки инвестиционной привлекательности некоторые блоки методики не могут реально отражать. Поэтому возможна их корректировка на основе изменения весовых значений рассматриваемых направлений. Например, если предприятие является обществом с ограниченной ответственностью, то второй блок становится неактуальным, что требует корректировки, которая отражена в таблице 1.3.

Таблица 1.3

Значимость различных направлений анализа в комплексном показателе для различных типов предприятий

Направления	Вес направления в общей оценке	
	Для предприятий, являющихся участниками рынка ценных бумаг	Для предприятий, не являющихся участниками рынка ценных бумаг
Финансовое состояние и бизнес-развитие организации	0,55	0,75
Анализ ценных бумаг предприятия	0,35	-
Анализ экономической эффективности проектов, реализуемых на исследуемом предприятии	0,2	0,35

Заключительным шагом является формирование рейтинговой оценки комплексного показателя инвестиционной привлекательности предприятия. Она включает в себя рейтинг инвестиционной привлекательности, который присваивается компании по результатам набранных баллов. В результате дается комплексная характеристика предприятию.

Первая категория инвестиционной привлекательности характеризуется позитивным финансовым состоянием и бизнес-развитием. Предприятие надежно с позиции анализа ценных бумаг. Регулярные и значительные объемы осуществления инвестиционных проектов. Высокая инвестиционная привлекательность. Для того чтобы компания попала в эту категорию, ей нужно получить оценку равную 4,5 – 5.

Если предприятие набирает 3,5 – 4,4 балла, то оно попадает во вторую категорию инвестиционной привлекательности. Для нее характерно практически позитивный уровень финансового состояния, также уровень бизнес-развития сопоставим со среднерыночным. Возможен риск потерь с точки зрения анализа ценных бумаг. На предприятии постоянно реализуются эффективные инвестиционные проекты. Инвестиционная привлекательность выше среднерыночной.

Высокий риск утраты платежеспособности характерен для третьей группы инвестиционной привлекательности. Также следует отметить, что уровень бизнес-развития ниже среднерыночного. Высокий риск потерь с точки зрения анализа ценных бумаг. Эффективные инвестиционные проекты реализуются периодически. Инвестиционная привлекательность сопоставима со среднерыночной. К третьей категории предприятие относится, если набирает 2,8 – 3,4 балла.

Оценка в 2 – 2,7 балла характерна для четвертой категории инвестиционной привлекательности. В этом случае предприятие находится в критической ситуации. Риск потерь с точки зрения анализа ценных бумаг высокий,

инвестиционные проекты реализуются изредка. Инвестиционная привлекательность предприятия низкая.

Пятая группа в рейтинге инвестиционной привлекательности является самой худшей. Это связано с тем, что предприятие находится на грани банкротства и имеет критический уровень бизнес-развития. Компания не реализует инвестиционные проекты и является инвестиционно-непривлекательно. Оценка данной категории составляет 1 -1,9 балла.

Полученный комплексный показатель инвестиционной привлекательности дает исчерпывающий ответ практически по всем наиболее значимым направлениям функционирования предприятия на рынке, кроме того, данная методика позволит выявить наиболее «слабые» стороны, что позволит разработать комплекс мер для каждого конкретного предприятия по их устранению.

Предложенный подход является довольно трудоемким, однако позволяет учесть наибольшее количество факторов, а, следовательно, дать наиболее объективную оценку инвестиционной привлекательности организации и снизить риски потенциального инвестора.

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ООО «СОЮЗ-4»

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Союз - 4»

Объектом исследования является организация ООО «Союз - 4», которая основана в 2005 году, в г. Чебоксары Чувашской Республики. На сегодняшний день представляет комплекс услуг по перевозке автомобильного (автобусного) пассажирского транспорта, подчиняющегося расписанию по городу Чебоксары, Чувашской Республике и России. Кроме этого, основными видами деятельности предприятия ООО «Союз - 4» также являются следующие: деятельность сухопутного транспорта; деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта; деятельность автомобильного (автобусного) пассажирского транспорта; деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания; деятельность автомобильного грузового транспорта.

Девиз компании: «Комфорт и надежность для каждого клиента». Миссия компании: предоставление качественных транспортных услуг различным категориям клиентов. Цели компании: увеличение оборота предприятия в 2016 году на 30% ; улучшение качества обслуживания граждан.

В системе управления ООО «Союз - 4» можно выделить три самостоятельных блока управления: эксплуатационный, технический и экономический, каждый из которых подчиняется соответствующему руководителю, рис.2.1. Организационная структура управления предприятием отражает состав и подчиненность линейных и функциональных звеньев управления, на ООО «Союз - 4» структура управления является линейной, поскольку директору предприятия подчиняются руководители подразделений . При данном типе организационной структуры предприятия линейному руководителю, который подчиняется непосредственно директору, в разработке конкретных

вопросов и подготовке соответствующих решений, программ и планов помогает специальный аппарат управления, состоящий из подразделений (отделов, групп).

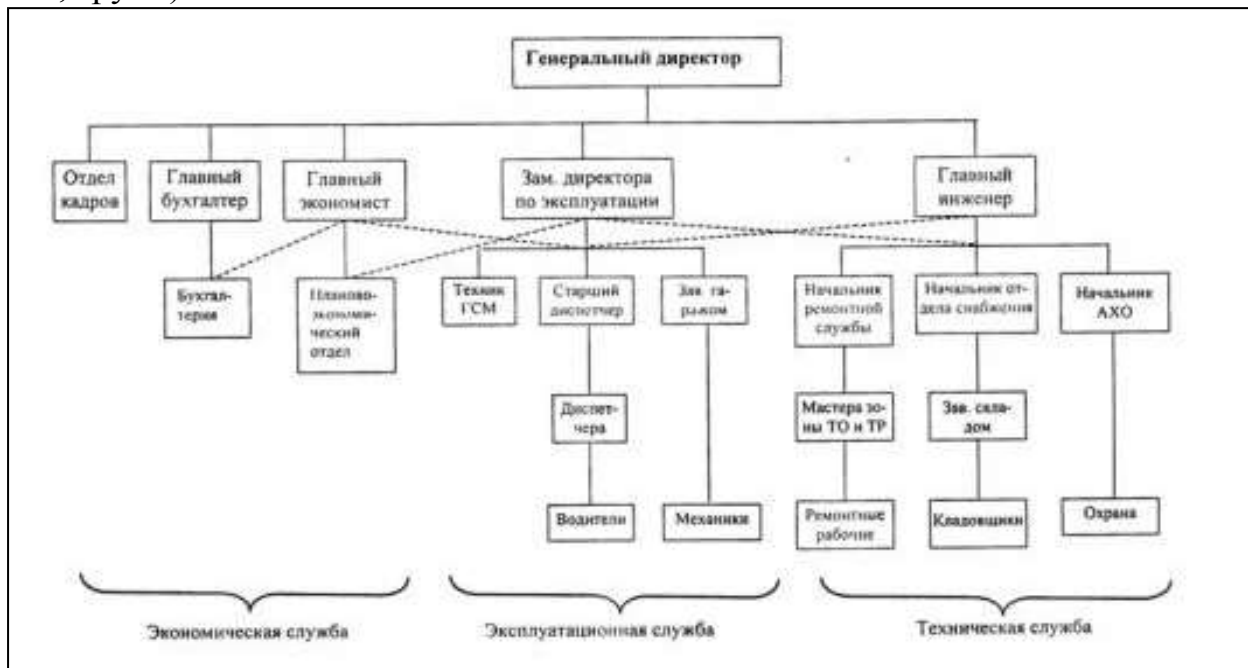


Рис. 2.1. Организационная структура ООО «Союз - 4»

Подразделения проводят свои решения либо через высшего руководителя, либо прямо доводят их до специализированных служб или отдельных исполнителей на нижестоящем уровне. Функциональные подразделения не имеют права самостоятельно отдавать распоряжения производственным подразделениям. Управление предприятием осуществляется генеральным директором на основе единоначалия. Структура управления имеет линейно-функциональный вид. Директору подчинены все нижестоящие руководители, в частности: начальник отдела кадров, главный экономист, главный бухгалтер, заместитель директора по эксплуатации, главный инженер. В структуре управления работниками являются: диспетчера, операторы и водители, грузчики, кладовщики и другие.

На предприятии ООО «Союз 4» создана единая вертикальная линия руководства и прямой путь активного воздействия на подчиненных. Преимущество такой структуры управления заключается в простоте, надежности

и экономичности. Руководитель в данном случае должен охватывать все стороны деятельности предприятия.

Функциональные подразделения осуществляют всю техническую подготовку процесса, подготавливают варианты решения вопросов, связанных с руководством процессами, освобождают линейных руководителей от планирования финансовых расчетов, материально-технического обеспечения производства и других вопросов. Организационная структура соответствует выбранной стратегии развития рынка. Для реализации стратегии присутствуют все необходимые звенья. Реализация стратегии возможна путем использования имеющегося кадрового потенциала путем увеличения нагрузки. Организационная структура управления ООО «Союз - 4» характеризуется: четким разделением труда (квалифицированные специалисты в каждой области); высокой иерархией управления.

Среднесписочная численность предприятия ООО «Союз-4» по данным на 2015 г. составляет 57 человек, а это на 9,06% выше показателя 2013г., рис.2.2.

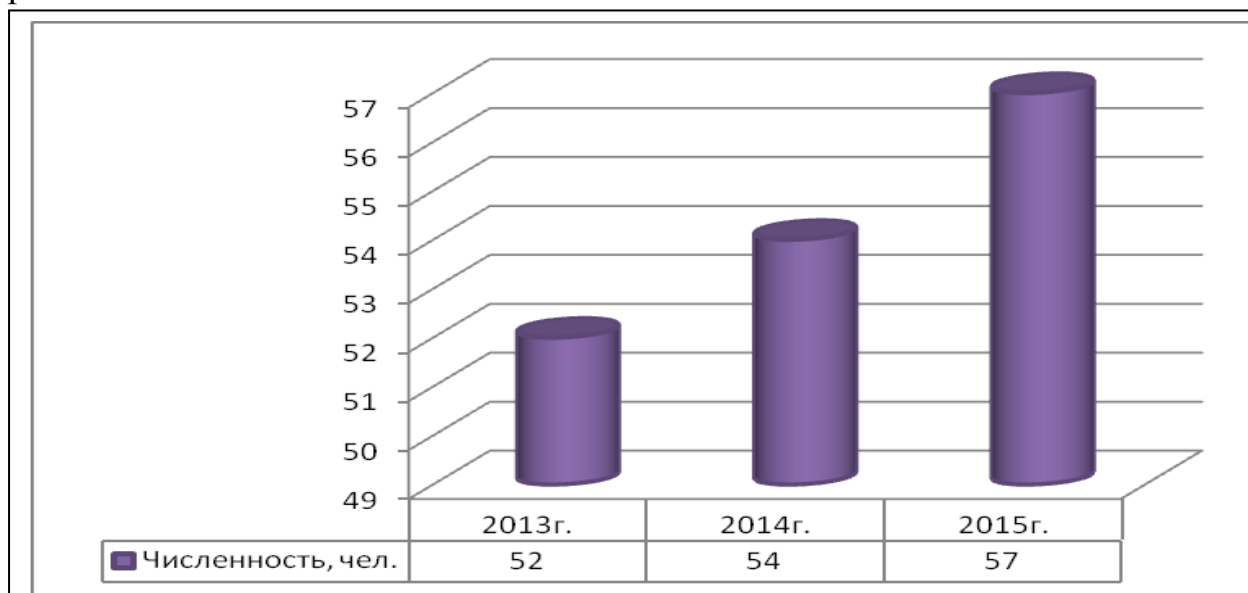


Рис.2.2. Динамика численности работников ООО «Союз-4»

Наибольший удельный вес в общей структуре численности приходится на рабочих и составляет 77,19%, небольшая доля приходится на руководителей и специалистов и составляет 14,03% и 8,78% соответственно, рис.2.3.

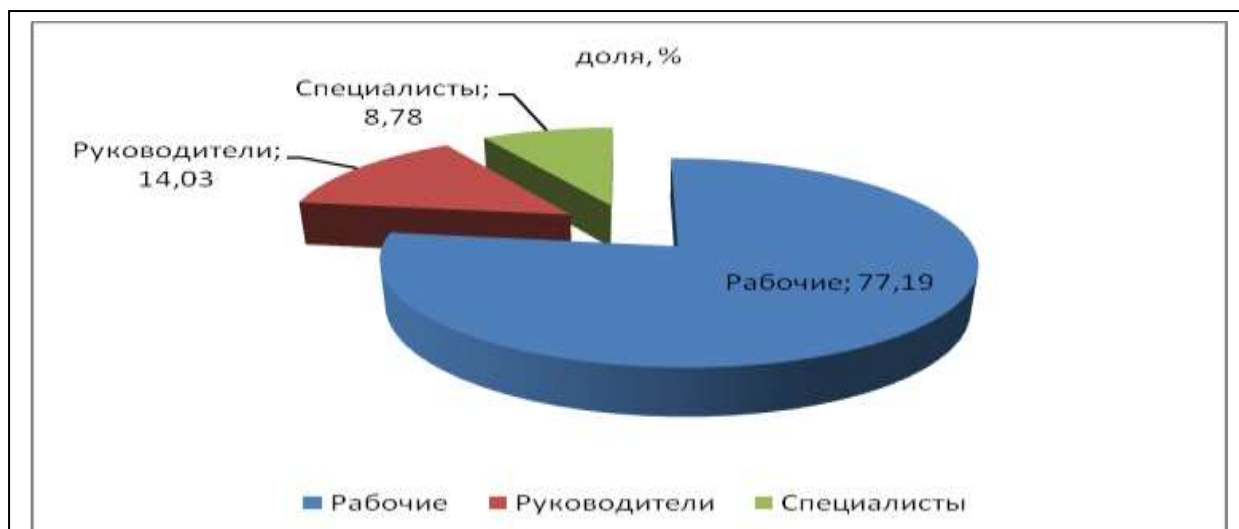


Рис 2.3. Структура работников организации ООО «Союз-4» в 2015 г.

Основными фондами предприятия ООО «Союз-4», в частности, являются недвижимое и движимое имущество. К недвижимому имуществу относятся склад, общей площадью 280 кв. м., офисное помещение площадью 24 кв. м. Движимым имуществом предприятия являются транспортные средства, на сегодняшний день парк автомобилей включает в себя 60 единиц автотранспорта отечественного и иностранного производства, часть которых является собственностью предприятия или принадлежит компании на условиях договора-лизинга.

В соответствии с Федеральным законом от 29 октября 1998 г. N 164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с изм. и доп.), договор лизинга – это договор, в соответствии с которым арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучатель) имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование. Договором лизинга может быть предусмотрено, что выбор продавца и приобретаемого имущества осуществляется лизингодателем. На сегодняшний день, компания ООО «Союз-4» заключила договор лизинга грузового транспорта, через Сберегательный банк РФ. ЗАО «Сбербанк Лизинг» предоставляет услугу лизинга грузовых автомобилей российского и иностранного производства. Программы, предлагаемые компанией ЗАО «Сбербанк», разработаны с учетом по-

требностей представителей среднего и малого бизнеса, а также индивидуальных предпринимателей, табл.2.1.

Таблица 2.1

Основные условия лизинга автомобилей ЗАО «Сбербанк Лизинг»

№ п/п	Основные условия	Значения показателей
1	Авансовый платеж	от 15% для автомобилей иностранных производителей; от 20% для автомобилей российских производителей и производителей стран СНГ.
2	Сумма финансирования	до 24 млн. рублей
3	Срок договора лизинга	12, 21, 24, 29, 36, 48 месяцев
4	График платежей	равные и равномерноубывающие платежи
5	Срок оформления сделки	от 2-х рабочих дней
6	Балансодержатель на выбор	Лизингодатель или лизингополучатель (кроме ИП)
7	Валюта финансирования	Российские рубли

На сегодняшний день в компании ООО «Союз-4» имеются грузовые и легковые автомобили, автобусы, а также погрузчики. Грузовые машины используются для перевозки сырья, запасных частей и в других целях. Автомобили марки «ГАЗ», «ЗИЛ», «МАЗ», «Камаз» выполняются грузоперевозки. Легковые автомобили в основном служат для служебных целей: перевозки почты, секретных бумаг, а также обслуживают директорат. Для погрузки груза используют автопогрузчики NISSAN EBT-P1F2 и MITSUBISHI FG 25 T. Срок эксплуатации некоторых автомобилей значителен. Кроме того, приобретались новые автомобили. Многие автомобили требуют капитального ремонта. Средний возраст автомобилей, состоящих на балансе предприятия можно проследить в табл.2.2.

По данным табл.2.2 можно сказать, что на транспортные средства от 5 до 8 лет и свыше 10 лет приходится по 30,0% от общего числа единиц транспортных средств (то есть третья часть). Следовательно, можно сказать, что за счет большого количества изношенных автомобилей предприятие тратит больше расходов на топливо, ремонт и иные расходы. Легковые автомобили

на предприятии сравнительно моложе, грузовые – требуют капремонта или замены.

Таблица 2.2

Группировка транспортных средств по времени пребывания их в эксплуатации по состоянию на 31.12.2015 г. в ООО «Союз-4»

№ п/п	Пребывающие в эксплуатации	Число единиц автомобилей	Удельный вес в общем количестве, %
1	До 2 лет включительно	12	20,0
2	Свыше 2 до 5 лет включительно	8	13,33
3	Свыше 5 лет до 8 лет включительно	18	30,0
4	Свыше 8 лет до 10 лет включительно	4	6,66
5	Свыше 10 лет	18	30,0
	Итого	60	100,00

Размер уставного капитала ООО «Союз - 4» составляет 21000 (двадцать одна тысяча) рублей. Информационной базой для анализа финансового состояния являются: форма № 1 «Бухгалтерский баланс» и приложения к балансу (приложение 1); форма № 2 «Отчет о прибылях и убытках». Охарактеризуем динамику состава и структуры имущества предприятия, данные оформим в виде табл.2.3.

Представленный в табл.2.3 анализ состава и структуры имущества показал, что предприятие обладает движимым и недвижимым имуществом. Удельный вес недвижимого имущества в 2015 году увеличивается на 6,28, что для предприятия благоприятно, т.к. увеличение в основном происходит за счет сокращения финансовых вложений в другие организации (в 2014 году – 0,07; на конец года 7,38). Наблюдается увеличение удельного веса основных средств на 0,08% это положительный результат, т.к. от этой группы зависит реализация своей основной деятельности.

Наиболее мобильной группой имущества являются оборотные активы. По данным таблицы видно, что их доля в 2015 году уменьшилась на 6,28%,

что для предприятия неблагоприятно, т.к. именно эта часть обеспечивает предприятию прибыль.

Таблица 2.3

Анализ состава и структуры имущества ООО
«Союз - 4» на 31 декабря 2015 и 2014гг., тыс.руб.

Актив	2014 г	Удельный вес	2015 г	Удельный вес	Изменения абсолютной величины	Изменения удельного веса
1. Внеоборотные активы	21002	59,45	30600	65,73	9598	6,28
Основные средства	20993	99,92	30600	100	9607	0,08
Финансовые вложения	9	0,07	-	-	9	-0,07
2.Оборотные активы	14326	40,55	15957	34,27	1632	-6,28
Запасы	10031	70,01	14995	93	4964	22,99
Дебиторская задолженность (в течение 12мес)	3955	27,6	951	5,9	-3004	-21,7
Денежные средства	340	2,3	11	1,1	-329	-1,2
БАЛАНС	35328	100	46557	100	11229	

При детальном анализе видно, что уменьшение удельного веса происходит за счет сокращения доли дебиторской задолженности на 21,7%. Уменьшение доли дебиторской задолженности можно назвать положительным фактором, так как сумма долга со стороны дебиторов сокращается.

Охарактеризуем динамику состава и структуры источников формирования имущества предприятия в табл.2.4. Доля собственного капитала за 2015 год составила 9,35% от всех источников имущества, что является плохой гарантией финансовой устойчивости предприятия и независимости. Рассматривая долгосрочные обязательства, нужно отметить, что их абсолютная величина, так же как и доля увеличилась (а/в на 8328; у/в на -7,1%). Краткосрочные обязательства занимают большую долю, однако есть тенденция к их уменьшению в 2015 году. Это происходит из-за увеличения доли займов на 11,1% и уменьшения доли кредиторской задолженности на 11,1%, что свидетельствует о трудностях в финансовом состоянии предприятия. Сравнивая

структуру имущества и источников его формирования, следует отметить тот момент, что недвижимость предприятия в большинстве своем создавалась за счет заемного капитала, так как удельный вес собственного капитала (11,59; 9,35), внеоборотные активы (59,45; 65,73). Можно предположить, что финансовая ситуация на предприятии сложная.

Таблица 2.4

Анализ состава и структуры источников формирования имущества
ООО «Союз - 4» на 31 декабря 2014 и 2015 гг., тыс.руб.

Пассив	2014 г	Удельный вес	2015 г	Удельный вес	Изменения абсолютной величины	Изменения удельного веса
3.Капитал и резервы	4094	11,59	4355	9,35	261	-2,24
Уставный капитал	21	0,51	21	0,48	0	-0,03
Нераспределенная прибыль	4073	99,49	4334	99,52	261	0,03
4.Долгосрочные обязательства	15833	44,8	24161	51,9	8328	7,1
5.Краткосрочные обязательства	15401	43,6	18041	38,75	2640	-4,85
Кредиты и займы	13149	85,4	17418	96,5	4269	11,1
Кредиторская задолженность	2252	14,6	623	3,5	-1629	-11,1
БАЛАНС	35328	100	46557	100	11229	

Произведем оценку финансовой устойчивости предприятия и ее динамики. Данные оформим в виде табл. 2.5. По данным таблицы 2.5. финансовую устойчивость предприятия можно охарактеризовать как кризисную, так как собственные оборотные средства меньше запасов как в 2014 году, так и в 2015 году. Кризисная ситуация значит, что предприятие не имеет излишка источников формирования запасов, не обладает платежеспособностью и допускает задержки расчетов и платежей. Как показали расчеты, у предприятия нет в наличии собственных оборотных средств на конец 2014 года (-16908), и

на конец 2015 года (-26245). Обеспеченность собственными оборотными средствами в 2014 году составило - 26939 тыс. руб. и на конец 2015 года - 41240 тыс. руб., что свидетельствует об ухудшении финансового состояния предприятия.

Таблица 2.5.

Анализ финансовой устойчивости ООО «Союз - 4», тыс.р

№ п/п	Финансовый показатель	На 31.12.2014	На 31.12.2015	Изм. за год	Формула расчета
1	Капитал и резервы	4094	4355	261	Статья 1300 Бухгалтерского баланса
2	Внеоборотные активы	21002	30600	9598	Статья 1100 Бухгалтерского баланса
3	Наличие собственных оборотных средств	-16908	-26245	-9337	Собственные источники (капитал, резервы)-Внеоборотные активы
4	Долгосрочные обязательства	15833	24161	8328	(Собственные источники (капитал, резервы)+долгосрочные обязательства)-Внеоборотные активы
6	Краткосрочные кредиты и займы	13149	17418	4269	Статья 1510 Бухгалтерского баланса
7	Общая величина основных источников формирования запасов	12074	15334	3260	(капитал, резервы)+долгосрочные обязательства+Краткосрочные кредиты и займы) - Внеоборотные активы
8	Запасы	10031	14995	4964	Статья 1210 Бухгалтерского баланса
9.	Обеспеченность запасов собственными источниками	-26939	-41240	-14301	Наличие собственных оборотных средств – запасы
10	Тип финансовой устойчивости	Кризисная			

Проведем анализ ликвидности предприятия, для этого сгруппируем активы по степени ликвидности и пассивы по срокам погашения, данные оформим в виде табл.2.6.

Таблица 2.6

Анализ ликвидности баланса предприятия ООО «Союз - 4»

Актив	2014 г	2015 г	Пассив	2014 г	2015 г	Платежный излишек (не- достаток) 2014 года	Платежный излишек (не- достаток) 2015 года
А1 – наиболее ликвид- ные активы Денежные средства+ Краткосроч- ные фин. вложения	349	11	П1 – наиболее сроч- ные обязательства Кредиторская задол- женность Ссуды, не погашенные в срок	2252	623	-19031	-612
А2 – быстореализуемые активы Дебиторская задолжен- ность+ Прочие активы	3955	951	П2 – краткосрочные пассивы Краткосроч- ные кредиты и займы	13149	17418	- 9194	- 16467
А3 – медленно реализуе- мые активы Запасы – РБП+ Долгосрочные финансо- вые вложения	9117	4403	П3 – долгосрочные пассивы Долгосроч- ные кредиты и займы	15833	24161	-6716	-19758
А4 – труднореализуемые активы Внеоборот. активы- долгосроч.фин. вложения	21002	30600	П4 – постоянные пас- сивы Капитал и резервы	4094	4355	16908	26245
Баланс	34423	35965	Баланс	35328	46557	0	0

Ликвидным баланс считается, если выполняются равенства:

$$A_1 \geq P_1, A_2 \geq P_2, A_3 \geq P_3, A_4 \leq P_4.$$

В нашем случае не выполняется ни одно неравенство. Это свидетельствует о том, что у предприятия нет ликвидных активов, но есть наиболее срочные обязательства, платеж которых может наступить раньше, чем поступят денежные средства от должников. Так же предприятие не сможет покрыть кредиты из резервов, так как неравенство $A_4 \leq P_4$ не выполняется. Трудно реализуемые активы увеличились в 2015 году, что свидетельствует об увеличении долгосрочных финансовых вложениях.

Не менее важными экономическими показателями деятельности организации являются показатели прибыли и рентабельности. По имеющимся

данным предприятия ООО «Союз-4», показатели объемов продаж показывают рост на 34,72% и товарооборот составил 24636 тыс. руб. При этом себестоимость продаж увеличилась на 120,64% и составила 20233 тыс. руб., рис.2.4.

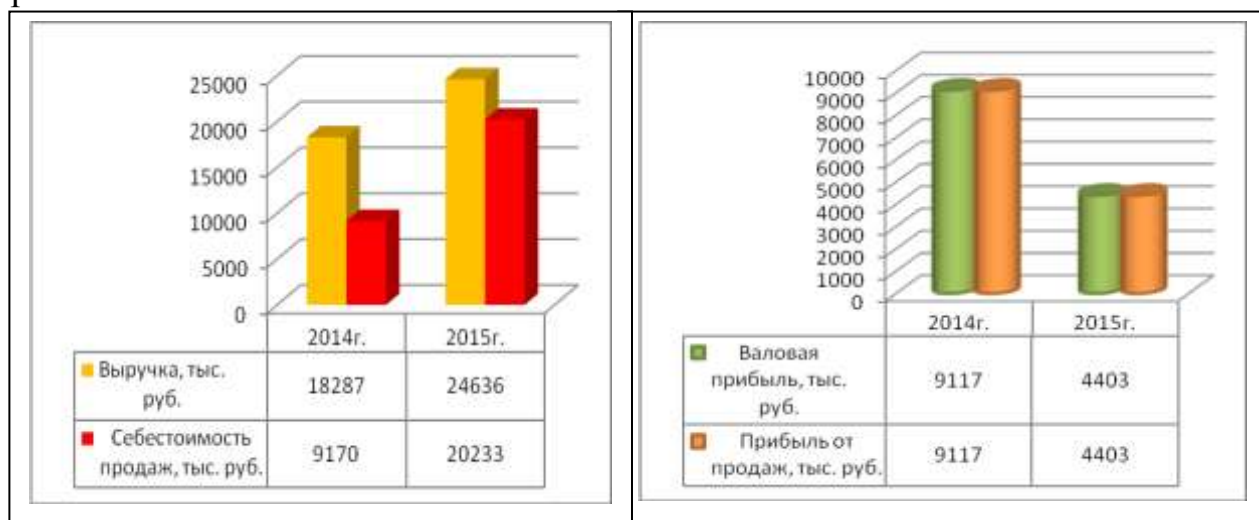


Рис.2.4. Динамика показателей объемов продаж, валовой прибыли и прибыли от продаж предприятия ООО «Союз-4» с 2014-2015г.г.

Следует отметить, что несмотря на увеличение объемов продаж на предприятии ООО «Союз-4», валовая прибыль и прибыль от продаж снизились практически в два раза и по данным на конец анализируемого периода эти показатели составили 4403 тыс. руб. Заметим, что на предприятии отсутствуют коммерческие и управленческие расходы, в связи с этим показатель валовой прибыли и прибыли от продаж имеют одинаковое значение.

В связи со снижением показателя прибыли продаж, наблюдается снижение прибыли до налогообложения и чистой прибыли предприятия. В частности показатель прибыли до налогообложения снизился на 8618 тыс. руб. и составил по данным на конец анализируемого периода 510 тыс. руб. Чистая прибыль предприятия хоть и имеет положительное значение, однако к 2015 г. она также существенно снизилась и составила 261 тыс. руб., рис.2.5. Важными показателями в оценке эффективности деятельности организации являются и показатели рентабельности. Рассчитаем некоторые из них по формулам, представленным в Приложении 2, данные оформим в виде рис.2.5.

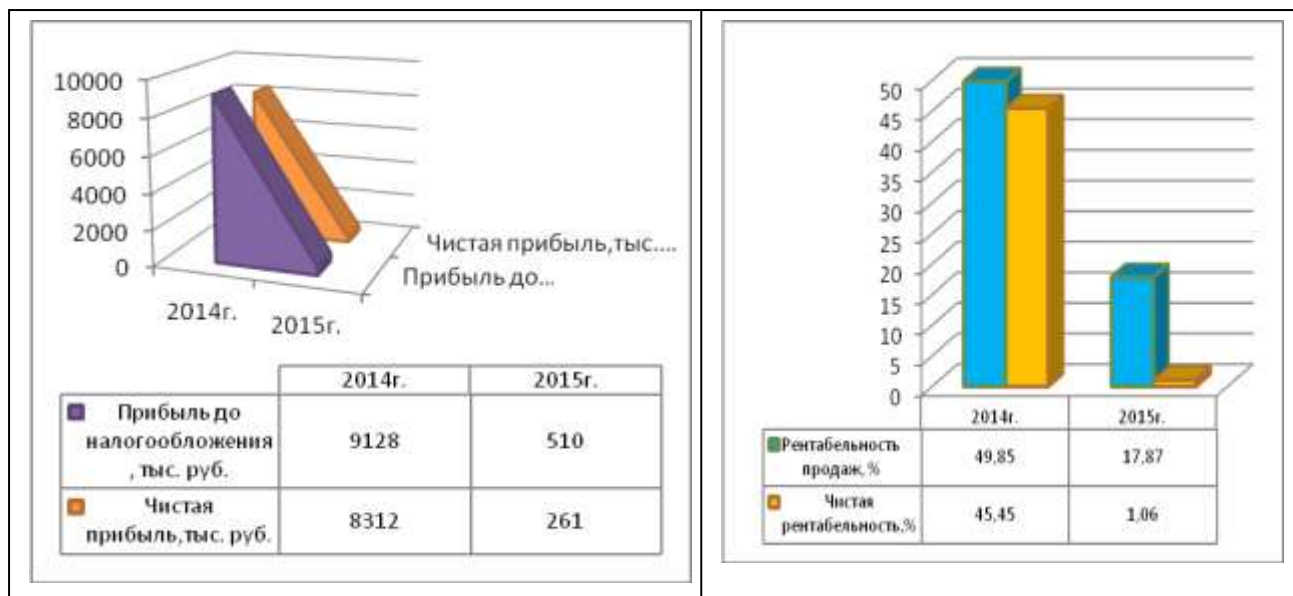


Рис.2.5. Динамика показателей чистой прибыли, прибыли до налогообложения и рентабельности предприятия ООО «Союз - 4» с 2014-2015г.г.

Данные рис.2.5. показывают, что на протяжении анализируемого периода в связи со снижением прибыли компании, показатели рентабельности также имеют динамику снижения и в 2015 г. рентабельность продаж составила 17,87%, а это 31,98% ниже показателя начала анализируемого периода. Существенное снижение произошло и по показателю чистой рентабельности, которая по данным на 2015 г. составила 1,06%, а это на 44,39% ниже показателя предыдущего года.

Показатель затратоотдачи- показывает, сколько прибыли от продажи приходится на 1 руб. затрат. При этом рост данного показателя является положительным фактором. Однако на анализируемом предприятии наблюдается снижение данного показателя и по данным на 2015 г. затратоотдача составила 21,76%, а это на 77,66% ниже предыдущего года, рис.2.6.

Показатель экономической рентабельности показал снижение на 22,97% и составил 0,56%, единственным показателем рентабельности, который показал рост в динамике, является показатель рентабельности собственного капитала, который составил 5,99%, а это на 3,96% выше показателя начала анализируемого периода.

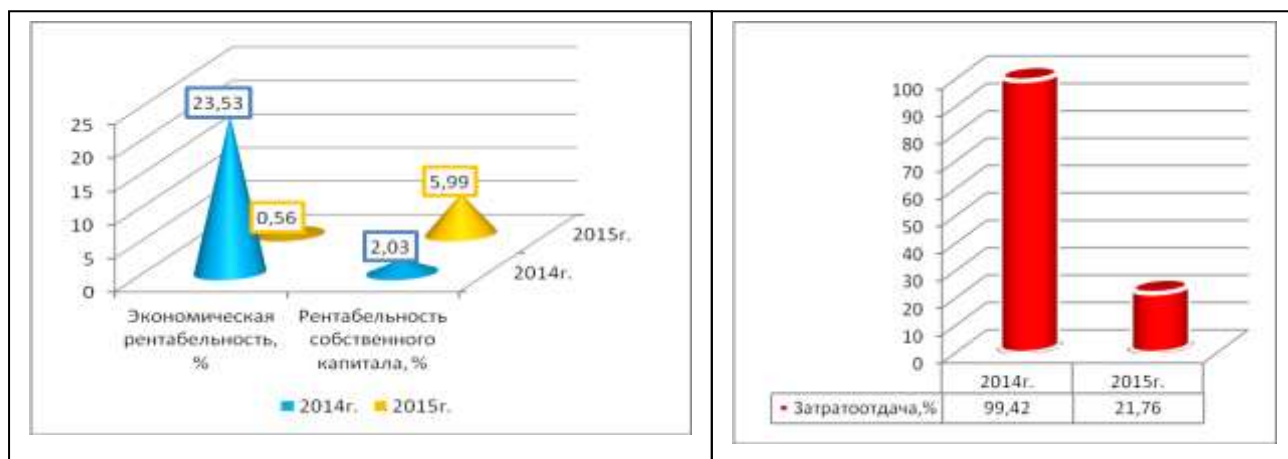


Рис.2.6. Динамика экономической рентабельности и рентабельности собственного капитала, показателей затратоотдачи предприятия ООО «Союз-4» с 2014-2015г.г.

Таким образом, резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что на предприятии в течении анализируемого периода наблюдается увеличение численности работников, при этом наибольший удельный вес приходится на рабочих, небольшую долю занимают руководители и специалисты. Показатели объемов продаж увеличились, произошло и увеличение себестоимости продаж, однако, не смотря на рост объема товарооборота, показатели валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли предприятия снизились. Произошло и снижение показателей рентабельности. Сумма капитала предприятия за 2014-2015г.г. увеличилась, однако в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, так как наибольшая доля капитала приходится на краткосрочные и долгосрочные источники финансирования. Таким образом, предприятие ООО «Союз-4» является финансово-зависимым, при этом, баланс предприятия не является ликвидным. Следовательно, основные экономические показатели компании имеют тенденцию к снижению, наблюдается ухудшение показателей финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности. Для того, чтобы оценить инвестиционный потенциал предприятия ООО «Союз-4» необходимо перейти к следующему параграфу исследования.

2.2. Инвестиционный потенциал предприятия ООО «Союз - 4»

Инвестиционный потенциал организации представляет собой описание возможностей предприятия по достижению целей за счет реализации инвестиционных проектов. Однако, для того, чтобы более подробно рассмотреть инвестиционный потенциал организации ООО «Союз-4» необходимо провести анализ рынка транспортных услуг и конкурентоспособность предприятия ООО «Союз-4» на занимаемой нише, в целях изучения целесообразности развития организации в данном направлении.

На сегодняшний день, существует множество рейтингов в сети Интернет по развитию любой отрасли, в том числе и по развитию транспортных услуг. По имеющимся данным, наиболее известными компаниями на рынке транспортных услуг по данным на 2015 г. являются: Деловые линии, ПЭК, Грузовозофф, Байкал Сервис, Желдорэкспедиция, КИТ, Глав Доставка, ЦАП, ТЭС, Трансвента и др. (прил.3). Безусловным лидером известности компании являются- Деловые линии, ПЭК, Автотрейдинг, рис.2.7.[38]

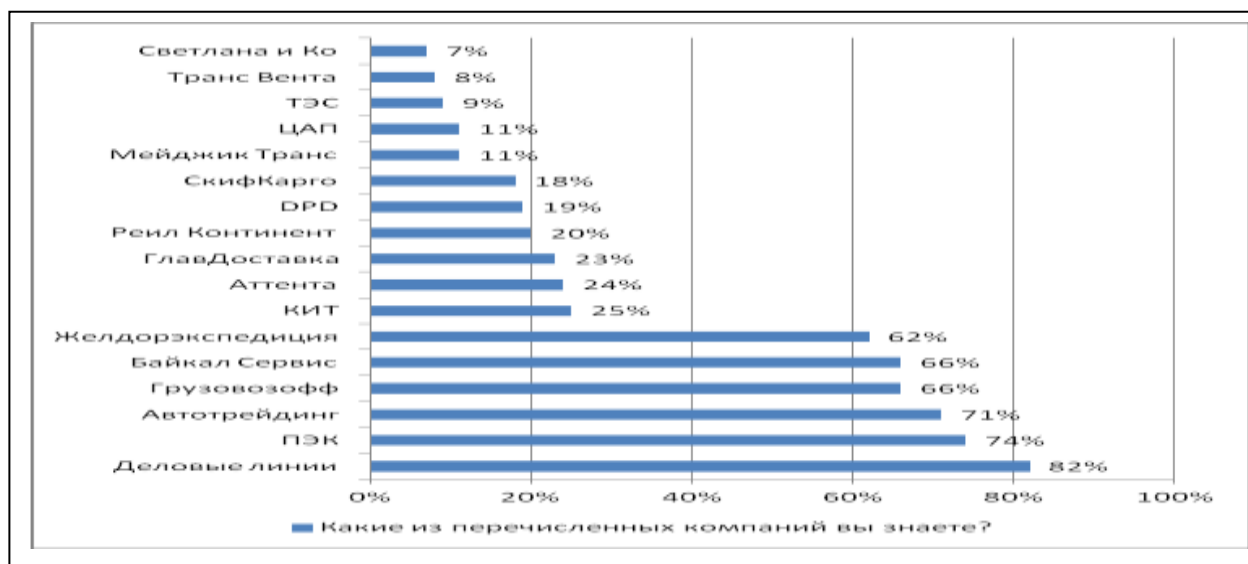
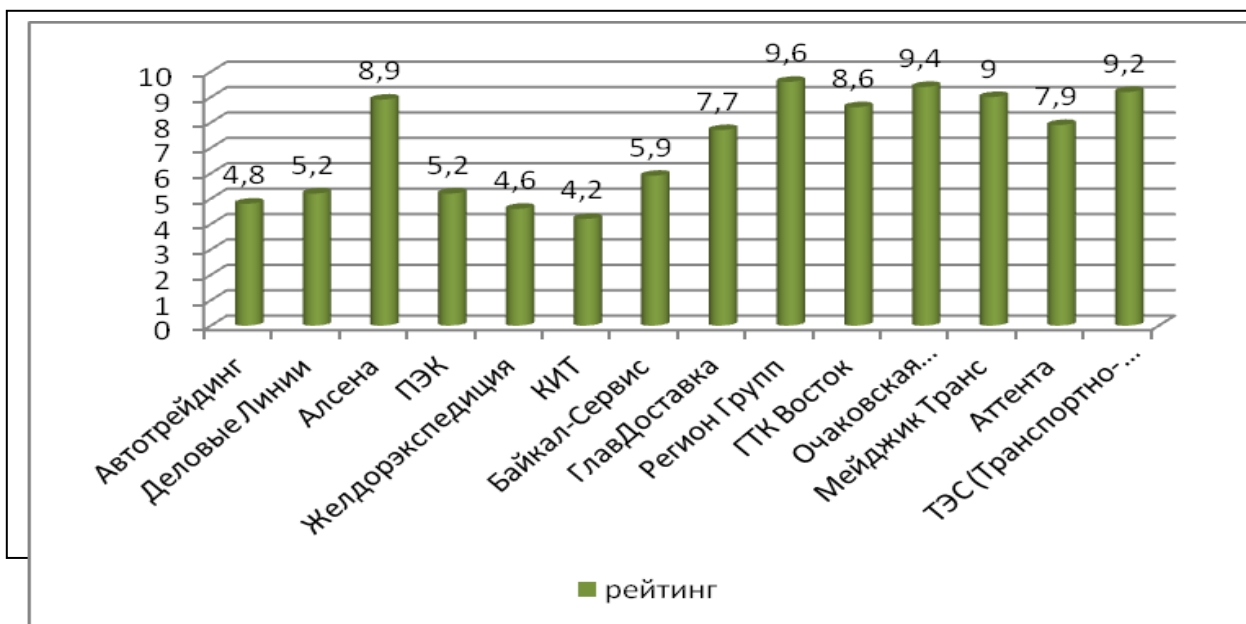


Рис.2.7. Результаты опроса респондентов на вопрос: Какие из перечисленных компаний Вы знаете(в процентах от общего числа опрошенных).

Однако, на конкурентоспособность транспортной организации оказывает влияние не только известной компании, но и такие факторы как: тарифы

компании, клиентоориентированность, сроки выполнения заявок, развитость филиальной сети. Согласно рейтинга, представленного в сети Интернет(прил.3), лидирующими компаниями по тарифам являются: Алсена, РегионГрупп, ТЭС, Очаковская логистическая компания, Мейджик Транс, рис. 2.8. [38]



По клиентоориентированности лидирующими компаниями являются: Алсена, Регион Групп, Очаковская логистическая компания, Мейджик Транс. Менее конкурентоспособными по данному показателю являются: автотрейдинг, ПЭК, КИТ Байкал Сервис, рис.2.9. [38]

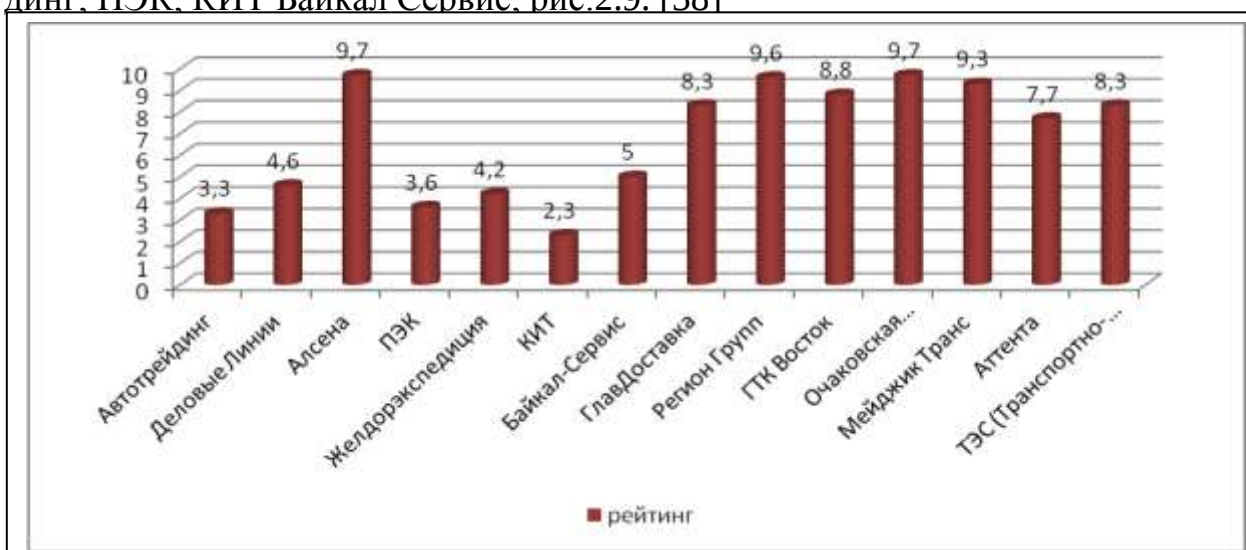


Рис.2.9. Рейтинг транспортных компаний по клиентоориентированности в 2015 г.

По срокам выполнения заявок лидируют компании: ТЭС, Очаковская логистическая компания, Мейджик Транс, Алсена. Невысокий рейтинг по срокам выполнения заявок наблюдается у таких компаний как: ПЭК, Автотрейдинг, деловые линии, КИТ, Желдорэкспедиция, рис.2.10.

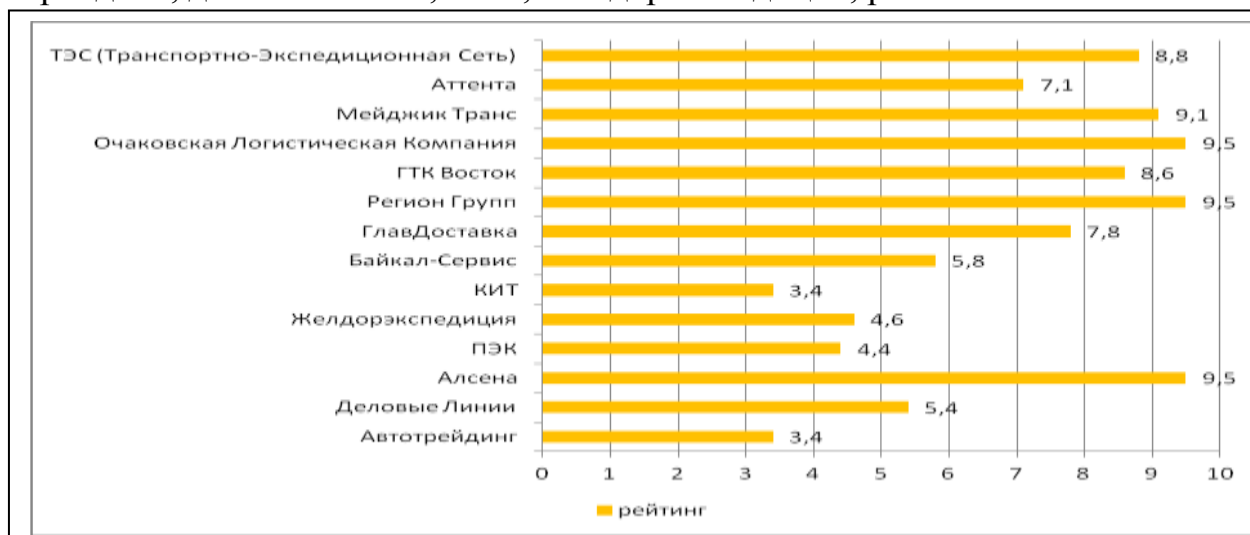


Рис.2.10.Рейтинг компаний по срокам выполнения заявок в 2015 г.

По развитости филиальной сети безусловным лидером является компания Регион групп, ТЭС, Алсена , Мейджик Транс, рис. 2.11. [38]



Рис. 2.11.Рейтинг компаний по развитости филиальной сети в 2015 г.

Таким образом, представленный выше рейтинг показал, что компания ООО «Союз-4» не входит в рейтинг лидирующих компаний, а следовательно является не конкурентоспособной. Важно отметить, что основными факторами повышения эффективности работы транспортной компании является: та-

рифы на услуги, клиентоориентированность, сроки выполнения заявок, развитость филиальной сети. Таким образом, в целях совершенствования транспортной деятельности компании ООО «Союз-4» необходимо учитывать именно эти факторы.

Для того, чтобы описать инвестиционный потенциал предприятия ООО «Союз-4» необходимо дать оценку инвестиционной привлекательности по формуле(5), представленной в первой главе исследования. Данные расчеты представим в Приложении 4. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз-4» показала, что индекс инвестиционной привлекательности равен – 9,47, а согласно критериям оценки(Приложение 4), данное предприятие имеет крайне неудовлетворительную инвестиционную привлекательность.

Таким образом, для повышения инвестиционной привлекательности является необходимым разработка наиболее сильных управленческих решений, позволяющих увеличить показатели прибыльности, доходности, финансовой устойчивости, рентабельности и деловой активности. Однако, повысить инвестиционную привлекательность можно различными способами, способствующими росту объемов продаж, снижения себестоимости, изменения удельного веса заемного капитала и повышения чистой прибыли предприятия.

Для того, чтобы определить инвестиционные возможности компании важно обратить внимание на показатели прибыли ООО «Союз-4», которые на конец анализируемого периода имеют незначительное значение. Поэтому вкладывать большую сумма инвестиций за счет собственных источников финансирования для предприятия ООО «Союз-4» достаточно проблематично. Однако, целесообразно определить основные пути повышения инвестиционной привлекательности компании за счет незначительных вложений , которые при этом позволят повысить доходность. Увеличение объемов продаж может быть обеспечено за счет активной рекламной деятельности. В настоя-

ший момент компания ООО «Союз-4» , осуществляя транспортные услуги ориентируется только на несколько областей, а следовательно, имеет достаточно узкую региональную направленность. При этом, рекламная компания очень слабая, предприятие ООО «Союз-4» не имеет собственного сайта в сети Интернет, который способствовал бы существенному продвижению услуг предприятия, при этом, за счет продвижения услуг компании в сети Интернет, возможно также увеличение регионального охвата потребителей, то есть оказывать услуги по перевозкам в различных регионах России. Важно отметить, что продвижение товаров и услуг в сети Интернет иначе называется рынком электронной коммерции. Электронный бизнес это - качественно новые технологии работы, которые позволяют компании достичь конкурентного преимущества за счет улучшения обслуживания своих клиентов и оптимизации бизнес отношений с партнерами. Интернет- технологии являются одним из основных, но не единственным ключевым аспектом в электронном бизнесе. Основная цель электронного бизнеса - сделать бизнес предприятия более рентабельным и конкурентоспособным.

В систему электронного бизнеса, входят следующие подсистемы: подсистемы обмена информацией, подсистемы электронного документо- оборота, подсистемы управления ресурсами компании, подсистемы глобального поиска данных, сбора и совместного использования знаний, корпоративные web-представительства, интегрированные с другими подсистемами компании, подсистемы электронной коммерции (e-commerce), подсистемы взаимодействия с клиентами и партнерами подсистемы учета ресурсов, рис. 2.12(прил.5). Одним из важных элементов электронного бизнеса является, электронная коммерция - это один из элементов электронного бизнеса, который связан с выполнением функций маркетинга, включая продажу товаров и услуг через Интернет потребителю. Другими словами, электронная коммерция (e-commerce)- это осуществление продаж и закупок электронными средствами. [21]

Электронная коммерция - это ускорение большинства бизнес-процессов за счет их проведения электронным образом. Следует отметить, что продвижение бизнеса в сети Интернет является актуальным, так как рынок электронной коммерции в России еще только развивается и имеет большие перспективы развития, так как темпы роста данного сектора экономики значительно опережают темпы роста экономики страны: за 2012 год ВВП России вырос на 3,5%, а e-commerce – на 26%. По мнению экспертов компании J'son & Partners Consulting, в ближайшие годы ожидаются стабильные темпы роста на уровне 15-20% ежегодно. Тогда к 2020 году объем рынка электронной коммерции составит более 2180 млрд. руб. (рис.2.13.).[40]

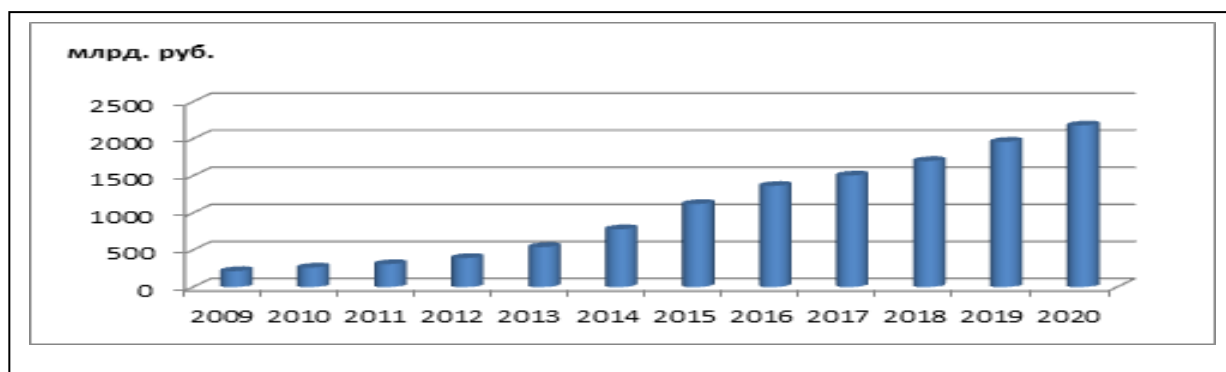


Рис.2.13. Объем рынка электронной коммерции в России (млрд. руб.)

Однако сегмент электронной коммерции в экономике нашей страны стал заметен только в последние годы. До 2011 года доля продаж через интернет составляла менее 1% от общего объема торговли России, в 2012 – около 2% (рис.2.14). [40]

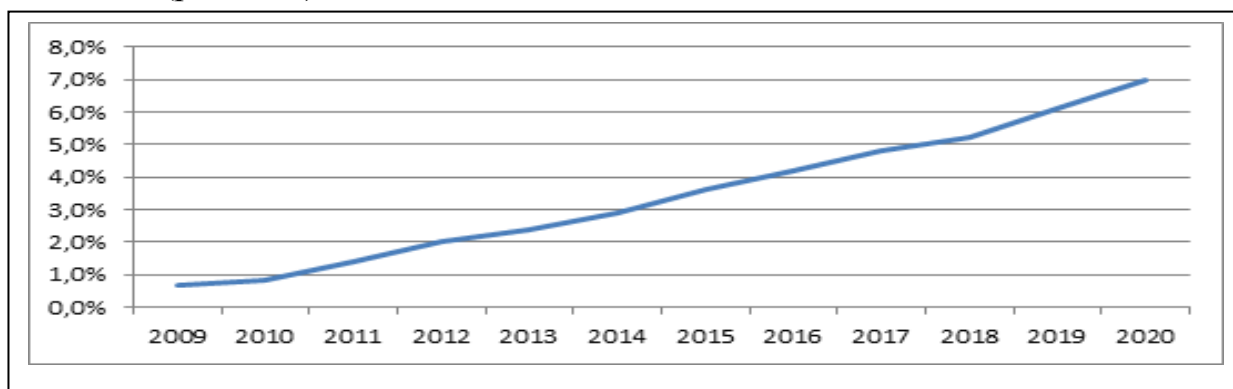


Рис.2.14. Доля рынка электронной коммерции в общем объеме торговли в России с 2009-2020 г.г.

Подобные показатели отмечались в США и Великобритании в 2003 и 2005 годах, а в настоящий момент – доля e-commerce в этих странах занимает более 10%, что позволяет сделать вывод о наличии значительного резерва для дальнейшего роста рынка электронной коммерции России. По мнению экспертов, сегмент электронной коммерции к 2020 году составит около 7% от общего объема торговли в России. На развитых рынках (Китай, Франция, Германия, Бразилия) в настоящее время данный показатель составляет около 5%.

Следует отметить, что в России наблюдается дисбаланс в развитии рынка электронной торговли по регионам (рис.2.15). Более 60% интернет-магазинов сконцентрированы в Москве и Санкт-Петербурге, где проживают около 15% населения страны. По прогнозам экспертов Morgan Stanley, к 2020 году объем продаж через интернет в столичных округах вырастет на 30%, в то время как в остальных регионах рост в среднем составит 55%.[40]

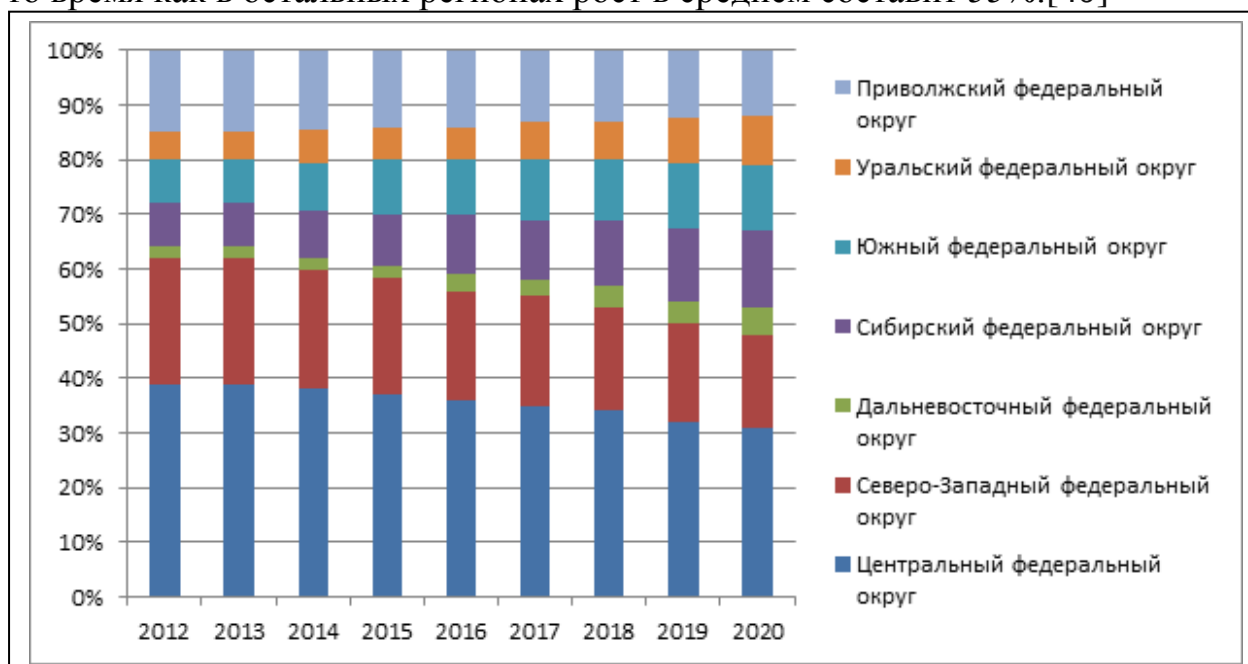


Рис.2.15. Прогноз распределения продаж через Интернет по регионам России с 2012-2020 г.г.

На данный момент сложилась ситуация, когда значительно большее количество покупателей из регионов создают намного меньший оборот, чем жители мегаполисов. Это связано, в первую очередь, с более ранним проник-

новением высокоскоростного доступа в интернет в крупные города, также вследствие более высокого дохода и более развитой логистической инфраструктуры. Россияне привыкают к интернету медленно – по данным исследовательского агентства Data Insight только 11% начинают совершать онлайн-покупки сразу после подключения, большинству (около 45%) требуется от двух до пяти лет на адаптацию. Всего в России личным опытом в совершении покупок через Интернет обладает около 22 миллионов человек.

В настоящее время в структуре рынка электронной коммерции наибольший удельный вес занимает сектор нефизических товаров и услуг, в 2012 году он составляет 65% и оценивается в 255 млрд. рублей (рис.2.16). Традиционно большую часть покупок в Интернете составляют билеты на транспорт, причем железнодорожные поездки также популярны, как и авиаперевозки. Также здесь следует выделить такие сегменты как цифровой контент, гостиницы и туризм, оплата штрафов и санкций, услуги связи.

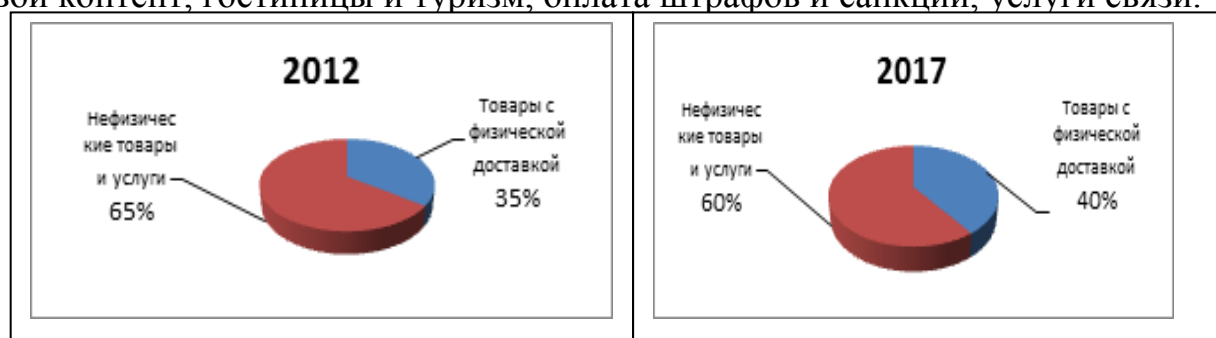


Рис.2.16. Структура рынка электронной коммерции в России 2012 и 2017гг. [40]

В секторе товаров с физической доставкой (35% рынка) в последние годы очень активно развиваются такие сегменты, как одежда, обувь, парфюмерия и косметика, электроника, автозапчасти, компьютеры, ноутбуки и др. Следует отметить, что сектор физических товаров активно растет с момента становления рынка, общий объем в 2012 году оценивается в 137 млрд. рублей. В ближайшие годы ожидается снижение темпов роста, и к 2016-2017 году доля физических товаров стабилизируется на отметке около 40% рынка. Важной тенденцией является опережающий рост Интернет-магазинов на

рынке физических товаров по сравнению с торговлей по каталогам и сетевым маркетингом. Таким образом, Интернет торговля развивается достаточно быстрыми темпами, и имеет положительную динамику развития в перспективе.

Общий уровень развития электронной коммерции в России в значительной мере отстает от показателей развития западных стран. Негативные последствия экономического кризиса, недоступность современных телекоммуникационных сетей в большинстве регионов страны, низкая распространенность современных электронных платежных систем препятствовали своевременному развитию рынка. Но, в целом, на сегодняшний день в сфере ИТ-решений для электронной коммерции, формируется благоприятная обстановка, где растущий спрос стимулирует предложение, а следовательно, развитие предприятия ООО «Союз-4» в сети Интернет является целесообразным для повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

Не менее важными в деятельности предприятия ООО «Союз-4» по оказанию услуг перевозок, является эффективная система стимулирования сбыта, в качестве предоставления скидок, это существенно повышает лояльность к услугам грузоперевозчика. Для того, чтобы вести учет постоянных клиентов компании ООО «Союз-4», предоставлять различные программы лояльности, необходимо внедрение современных программных продуктов по работе с клиентами- CRM-системы, рис.2.17.

Целью CRM - систем является привлечение и удержание выгодных клиентов посредством установления и улучшения отношений с ними, рис.2.18(прил.5).В целом CRM система направлена на привлечение и удержание потенциальных потребителей. Таким образом, внедрение программы по работе с клиентами на предприятии ООО «Союз-4» позволит компании повысить лояльность потребителей, разрабатывать эффективную систему сбыта и удерживать потенциальных потребителей, которым необходима перевозка грузов.

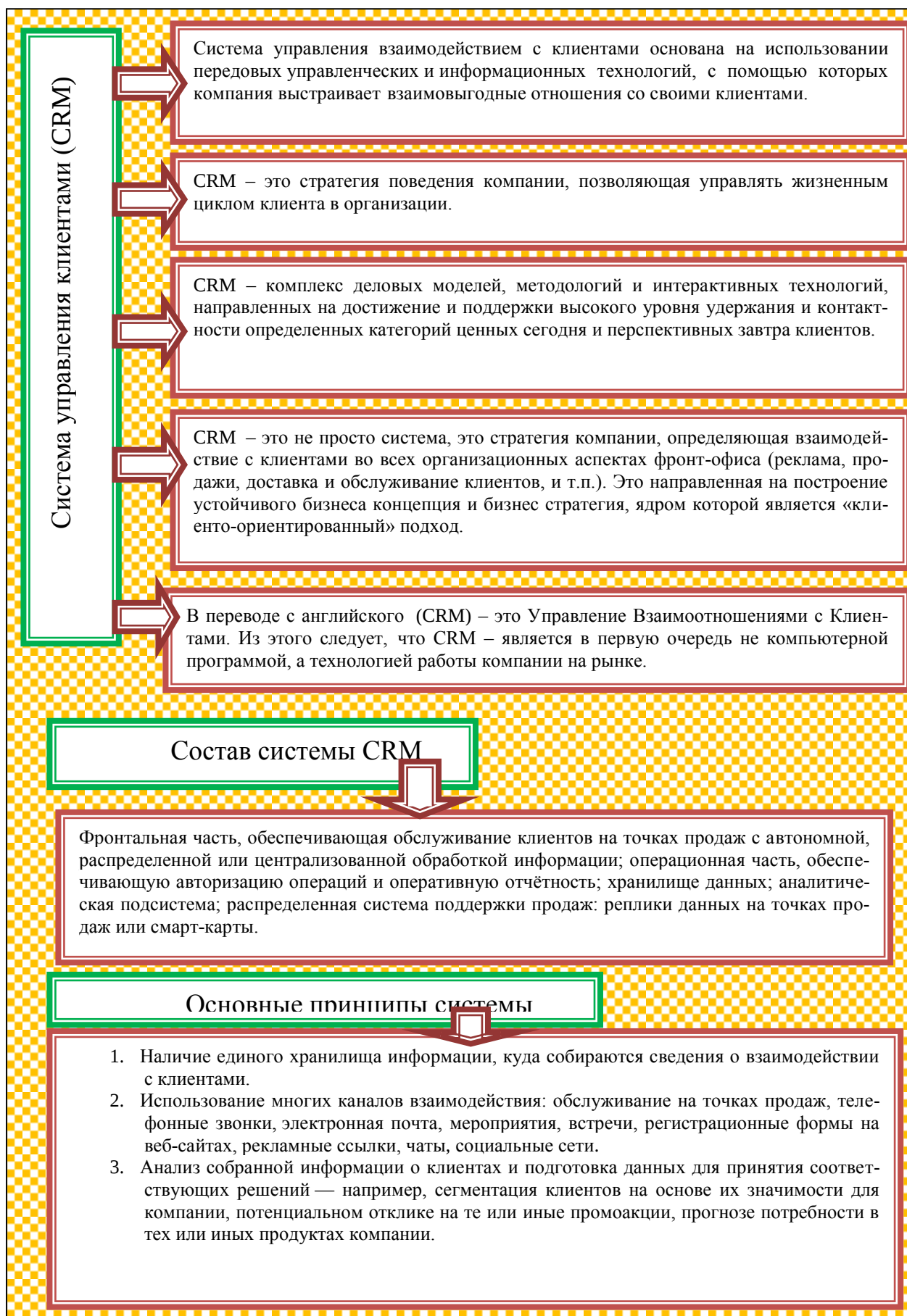


Рис.2.17. Понятие CRM системы , ее состав и принципы.

Еще одним мероприятием, направленным на совершенствование транспортной деятельности организации ООО «Союз-4» и повышения инвестиционной привлекательности, является- обновление парка транспортного оборудования за счет наиболее эффективного лизинга и улучшения договорных отношений с лизингодателем. Так как именно от эффективности лизинга зависят и показатели прибыльности организации. Проведенный выше анализ по предприятию ООО «Союз-4» показал, что наибольший удельный вес грузового транспорта имеет большой срок эксплуатации, а, следовательно, нуждается в обновлении, так как поломки машин приводят к ухудшению качества перевозок грузов и увеличивают расходы на эксплуатацию. На сегодняшний день, компания ООО «Союз-4» часть грузовых машин имеет в собственности, часть грузового транспорта оформлены в лизинг у ОАО «Сбербанк». Следует отметить, что лизинг грузового транспорта является преимуществом для тех компаний, которые не могут приобрести оборудование за счет собственных средств. Однако, при оформлении лизинга, следует учитывать, первоначальный авансовый платеж, сумма финансирования и срок договора лизинга. Таким образом, большим преимуществом обладает так компания- лизингодатель, которая предлагает наиболее эффективные способы заключения лизинговых сделок. Для того, чтобы найти наиболее выгодного лизингодателя по предоставлению грузового транспорта в лизинг или автокредитам, необходимо провести сравнительный анализ рейтинга компаний лизингодателей. По имеющимся рейтингам по данным на 2015 г., по предоставлению автокредитов, рейтинг возглавляет Газпромбанк, сумма первоначального взноса составляет от 15% при процентной ставке по кредиту 13,5-17%, табл.2.7(прил.6).[39]

Лидирующими банками по автокредиту также являются ВТБ 24, ЮниКредит Банк, Нордеа Банк, Уральский Банк Реконструкции и Развития. Следует отметить, что Сбербанк России не входит в рейтинг по предоставлению автокредитов. Лидирующими банками по предоставлению лизинга яв-

ляются: ВЭБ-лизинг, ВТБ Лизинг. Сбербанк также входит в рейтинг по объему лизингового портфеля, однако занимает третью строчку рейтинга. Лидирующими банками также являются: Газпромбанк Лизинг, Альфа-Лизинг, Балтийский Лизинг, ЮниКредит Лизинг, Дойче Лизинг Восток, Интерлизинг, рис.2.19.

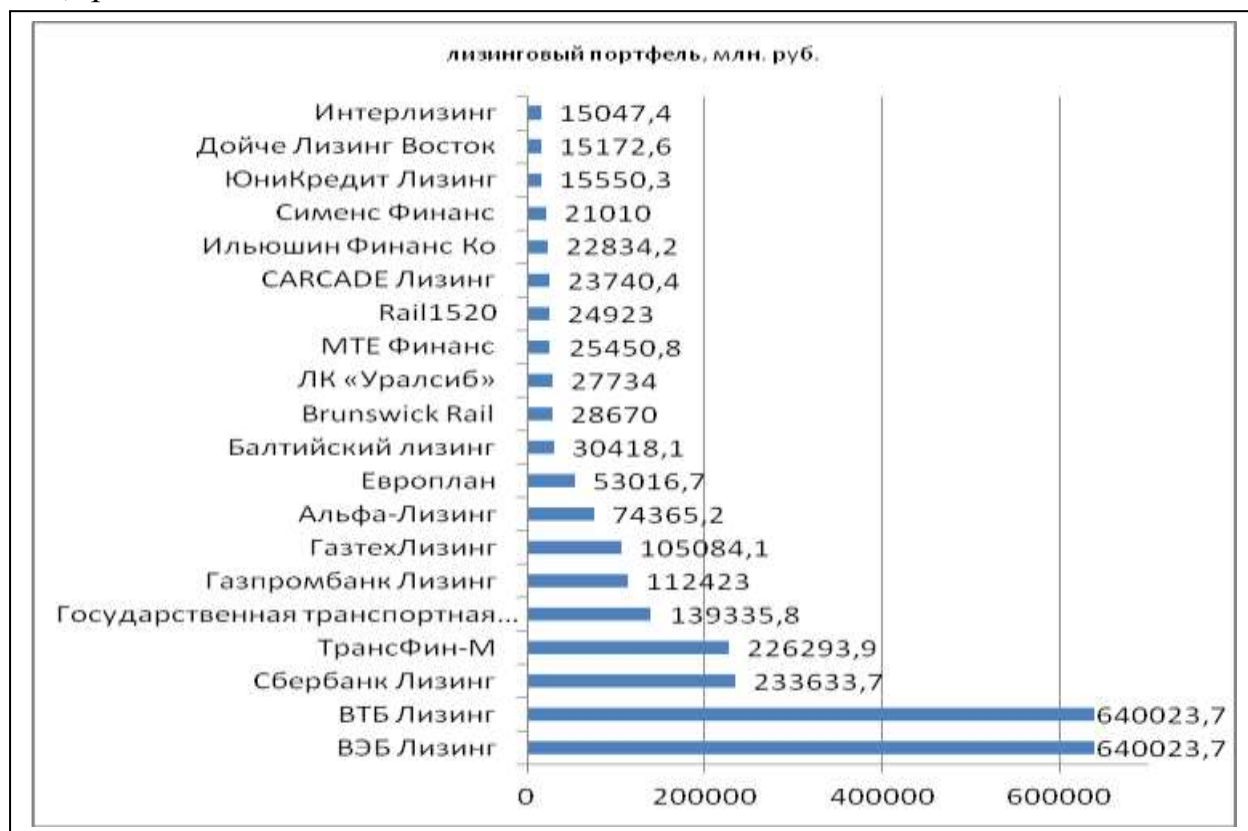


Рис.2.19. Рейтинг банков по объемам лизингового портфеля на 01.07.2015 г. [39]

Таким образом, так как ОАО «ВЭБ-лизинг» занимает лидирующие позиции в строчке рейтинга по предоставлению лизинга, а ОАО «Сбербанк» отстает на позицию, проведем сравнительный анализ лизинговых сделок ОАО «ВЭБ-лизинг» и ОАО «Сбербанк-лизинг». Преимущества лизинга грузовых автомобилей в ОАО «ВЭБ-лизинг» заключается в том, что банк предлагает широкий спектр автомобилей МАЗ, ГАЗ, КАМАЗ, IVECO, VOLVO, MERCEDES-BENZ и других популярных марок. При этом минимальный размер аванса составляет 10% при сроке финансирования от 12-72 месяцев. ЗАО «Сбербанк Лизинг» также предоставляет услугу лизинга грузовых авто-

мобилей российского и иностранного производства. При этом авансовый платеж на автомобили иностранных производителей составляет от 15%, авансовый платеж на автомобили отечественных производителей составляет до 48 месяцев.

Следовательно, преимуществами лизинга ВЭБ перед Сбербанком является- низкий первоначальный авансовый платеж, который в два раза ниже, чем в Сбербанке, а также ВЭБ предлагает в лизинг грузовой транспорт на более длительный срок который, может составлять до 72 месяцев, тогда как в Сбербанке срок лизинга составляет 48 месяцев. Таким образом, для компании ООО «Союз-4» наиболее выгодным партнером по лизингу является «ВЭБ-лизинг». При сотрудничестве с этим банком, компания могла бы при тех же финансовых ресурсах взять в лизинг в два раза больше грузового транспорта, чем в ОАО «Сбербанк». Подводя итогу выше изложенному, в ближайшей перспективе ООО «Союз-4» должна изменить договорные отношения по лизингу грузового транспорта и заключить договора с новым лизингодателем «ВЭБ-лизинг».

Выше были рассмотрены основные направления, позволяющие повысить инвестиционную привлекательность организации ООО «Союз-4» за счет следующие мероприятий: 1) продвижение компании в сети Интернет; 2) повышение качества работы с потребителями, за счет внедрения программы CRM; 3) совершенствование лизинговых отношений грузового транспорта. Выше предложенные мероприятия позволят увеличить объемы продаж, снизить затраты на ремонтные работы и поломки транспорта; повысить прибыльность и рентабельность компании в целом. Для того, чтобы наиболее подробно рассмотреть пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз - 4» и оценить эффективность, необходимо перейти к следующему параграфу исследования.

2.3. Пути повышения инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз - 4»

Выше были рассмотрены основные резервы роста инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз-4», ими являются: 1) продвижение компании в сети Интернет и увеличение территориального охвата потребителей для осуществления грузовых перевозок ; 2) повышение лояльности потребителей за счет внедрения программного продукта CRM-системы; 3) совершенствование лизинговых отношений. Рассмотрим подробнее основные пути повышения инвестиционной привлекательности и оценим экономическую эффективность.

1) Продвижение компании в сети Интернет и увеличение территориального охвата потребителей для осуществления грузовых перевозок.

Прежде чем перейти к рассмотрению основных способов продвижения товаров и услуг в сети Интернет, является необходимым рассмотреть основные преимущества такого продвижения. В частности, к преимуществам относятся: низкая стоимость маркетинговых мероприятий, широкий охват аудитории, поддержание связи с аудиторией, мобильность всех кампаний, рис. 2.20. На сегодняшний день, в сети Интернет существует множество способов продвижения товаров и услуг. Наиболее известными являются: поисковая оптимизация сайта; размещение баннерной и текстовой рекламы; использование e-mail маркетинга; размещение пресс-релизов компании; использование партнерских программ. Более подробно способы продвижения компании в сети Интернет описаны в прил.7. Таким образом, для продвижения компании ООО «Союз-4» в сети Интернет необходимо создание сайта и его продвижение. Стоимость создания сайта составляет в среднем от 50 тыс. руб. и более. Для продвижения сайта необходимы финансовые ресурсы, в зависимости от способов продвижения. Так как компания ООО «Союз-4» имеет небольшие прибыли и мало собственных средств в наличии, целесообразно

но выделить сумму на продвижение компании в размере не более 300 тыс. руб. в год. В целом затраты на создание и продвижение компании в сети Интернет составят 350 тыс. руб. в год. Эту сумму компания может оплатить из собственных средств(чистой прибыли предприятия).

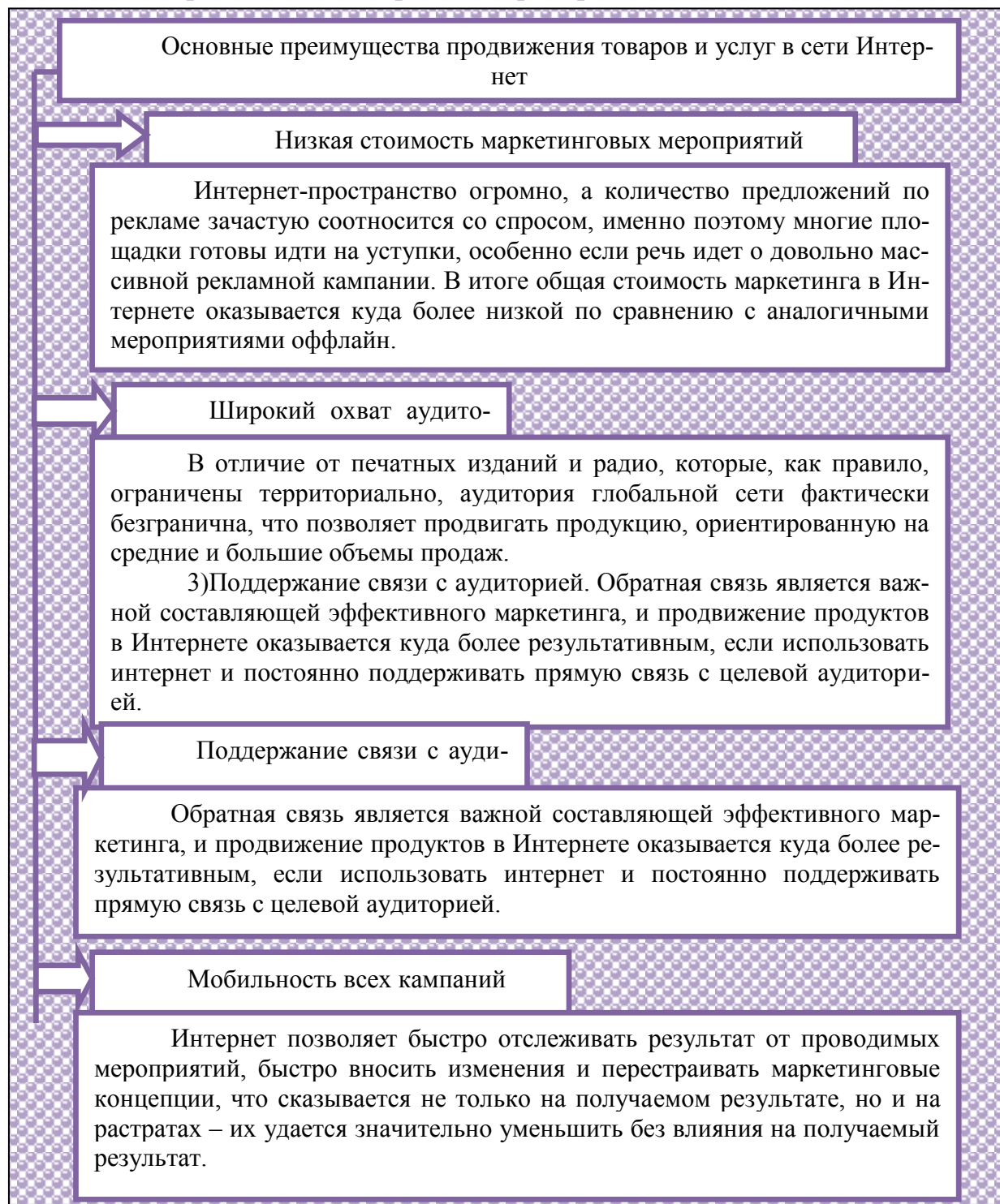


Рис.2.20.Основные преимущества продвижения товаров и услуг в сети Интернет

2) Повышение лояльности потребителей за счет внедрения программного продукта CRM-системы.

На сегодняшний день, множеством компаний разрабатываются различные программные продукты по работе с клиентами. Однако, наиболее известной и пользующейся наибольшим спросом у потребителей, является программный продукт «1С:Предприятие 8: Управление торговлей и взаимоотношениями с клиентами (CRM)», который предназначен для комплексной автоматизации бизнес-процессов предприятия, оперативного и управленческого учета, анализа и планирования торговых операций, создания эффективных механизмов взаимоотношений с клиентами. «1С:CRM» будет полезно для компаний, которые стремятся управлять бизнесом в соответствии с концепцией CRM: организаций оптово-розничной торговли; проектных организаций; сервисных организаций; организаций сферы услуг; выделенных торговых подразделений производственных компаний и т.д. Программа «1С:CRM» автоматизирует следующие направления торговой деятельности: управление бизнес-процессами; автоматизация процессов продаж, начиная с момента первого обращения клиента; управление заказами покупателей; управление продажами; управление поставками; планирование продаж и закупок и др.

Основными результатами внедрения «1С:CRM» являются: минимизация риска потерь информации о клиентах и сделках при передаче между сотрудниками или подразделениями компании (отделами склада, маркетинга, сервисного обслуживания и т.д.); сегментация клиентской базы позволяет выявить перспективных клиентов и сократить время на неэффективные переговоры; у сотрудников появляется больше времени на работу с клиентами за счет повышения эффективности работы с информацией и автоматизации рутинных операций; сокращение времени обслуживания в расчете на одного клиента позволяет снизить общие издержки по продажам; снижение или увеличение количества и размера скидок; персональное обслуживание клиентов

(памятные даты, специальные предложения и программы лояльности), быстрое предоставление необходимой клиенту информации, точность и оперативность в работе повышает уровень лояльности клиентов, способствует стабильности и росту объема продаж.

Так как, одной из функций программы 1С: CRM является снижение или увеличение размера скидок, то с помощью данной программы можно будет стимулировать сбыт услуг по грузоперевозкам с помощью разработки системы скидок. В частности, для постоянных клиентов или клиентов при больших объемах перевозок на предприятии ООО «Союз-4» целесообразно внедрение системы мероприятий по скидкам, которые могут составлять от 10,0% до 30,0%.

Благодаря гибкости и легкой настройке программа «1С:CRM» реализует функции учета от ведения справочников и ввода первичных документов до получения различных аналитических отчетов. Конфигурация позволяет вести управленческий учет по предприятию в целом. Внедрение программы «1С:CRM» на предприятии ООО «Союз-4» позволит значительно повысить производительность менеджеров, а также увеличит объем продаж. За счет внедрения программного обеспечения по работе с клиентами, как показывает опыт многочисленных компаний, и компаний-разработчиков программного обеспечения, объемы продаж ежегодно увеличиваются в среднем на 20-40%(прил.8). Основными возможностями программы являются: автоматизация бизнес-процессов, полноценный складской учет, управление продажами, управление логистикой, сервисом, маркетингом, закупками и др. Для совершенствования автоматизации системы по работе с клиентами на предприятии ООО «Союз-4» при помощи программного обеспечения необходимы средства на покупку программы, стоимость которой составляет 25000,0 руб. Стоимость ежегодного сервисного обслуживания составляет 6 600 руб. Следовательно, суммарные затраты на повышение качества обслуживания с клиентами компании ООО «Союз-4» составят 31600,0 руб. Это незначительная сум-

ма для компании ООО «Союз-4» и финансирование данного мероприятия может осуществляться за счет чистой прибыли компании.

3) Совершенствование лизинговых отношений.

Еще одним мероприятием, направленным на совершенствование деятельности и повышения инвестиционной привлекательности ООО «Союз-4» является изменение договорных отношений по лизингу грузового транспорта. Выше было описано, что после смены лизингодателя, компания ООО «Союз-4» при тех же самых финансовых ресурсах сможет увеличить объемы транспорта в два раза. Однако, так как компания сейчас все же еще сотрудничает с лизингодателем ОАО «Сбербанк» аннулировать договора лизинга будет достаточно сложным, но в перспективе компания должна ориентироваться на лизинг грузового транспорта в «ВЭБ-лизинг». Рассчитать точную эффективность от данного мероприятия, также не представляется возможным, так как это будет зависеть от видов транспорта, которые компания ООО «Союз-4» приобретет в лизинг у «ВЭБ-Лизинг», а также от сроков лизинга и других не менее важных факторов, связанных с осуществлением лизинговых отношений.

Таким образом, выше были рассмотрены основные пути повышения инвестиционной привлекательности компании ООО «Союз-4». Показателями экономической эффективности от предложенных мероприятий, могут являться следующие: выполнение плана по выручке, выполнение плана по обслуживанию, выполнение плана по привлечению и удержанию клиентов; выполнение плана по доле рынка, занимаемого предприятием, увеличение прибыли, рентабельности, снижения финансовой зависимости и др. Выполнение плана – это тот результат, который предприятие планирует получить в будущем периоде. Выше были рассмотрены три мероприятия, направленные на повышение финансовой устойчивости предприятия ООО «Союз-4», однако, финансирования мероприятия- по изменению договорных отношений по лизингу не предусмотрено. Таким образом, основными видами затрат на пред-

ложенные мероприятия являются: затраты на покупку и установку программного обеспечения «1С:CRM» и продвижение компании в сети Интернет (прил.9).

Следует также отметить, что мероприятия, предложенные выше, не требуют больших вложений, однако дают ощутимый экономический результат. Достаточно сложно оценить экономическую эффективность представленных выше мероприятий, но можно рассчитать эффективность мероприятий нормативным методом. Т.е. за счет предлагаемых мероприятий, направленных на совершенствование транспортной деятельности, у компании ООО «Союз-4» может произойти увеличение количества потенциальных потребителей, а это вызовет рост показателя продаж (выручки от реализации). Однако, нельзя сказать точно, на сколько именно может увеличиться показатель товарооборота. Тем не менее, предположим рост объемов продаж компании ООО «Союз-4» от внедрения программного обеспечения «1С:CRM» будет не на столько высок и примем минимальный показатель роста товарооборота, который составит 20,0% (разработчики программы утверждают увеличение объемов продаж после внедрения системы в среднем на 20-40%). Увеличение объемов продаж от продвижения компании в сети Интернет, более чем в два раза увеличивает объемы продаж (по данным аналогичных организаций). Однако, на начальном этапе после выхода компании на рынок электронной коммерции, можно предположить увеличение продаж на 10%. Следовательно, за счет внедрения программного обеспечения и продвижения компании в сети Интернет, планируемый показатель товарооборота предприятия ООО «Союз-4» может увеличиться, в среднем на 30% и составит 32027 тыс. руб., рис.2.21. В среднем себестоимость продаж составляет 82,2% от товарооборота (по данным на 2015г.). Однако, в 2014 г. показатель себестоимости продаж составлял 49,86%, то есть в 2015 г. произошло существенное увеличение расходов или же изменения в ценовой политики, в итоге получается, что в 2014

г. компания делала наценку на свои услуги в размере почти 50%, а в 2015 г. наценка составила не более 20%.

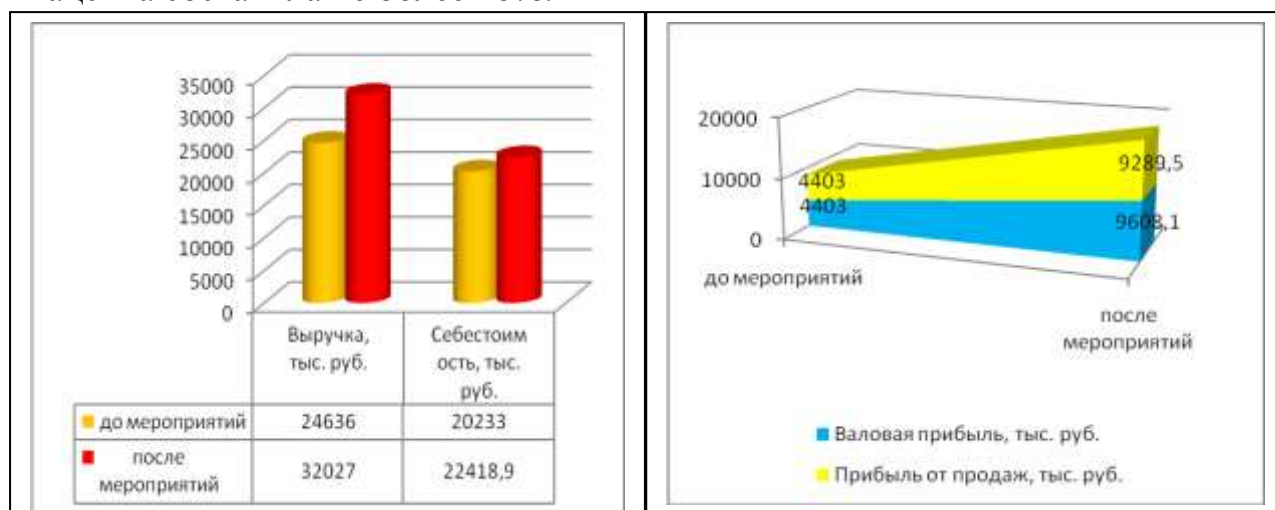


Рис. 2.21. Показатели выручки, себестоимости и прибыли до и после мероприятий на предприятии ООО «Союз-4»

Однако, для эффективности деятельности транспортного предприятия является необходимым либо снижение затрат либо увеличение наценки на оказанные услуги таким образом, чтобы она составляла не менее 30%, для повышения рентабельности деятельности компании. Таким образом, планируемая себестоимость проданных товаров работ, услуг составит 22418,9 тыс. руб. Отсюда показатель валовой прибыли составит: 9608,1 тыс. руб. Затраты на мероприятия- 318,6 тыс. руб. – это коммерческие расходы, в результате прибыль от продаж составит 9289,5 тыс. руб., рис.2.21. Показатели валовой рентабельности и рентабельности продаж в перспективе составят: 30% и 29,0% соответственно, рис.2.22.

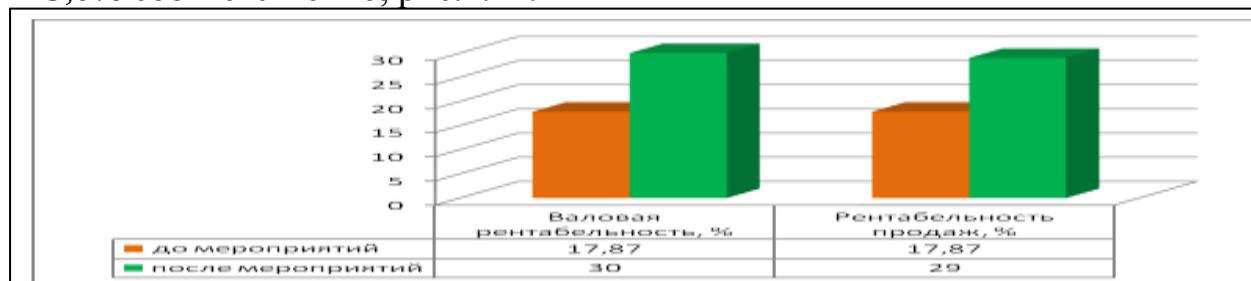


Рис. 2.22. Показатели рентабельности до и после проведения мероприятий на предприятии ООО «Союз-4»

Резюмируя выше изложенное можно сделать вывод, что за счет проведения мероприятий на предприятии ООО «Союз-4», произойдет увеличение показателей объема продаж на 7391 тыс. руб., валовая прибыль и прибыль от продаж увеличатся на 5205,1 тыс. руб. и 4886,5 тыс. руб. соответственно. Показатели рентабельности продаж и валовой рентабельности покажут рост на 12,13% и 11,13%. Следует отметить, что экономическая эффективность была рассчитана за счет двух мероприятий- это за счет продвижения компании в сети Интернет и повышения лояльности потребителей, за счет внедрения программного обеспечения CRM- системы. Если компания ООО «Союз-4» в ближайшей перспективе изменит договорные отношения по лизингу грузового транспорта, то экономический эффект от предложенных рекомендаций, будут существенно выше. А пока в данном случае были учтены только мероприятия, направленные на совершенствование предприятия по работе с клиентами и увеличения регионального охвате потребителей. Рассчитанные показатели экономической эффективности являются прогнозируемыми, какими они будут на самом деле, будет зависеть от многих факторов, в том числе и от эффективности управления на транспортном предприятии ООО «Союз-4». В любом случае, проведение данных мероприятий целесообразно и требует незамедлительной реализации, так как это повысит показатели доходности, рентабельности, а это повлияет на изменение структуры капитала, снизит зависимость компании от внешних источников финансирования, ускорит показатели деловой активности и ликвидности, что в совокупности позволит предприятию повысить инвестиционную привлекательность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях конкуренции привлечение инвестиций в организации является вопросам выживания. Под инвестициями следует понимать денежную оценку объекта, с помощью которой субъект инвестирования (инвестор) оказывает влияние на объект инвестирования (хозяйствующий субъект) с целью достижения положительного экономического эффекта. Под инвестиционной привлекательностью следует понимать «принцип формирования предпочтительности целей и задач» и как «наличие устойчивого совокупного экономического эффекта от производственно-хозяйственной деятельности» предприятия.

Для оценки инвестиционной привлекательности, объектом было выбрано предприятия ООО «Союз - 4», которая основана в 2005 году, в г. Чебоксары Чувашской Республики. На сегодняшний день компания представляет комплекс услуг, в частности, осуществляет деятельность сухопутного транспорта; деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта; деятельность автомобильного (автобусного) пассажирского транспорта; деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания; деятельность автомобильного грузового транспорта. Девиз компании: «Комфорт и надежность для каждого клиента». Миссия компании: предоставление качественных транспортных услуг различным категориям клиентов. Цели компании: увеличение оборота предприятия в 2016 году на 30% ; улучшение качества обслуживания граждан.

В системе управления ООО «Союз - 4» можно выделить три самостоятельных блока управления: эксплуатационный, технический и экономический, каждый из которых подчиняется соответствующему руководителю. Среднесписочная численность предприятия ООО «Союз-4» по данным на 2015 г. составляет 57 человек. Наибольший удельный вес в общей структуре численности приходится на рабочих и составляет 77,19%, небольшая доля

приходится на руководителей и специалистов и составляет 14,03% и 8,78% соответственно.

Основными фондами предприятия ООО «Союз-4», в частности, являются недвижимое и движимое имущество. К недвижимому имуществу относятся склад, общей площадью 280 кв. м., офисное помещение площадью 24 кв. м. Движимым имуществом предприятия являются транспортные средства, на сегодняшний день парк автомобилей включает в себя 60 единиц автотранспорта отечественного и иностранного производства, часть которых является собственностью предприятия или принадлежит компании на условиях договора-лизинга. На сегодняшний день, компания ООО «Союз-4» заключила договор лизинга грузового транспорта, через Сберегательный банк РФ. ЗАО «Сбербанк Лизинг» предоставляет услугу лизинга грузовых автомобилей российского и иностранного производства. Программы, предлагаемые компанией ЗАО «Сбербанк», разработаны с учетом потребностей представителей среднего и малого бизнеса, а также индивидуальных предпринимателей.

Представленный анализ основных экономических показателей показал, что на предприятии в течении анализируемого периода, показатели объемов продаж увеличились, произошло и увеличение себестоимости продаж, однако, несмотря на рост объема товарооборота, показатели валовой прибыли, прибыли от продаж и чистой прибыли предприятия снизились. Произошло и снижение показателей рентабельности. Сумма капитала предприятия за 2014-2015г.г. увеличилась, однако в основном капитал предприятия сформирован за счет заемных источников финансирования, так как наибольшая доля капитала приходится на краткосрочные и долгосрочные источники финансирования. Таким образом, предприятие ООО «Союз-4» является финансово-зависимым, при этом, баланс предприятия не является ликвидным. Следовательно, основные экономические показатели компании имеют тенденцию к

снижению, наблюдается ухудшение показателей финансовой устойчивости, платежеспособности и рентабельности.

Так как компания ООО «Союз-4» работает на рынке транспортных услуг, необходимым является анализ рынка и оценка лидеров, а также место компании на занимаемой нише. Представленный рейтинг транспортных компаний показал, что компания ООО «Союз-4» не входит в рейтинг лидирующих компаний, а следовательно является не конкурентоспособной. Важно отметить, что основными факторами повышения эффективности работы транспортной компании является: тарифы на услуги, клиенто-ориентированность, сроки выполнения заявок, развитость филиальной сети.

Оценка инвестиционной привлекательности предприятия ООО «Союз-4» показала, что индекс инвестиционной привлекательности равен – 9,47, а согласно критериям оценки, данное предприятие имеет крайне неудовлетворительную инвестиционную привлекательность.

В связи с тем, что компания ООО «Союз-4» имеет низкие показатели финансовой устойчивости, прибыльности, доходности, рентабельности и неудовлетворительную инвестиционную привлекательность, были предложены мероприятия, направленные на увеличение основных экономических показателей. В частности: а) продвижение компании в сети Интернет и увеличение регионального охвата потребителей; б) повышение лояльности потребителей, за счет внедрения программного обеспечения CRM-системы, которая позволит разрабатывать различную систему скидок и удерживать долгосрочные отношения с потенциальными потребителями; в) изменения лизинговых отношений, с целью снижения процентных ставок по кредитам и первоначального взноса.

1) Представленный анализ по развитию электронной коммерции в России показал, что Интернет торговля развивается достаточно быстрыми темпами, и имеет положительную динамику развития в перспективе. Общий уровень развития электронной коммерции в России в значительной мере от-

стает от показателей развития западных стран. Негативные последствия экономического кризиса, недоступность современных телекоммуникационных сетей в большинстве регионов страны, низкая распространенность современных электронных платежных систем препятствовали своевременному развитию рынка. Но, в целом, на сегодняшний день в сфере ИТ-решений для электронной коммерции, формируется благоприятная обстановка, где растущий спрос стимулирует предложение, а следовательно, развитие предприятия ООО «Союз-4» в сети Интернет является целесообразным для повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности.

2) Для того, чтобы вести учет постоянных клиентов компании ООО «Союз-4», предоставлять различные программы лояльности, необходимо внедрение современных программных продуктов по работе с клиентами- CRM-системы, так как целью CRM - системы является привлечение и удержание выгодных клиентов посредством установления и улучшения отношений с ними. В целом CRM система направлена на привлечение и удержание потенциальных потребителей. На сегодняшний день существует множество программных продуктов по работе с клиентами, однако для анализируемого предприятия ООО «Союз-4» было предложено применение программы 1С:CRM.

3) Обновление парка транспортного оборудования за счет наиболее эффективного лизинга и улучшения договорных отношений с лизингодателем является необходимым, так как именно от эффективности лизинга зависят и показатели прибыльности организации. Проведенный выше анализ по предприятию ООО «Союз-4» показал, что наибольший удельный вес грузового транспорта имеет большой срок эксплуатации, а, следовательно, нуждается в обновлении, так как поломки машин приводят к ухудшению качества перевозок грузов и увеличивают расходы на эксплуатацию. На сегодняшний день, компания ООО «Союз-4» часть грузовых машин имеет в собственности, часть грузового транспорта оформлены в лизинг у ОАО «Сбербанк».

Следует отметить, что лизинг грузового транспорта является преимуществом для тех компаний, которые не могут приобрести оборудование за счет собственных средств. Однако, при оформлении лизинга, следует учитывать, первоначальный авансовый платеж, сумму финансирования и срок договора лизинга. Таким образом, большим преимуществом обладает та компания- лизингодатель, которая предлагает наиболее эффективные способы заключения лизинговых сделок. Для того, чтобы найти наиболее выгодного лизингодателя по предоставлению грузового транспорта в лизинг или автокредитам, был проведен сравнительный анализ рейтинга компаний лизингодателей. Лидером по лизингу грузового оборудования и техники является компания ОАО «ВЭБ-лизинг».

Преимущества лизинга грузовых автомобилей в ОАО «ВЭБ-лизинг» заключается в том, что банк предлагает широкий спектр автомобилей МАЗ, ГАЗ, КАМАЗ, IVECO, VOLVO, MERCEDES-BENZ и других популярных марок. При этом минимальный размер аванса составляет 10% при сроке финансирования от 12-72 месяцев. ЗАО «Сбербанк Лизинг» также предоставляет услугу лизинга грузовых автомобилей российского и иностранного производства. При этом авансовый платеж на автомобили иностранных производителей составляет от 15%, авансовый платеж на автомобили отечественных производителей составляет до 48 месяцев.

Следовательно, преимуществами лизинга ВЭБ перед Сбербанком является- низкий первоначальный авансовый платеж, который в два раза ниже, чем в Сбербанке, а также ВЭБ предлагает в лизинг грузовой транспорт на более длительный срок который, может составлять до 72 месяцев, тогда как в Сбербанке срок лизинга составляет 48 месяцев. Таким образом, для компании ООО «Союз-4» наиболее выгодным партнером по лизингу является «ВЭБ-лизинг». При сотрудничестве с этим банком, компания могла бы при тех же финансовых ресурсах взять в лизинг в два раза больше грузового транспорта, чем в ОАО «Сбербанк».

Таким образом, рассмотренные выше пути инвестиционной привлекательности позволят компании ООО «Союз-4» повысить объемы продаж, снизить затраты, увеличить показатели прибыли, рентабельности и финансовой устойчивости. Представленный расчет экономической эффективности от предложенных мероприятий показал, что в результате их реализации произойдет увеличение показателей объема продаж на 7391 тыс. руб., валовая прибыль и прибыль от продаж увеличатся на 5205,1 тыс. руб. и 4886,5 тыс. руб. соответственно. Показатели рентабельности продаж и валовой рентабельности покажут рост на 12,13% и 11,13%. Рассчитанные показатели экономической эффективности являются прогнозируемыми, какими они будут на самом деле, будет зависеть от многих факторов, в том числе и от эффективности управления на транспортном предприятии ООО «Союз-4». В любом случае, проведение данных мероприятий целесообразно и требует незамедлительной реализации, так как это повысит показатели доходности, рентабельности, а это повлияет на изменение структуры капитала, снизит зависимость компании от внешних источников финансирования, ускорит показатели деловой активности и ликвидности, что в совокупности позволит предприятию повысить инвестиционную привлекательность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации. Принята Всенародным голосованием 12.12.93 г. (с изм. от 21 июля 2014 г.);
2. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»(с измен. и доп. от 28 декабря 2013 г.);
3. Федеральный закон от 9 июля 1999 г. N 160-ФЗ «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации»(с измен. и доп. от 5 мая 2014 г.);
4. Федеральный закон от 5 марта 1999 г. N 46-ФЗ «О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг»(с измен. и доп. от 23 июля 2013 г.);
5. Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. N 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»(с измен. и доп. от 30 декабря 2015 г.).
6. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. и доп. от 29 декабря 2015 г.);
7. Федеральный закон от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ «Об Обществах с ограниченной ответственностью» (с изм. и доп. от 29 декабря 2015 г.);
8. Федеральный закон от 30 июня 2003 г. N 87-ФЗ «О транспортно-экспедиционной деятельности»;
9. Федеральный закон от 10 января 2003 г. N 18-ФЗ «Устав железнодорожного транспорта Российской Федерации» (с изм. и доп.);
10. Федеральный закон от 8 ноября 2007 г. N 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» (с изм. и доп.);
11. Постановление Правительства РФ от 8 сентября 2006 г. N 554 «Об утверждении Правил транспортно-экспедиционной деятельности»;

12. Приказ Минтранса РФ от 11 февраля 2008 г. N 23 «Об утверждении Порядка оформления и формы экспедиторских документов».
13. Артеменко В.Г., Беллендир М.В. Финансовый анализ: Учебное пособие. - М.: Издательство «ДИС», НГАЭиУ, 2011. - 128 с.
14. Арутюнов Ю.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: КНОРУС, 2010. - 312 с.
15. Абрютин М.С. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: учебно-практическое пособие / М.С. Абрютин, А.В. Грачев. - 8-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство «Дело и Сервис», 2009. - 272с.
16. Анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности: учебно-методический комплекс/Под ред. Л.М. Полковского.- М.: «Финансы и статистика», 2009.- 384с.
17. Амиров М.Ш. Единая транспортная система: учебник / М.Ш. Амиров, С.М. Амиров. – М.: КНОРУС, 2012. – 184 с.
18. Афанасьев Л.Л. Единая транспортная система и автомобильные перевозки: учеб. пособие / Л.Л. Афанасьев. – М.: Транспорт, 2014г – 333 с.
19. Беспалов Р.С. Транспортная логистика. Новейшие технологии построения эффективной системы доставки: учеб. пособие / Р.С. Беспалов. – Минск: Вершина, 2013. – 384 с.
20. Богомазов В.А. Государственное регулирование транспортной деятельности и стратегическое управление автотранспортными предприятиями: учеб. пособие / В.А. Богомазов. – СПб.: Издательство «СПбГИЭА», 2012. – 234 с.
21. Балабанов И.Т. Электронная коммерция.– СПб: Питер, 2015г.
22. Гуров Ф. Продвижение бизнеса в Интернет. – М. 2014г. – 152 с.
23. Генина Н. Рынок онлайн-торговли в России[электронная версия]// Ресурс: [[http:// cnews. ru](http://cnews.ru)]

- 24.Гаджинский А.М. Логистика: учебник / А.М. Гаджинский. – М.: Дашков и К, 2010. – 484 с.
- 25.Гайдаенко А.А. Логистика: учебник / А.А. Гайдаенко, О.В. Гайдаенко. – 3-е изд., стер. – М.: КноРус, 2014. – 272 с.
- 26.Дмитриев А.В. Управление транспортными системами: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2013. - 96 с.
- 27.Динамика развития интернет- торговли в мире [электронная версия]. Ресурс:[[http:// predprinimatel.ru](http://predprinimatel.ru)]
- 28.Дмитриев А.В. Система показателей эффективности транспортного обслуживания / Стратегии развития инструментов коммерции. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2014. - 348 с..
- 29.Дыбская В. В. Управление складированием в цепях поставок. - М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2014. - 720 с.
- 30.Канке А.А. Логистика: учебное пособие / А.А. Канке, И.П. Кошечая. – М.: КНОРУС, 2015. – 320 с.
- 31.Лукинский В.С. Модели и методы теории логистики: Учебн. пособие. 2-е изд. - СПб.: Питер, 2014. - 448 с.
- 32.Логистика: Учебник / Под ред. Б.А. Аникина. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 368 с.
- 33.Лукинский В.С. Логистика автомобильного транспорта: методы, модели: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 280 с.
- 34.Неруш Ю.М. Логистика: учебник для вузов / Ю.М. Неруш. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2014. – 520 с.
- 35.Николин В.И. Автотранспортный процесс и оптимизация его элементов: учебное пособие / В.И. Николин. – М.: Транспорт, 2015г. – 324 с.
- 36.Рейтинг лизинговых компаний России [Электронный ресурс]. [URL:<http://www.banki.ru>].

- 37.Секерин В.Д. Логистика: учебное пособие / В.Д. Секерин. – М.: КНО-РУС, 2011. – 240 с.
- 38.Транспортные компании России: «ФАКТОР» узнаваемости [Электронная версия][http://www.umniylogist.ru/articles/tk_factor_uzn.html]
- 39.ТОП-5 банков по автокредитам [Электронный ресурс]. [URL: <http://kredit.ru>].
- 40.Холодкова К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России[Электронная версия] [<http://web.snauka.ru/issues>]
- 41.Чудаков А.Д. Логистика: Учебник. – М.: Издательство РДЛ, 2001. – 480 с.
- 42.Щербаков В.В. Основы логистики: Учебник для ВУЗов. - СПб.: Питер, 2009. - 432 с.
- 43.Шеремет А.Д., Сейфулин Д.Е.«Методика финансового анализа предприятия». М., 2010 г.
- 44.Экономика пассажирского транспорта: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. проф. Персианова В.А. – М.: КНОРУС, 2012. – 400 с.
- 45.Яковлев А.В. Способы продвижения в сети интернет.[Электронная версия][Источник: <http://dis.ru/library>]

ПРИЛОЖЕНИЯ