



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Тема: «Оценка инвестиционной привлекательности предприятия»

Аналитическая глава ВКР: Анализ инвестиционной привлекательности ООО Союз-4

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

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

2.2. Инвестиционный потенциал предприятия ООО «Союз - 4»

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

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).

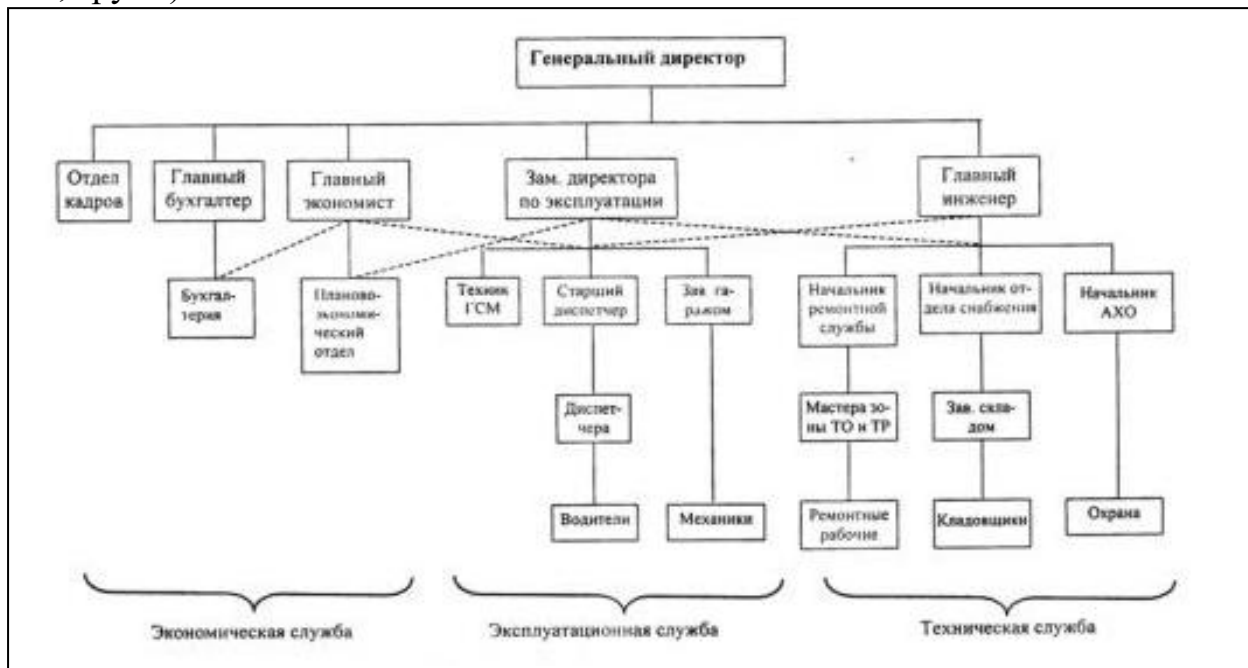


Рис. 2.1. Организационная структура ООО «Союз - 4»

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.

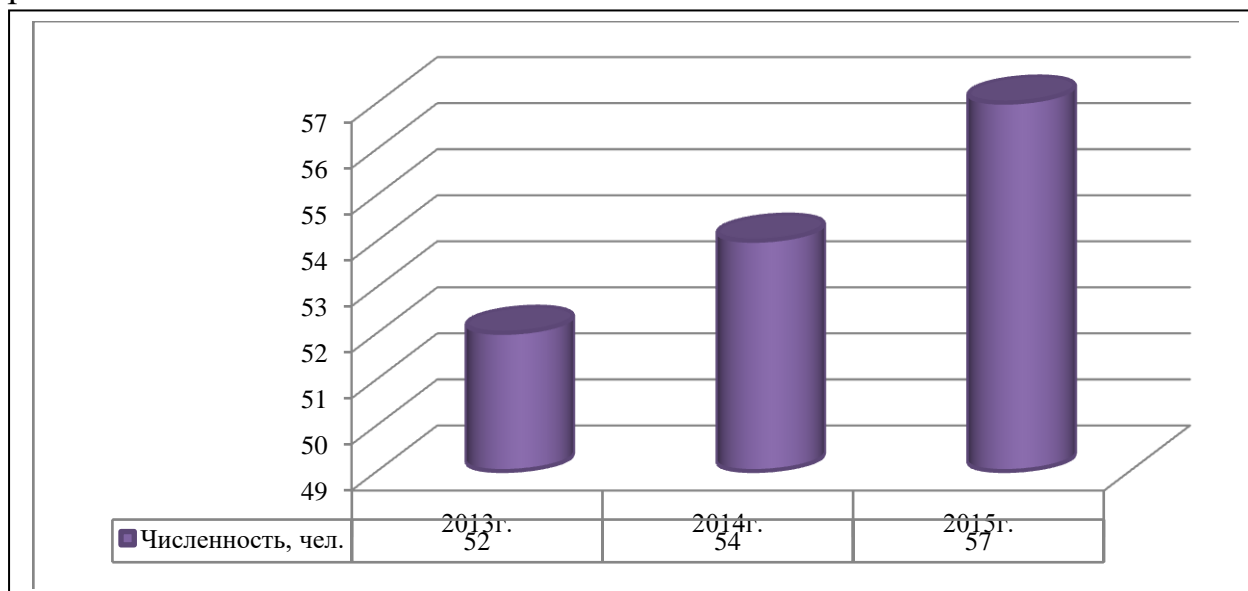


Рис.2.2. Динамика численности работников ООО «Союз-4»

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.

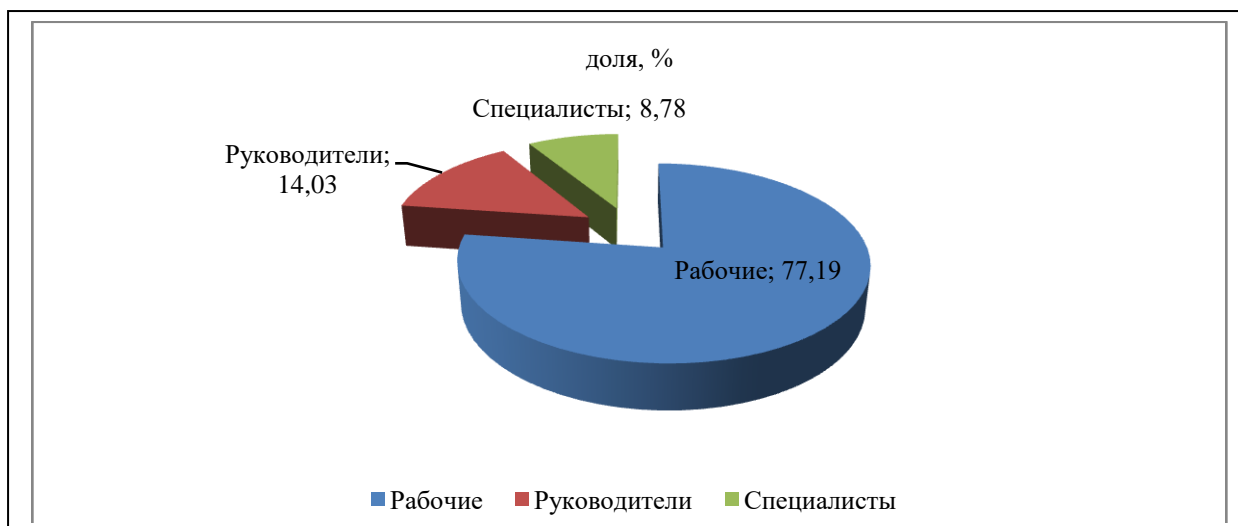


Рис 2.3. Структура работников организации ООО «Союз-4» в 2015 г.

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. Автомобильными 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.

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 – быстрореализуемые 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:

$$A_1 \geq П_1, A_2 \geq П_2, A_3 \geq П_3, A_4 \leq П_4.$$

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 $A_4 \leq П_4$ 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.

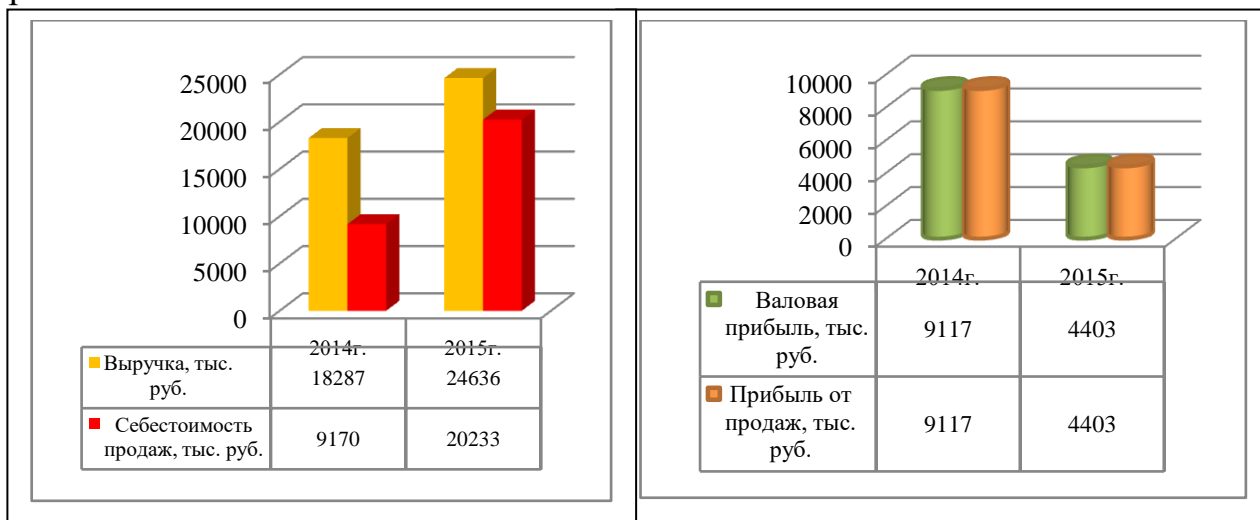


Рис.2.4. Динамика показателей объемов продаж, валовой прибыли и прибыли от продаж предприятия ООО «Союз-4» с 2014-2015г.г.

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.

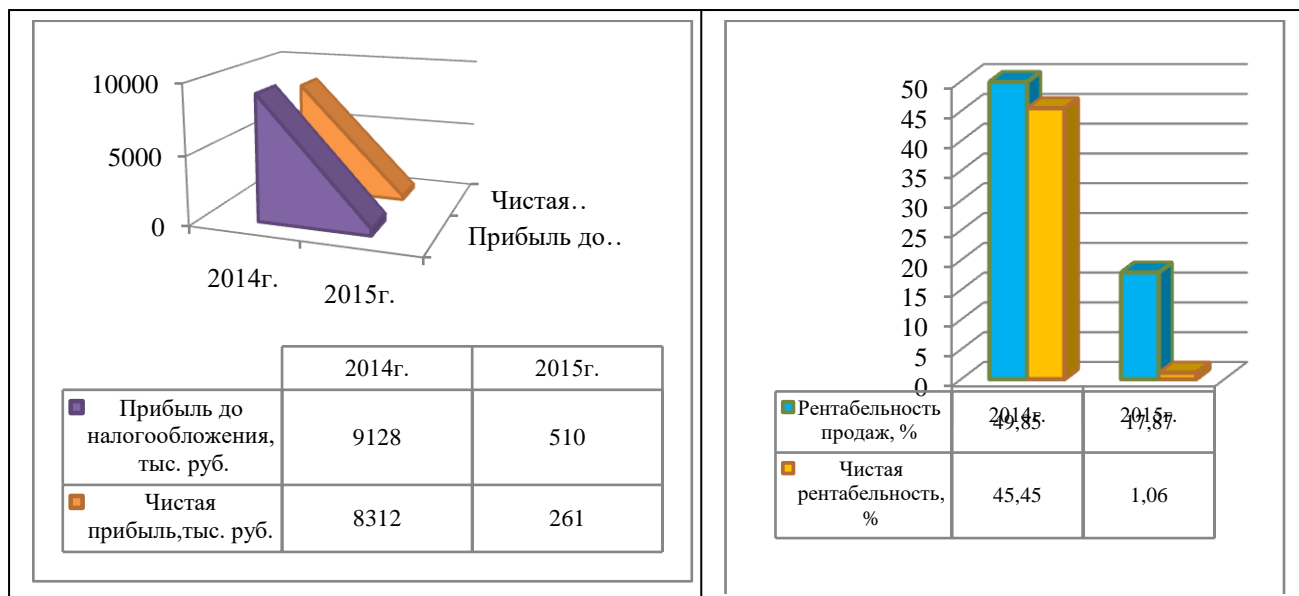


Рис.2.5. Динамика показателей чистой прибыли, прибыли до налогообложения и рентабельности предприятия ООО «Союз - 4» с 2014-2015г.г.

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.

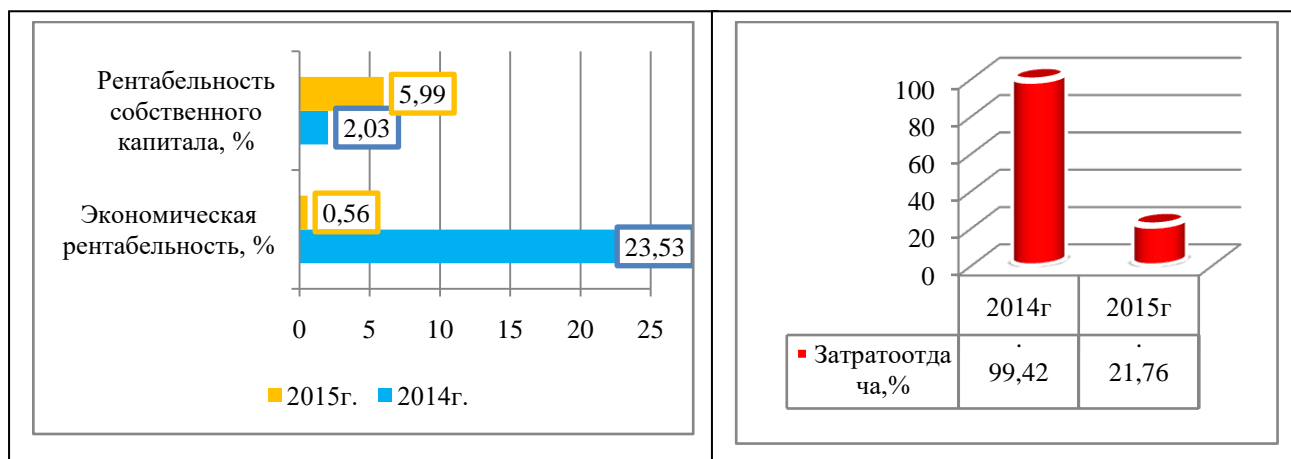


Рис.2.6. Динамика экономической рентабельности и рентабельности собственного капитала, показателей затратоотдачи предприятия ООО «Союз-4» с 2014-2015г.г.

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]

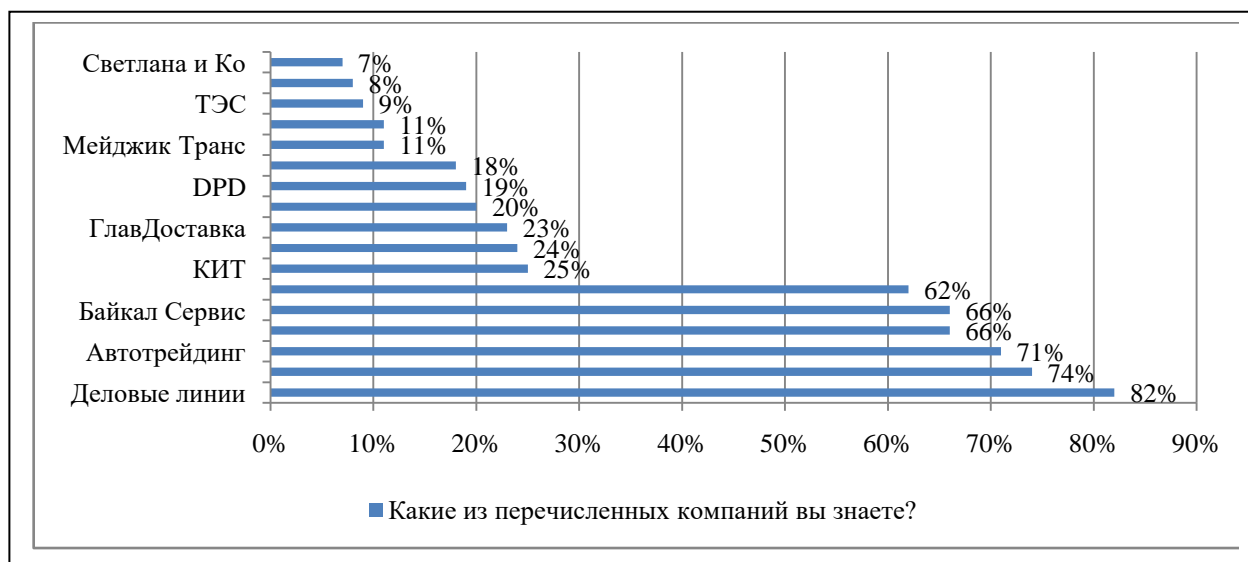


Рис.2.7. Результаты опроса респондентов на вопрос: Какие из перечисленных компаний Вы знаете(в процентах от общего числа опрошенных).

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

компаний, 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]

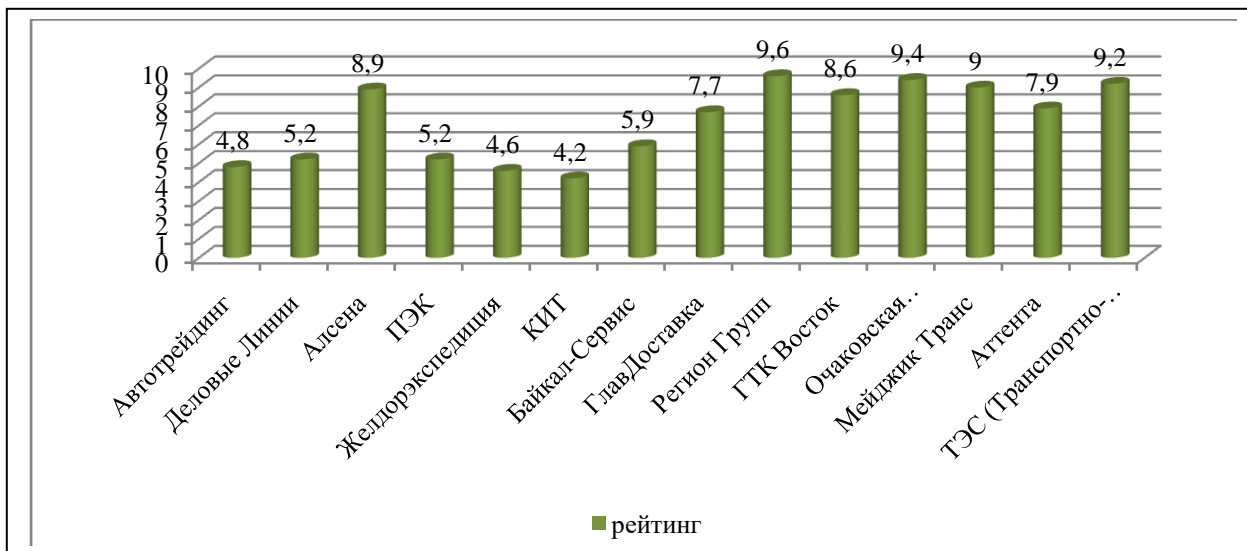


Рис.2.8. Рейтинг транспортных компаний по тарифам в 2015 г.

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]

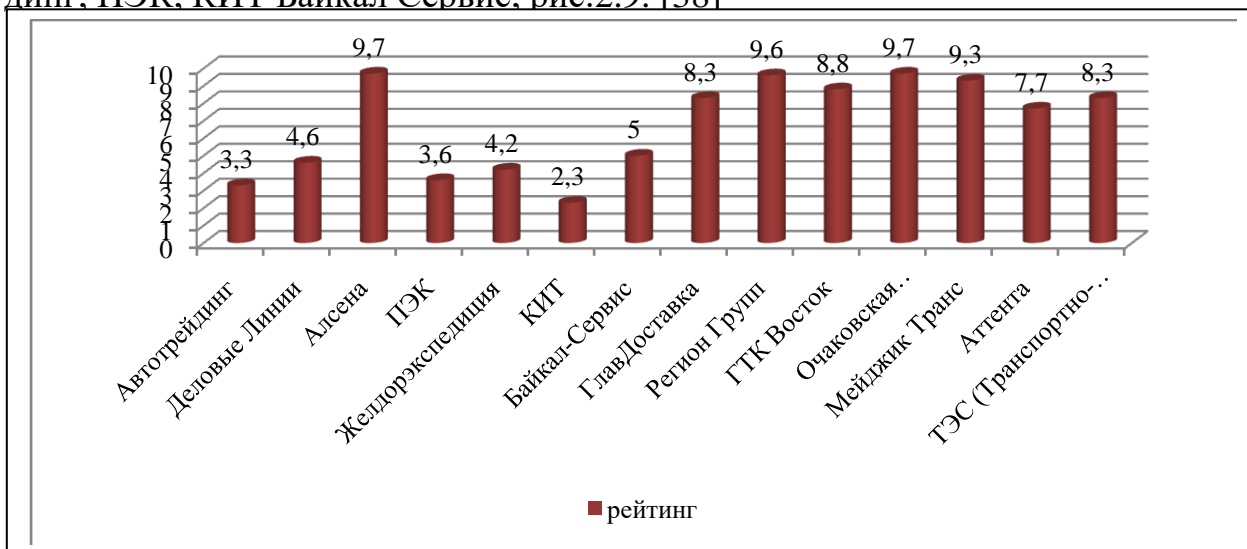


Рис.2.9. Рейтинг транспортных компаний по клиентоориентированности в 2015 г.

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.

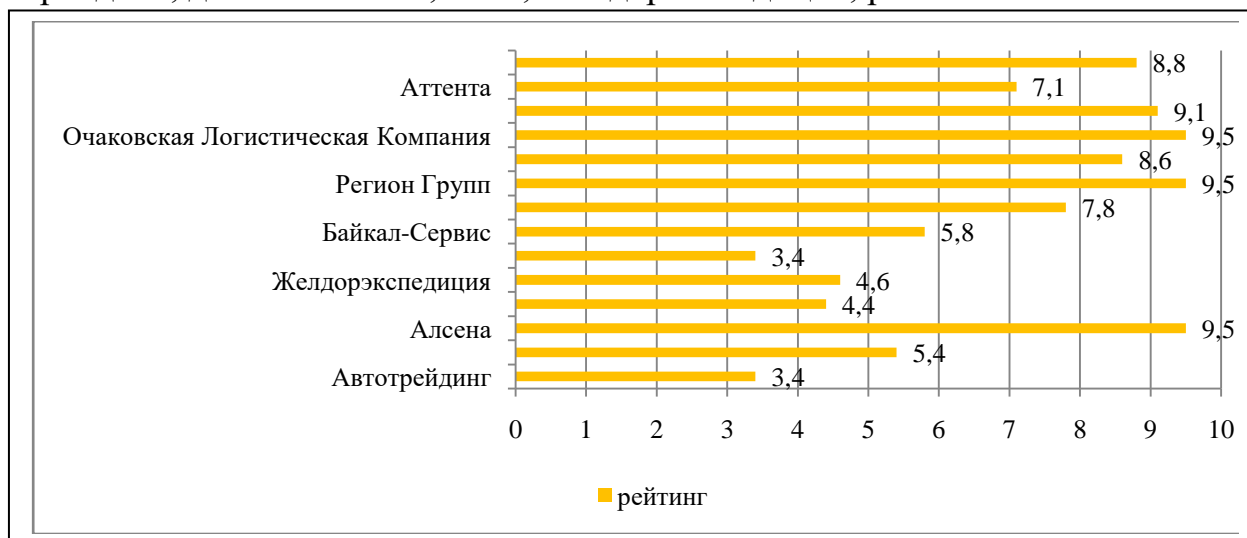


Рис.2.10.Рейтинг компаний по срокам выполнения заявок в 2015 г.

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

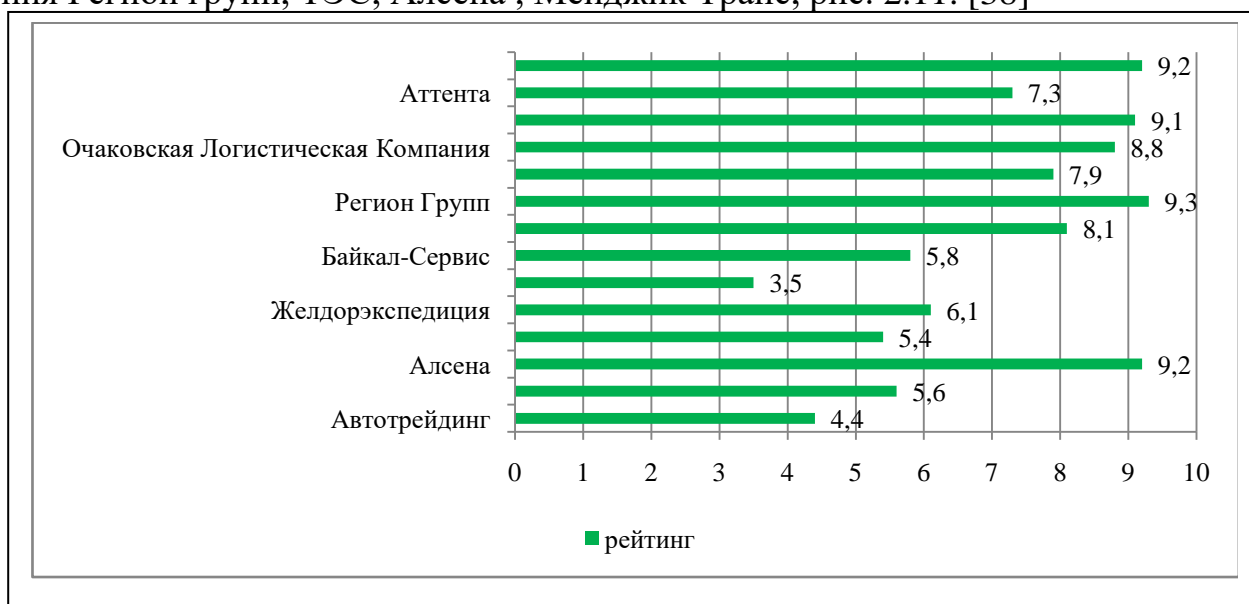


Рис. 2.11.Рейтинг компаний по развитости филиальной сети в 2015 г.

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]

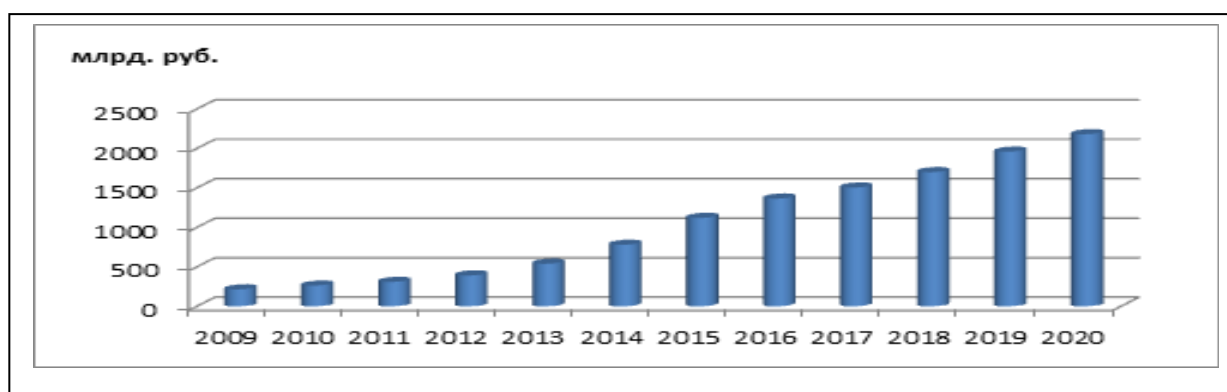


Рис.2.13. Объем рынка электронной коммерции в России (млрд. руб.)

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]

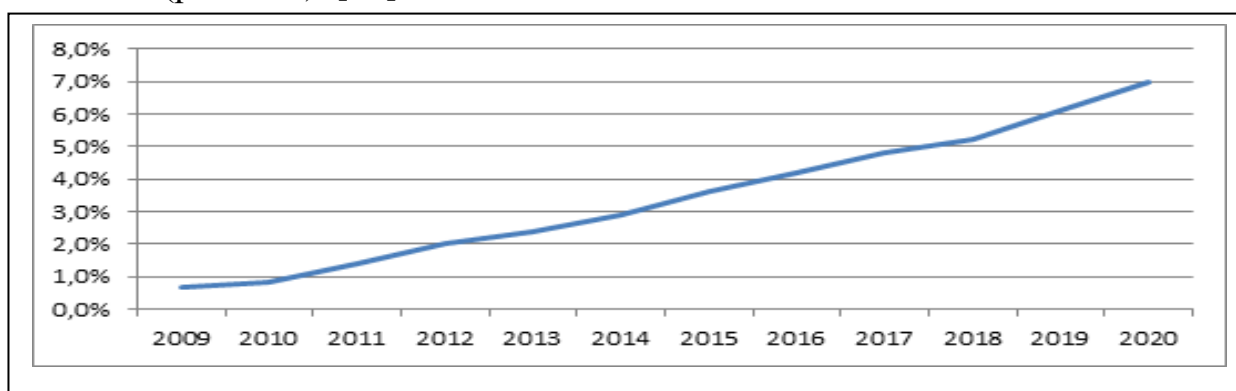


Рис.2.14. Доля рынка электронной коммерции в общем объеме торговли в России с 2009-2020 г.г.

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]

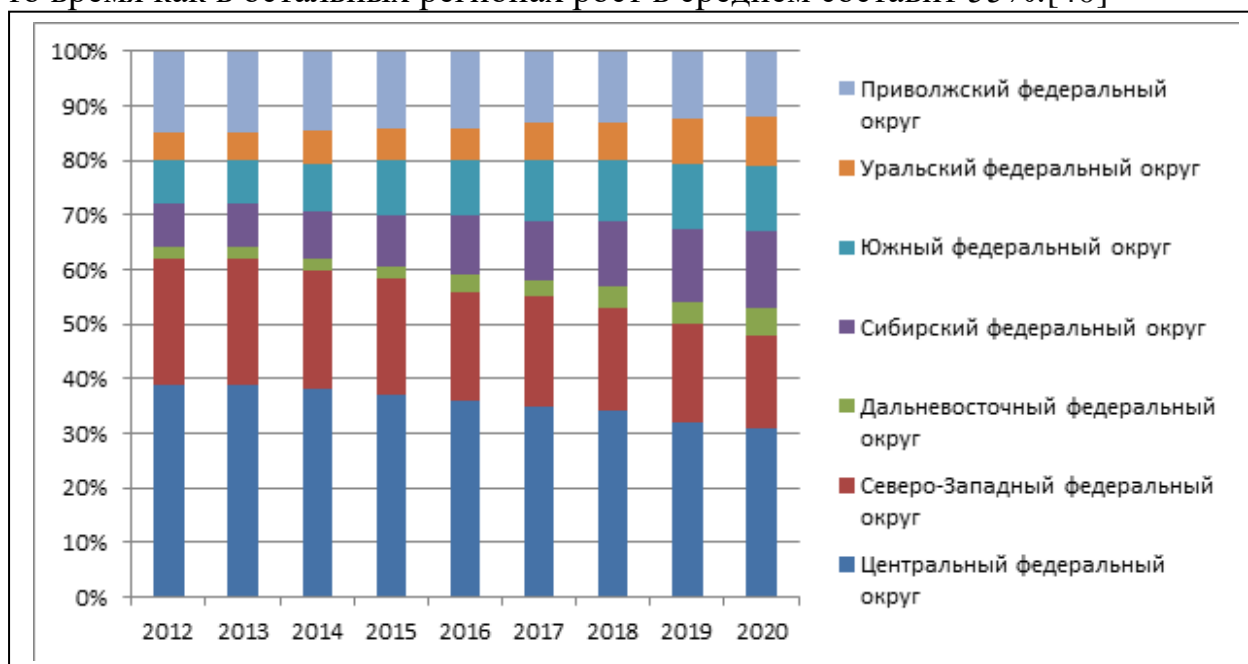


Рис.2.15. Прогноз распределения продаж через Интернет по регионам России с 2012-2020 г.г.

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.

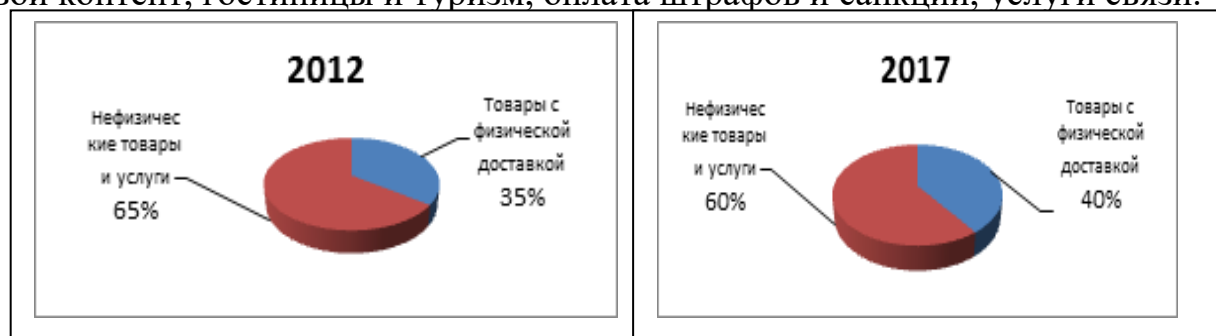


Рис.2.16. Структура рынка электронной коммерции в России 2012 и 2017гг. [40]

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.

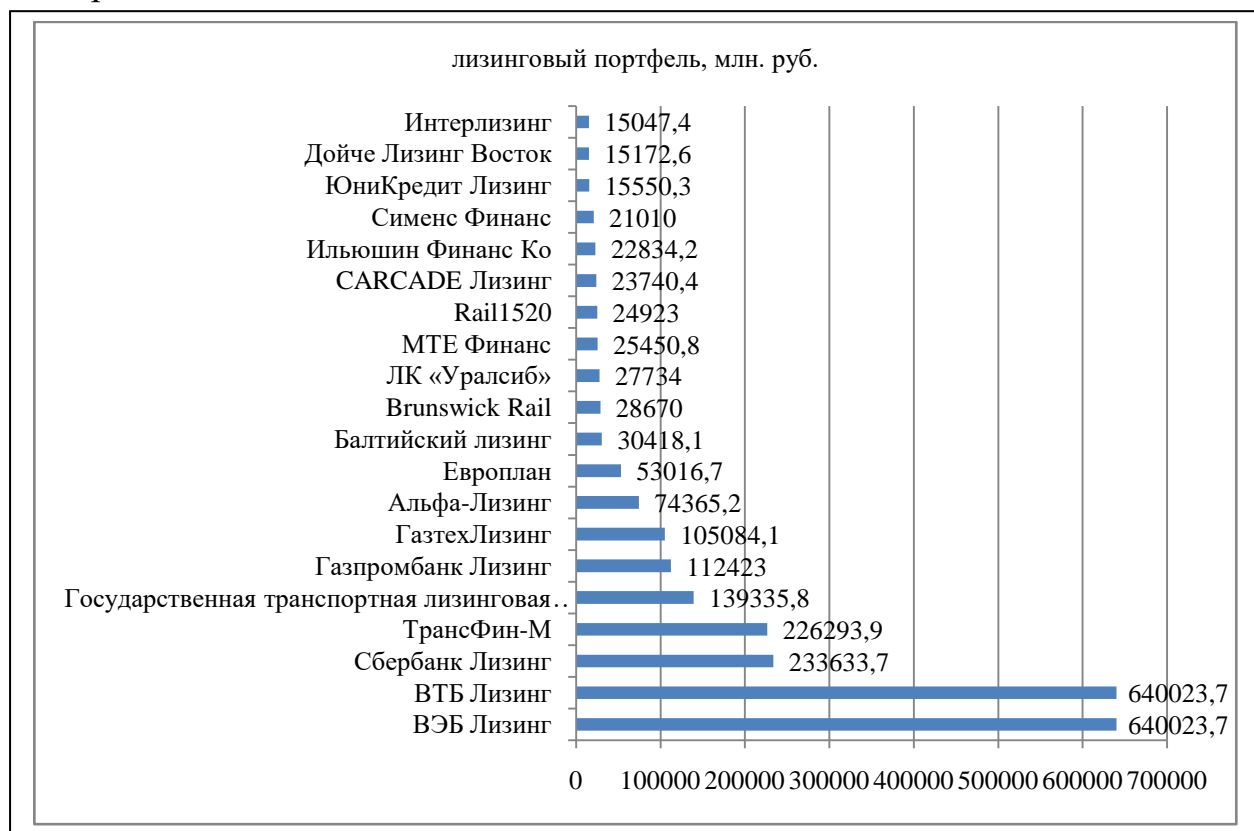


Рис.2.19. Рейтинг банков по объемам лизингового портфеля на 01.07.2015 г. [39]

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». Подведя 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 вы-

делить 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).

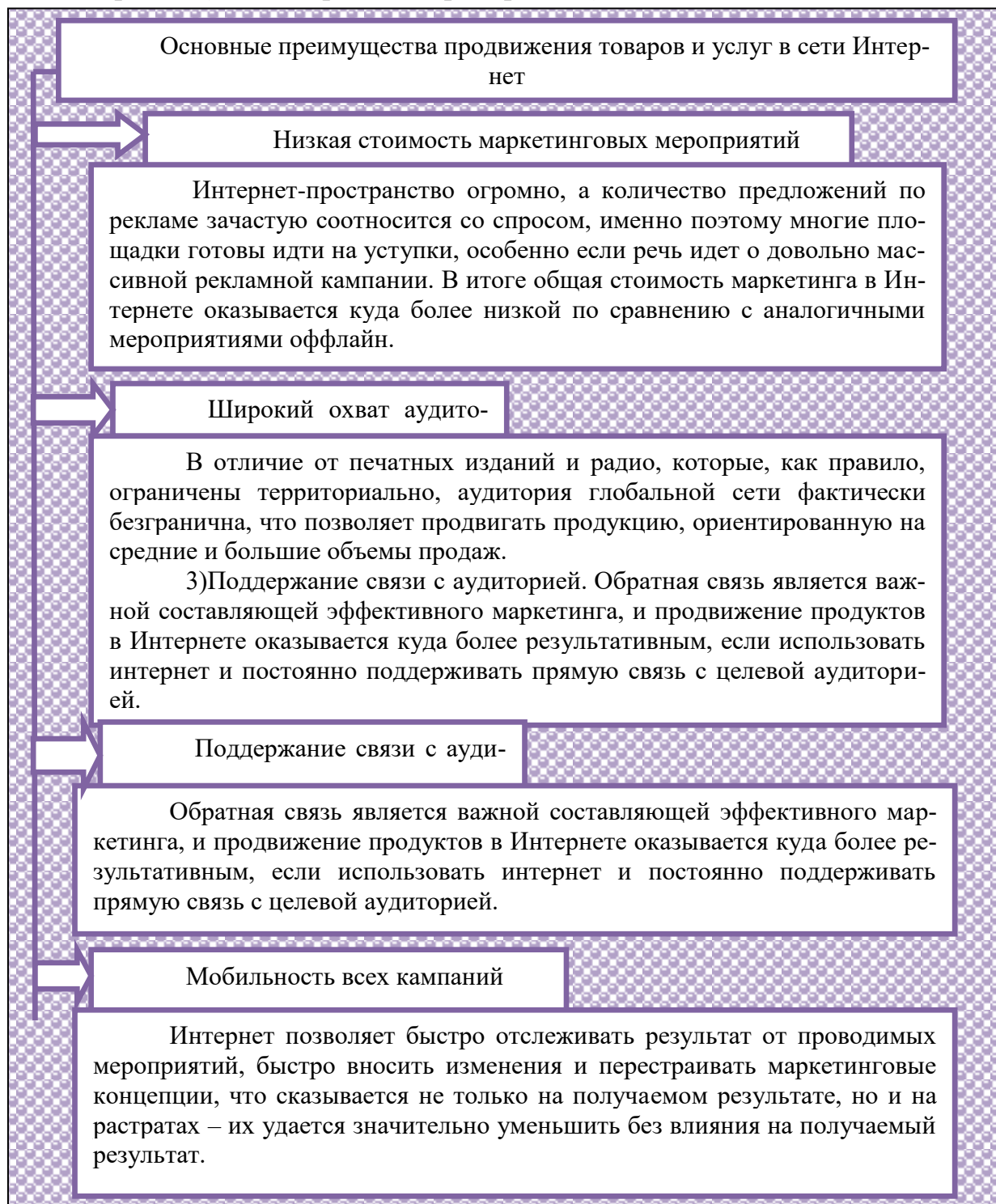


Рис.2.20.Основные преимущества продвижения товаров и услуг в сети Интернет

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%.

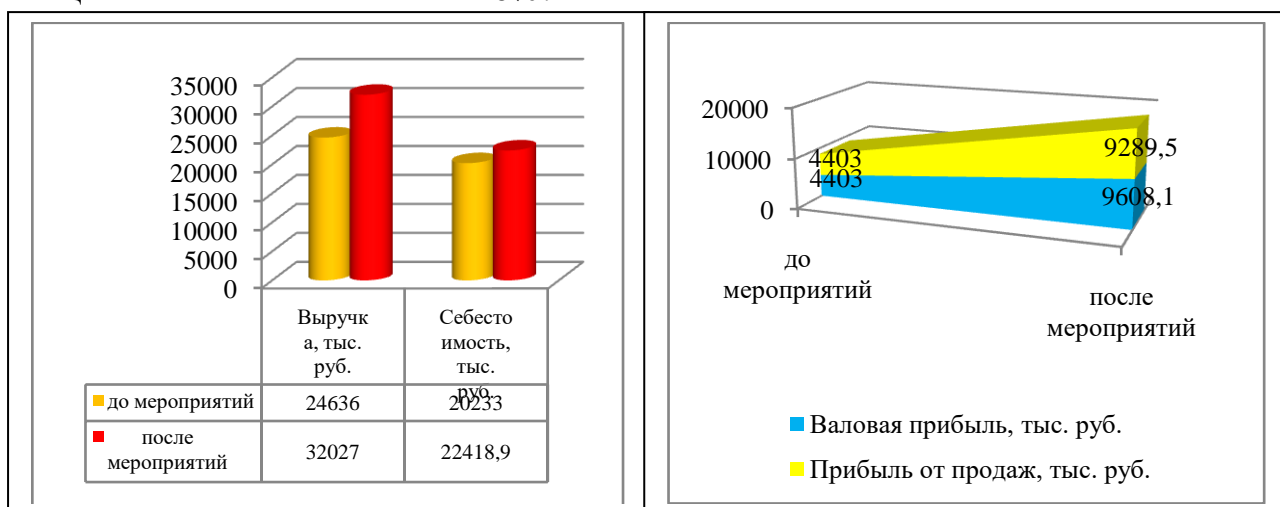


Рис. 2.21. Показатели выручки, себестоимости и прибыли до и после мероприятий на предприятии ООО «Союз-4»

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.

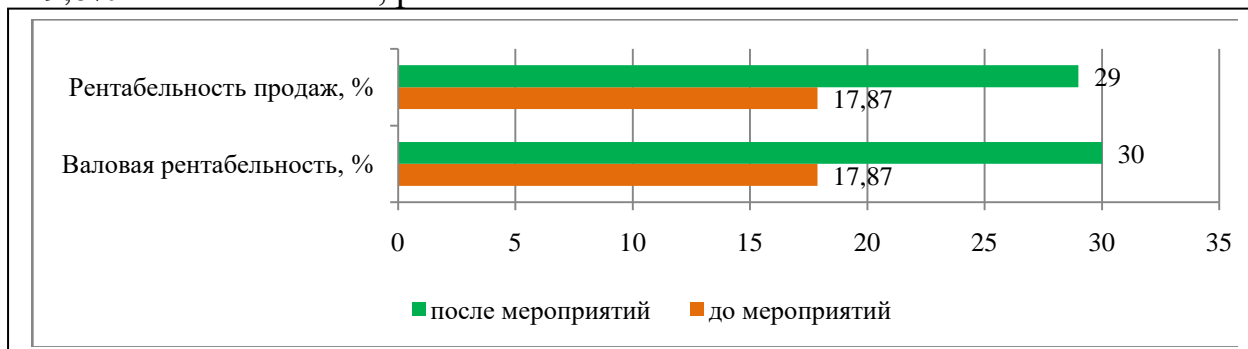


Рис. 2.22. Показатели рентабельности до и после проведения мероприятий на предприятии ООО «Союз-4»

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.

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