

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ
КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ А.В.Григорьев

« ____ » _____ 2016 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА
38.03.02 Менеджмент
38.03.02.05 Международный менеджмент

Разработка системы управления проектом внедрения новых модификаций полноприводных автомобилей на примере компании ООО "Крепость АТ"

Руководитель _____ ст.преподаватель Ю.О. Сандулова

Консультант _____ д-р экон. наук, А.В. Григорьев

Выпускник _____ А.С. Ерохин

Нормоконтролер _____ Колышкина Д.Н.

Красноярск 2016

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Анализ рынка полноприводных модифицированных автомобилей Arctic Trucks.....	5
1.1 Анализ состояния российского рынка автомобилей.....	5
1.2 Общая характеристика ООО «Крепость АТ»	10
1.3 Анализ положения компании Arctic Trucks на рынке региона.....	13
1.4 SWOT-анализ и оценка конкурентоспособности предприятия	18
2 Организационно – экономическое обоснование проекта внедрения новых модификации полноприводных автомобилей Arctic Trucks	23
2.1 Общая характеристика проекта	23
2.2 Технические характеристики проекта и планируемые объемы производства.....	26
2.3 Источники финансирования проекта и оценка экономической эффективности.....	32
2.4 Оценка рисков реализации проекта	41
3 Особенности системы управления проектами в компании «Arctic trucks Russia»	50
3.1 Цели и задачи формирования отдела управления проектами в «Arctic trucks Russia»	50
3.2 Первоначальные результаты внедрения ОУП в компании.....	53
3.3 Исследование эффективности ОУП в компании «Arctic trucks Russia»....	58
3.4 Рекомендации по повышению эффективности работы ОУП в компании «Arctic trucks Russia»	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	78
ПРИЛОЖЕНИЕ А	80

ВВЕДЕНИЕ

ООО «Крепость АТ» представляет собой структурное подразделение ООО ПКФ «Крепость», специализирующееся на модификации рамных полноприводных автомобилей и являющееся официальным дистрибьютором Исландской компании Arctic Trucks в России.

Автомобили компании реализуются в ценовом сегменте "премиум", следствием этого становится достаточно скромный объем продаж автодилера на территории г. Красноярска. Одновременно, на фоне разворачивающихся негативных изменений на рынке, связанных с сокращением доходов населения, ростом курса валют и изменениями в предпочтениях потребителей, перед компанией возникает необходимость сдерживать рост цен на собственную продукцию и предлагать потребителям модификации, которые при более низкой стоимости относительно конкурентов, будут оснащены аналогичным оборудованием и иметь аналогичные функции и качество. Именно поэтому разработка и внедрение новых проектов модификаций полноприводных автомобилей является для компании приоритетной задачей, а исследование, посвященное данному вопросу будет актуальным.

Таким образом, объектом исследования данной выпускной квалификационной работы является проектная деятельность по внедрению новых модификаций полноприводных автомобилей, осуществляемая ООО «Крепость АТ», предметом исследования – экономическая эффективность проекта.

Целью дипломного проекта является разработка проекта и системы управления внедрением новых комплектов для модификации полноприводных автомобилей в ООО «Крепость АТ».

Для достижения поставленной цели в дипломном проекте были поставлены и решены следующие задачи:

- провести анализ рынка полноприводных модифицированных автомобилей г. Красноярска;

- исследовать предложение полноприводных модифицированных автомобилей Arctic Trucks;
- проанализировать финансово-экономические показатели и результаты деятельности предприятия;
- дать оценку организационно-техническому уровню предприятия;
- провести организационно-экономическое обоснование проекта внедрения новых комплектов для модификации полноприводных автомобилей Arctic Trucks;
- выполнить технологическое обоснование проекта внедрения новых комплектов автомобилей Arctic Trucks;
- дать оценку экономической эффективности и рисков реализации проекта.

1 Анализ рынка полноприводных модифицированных автомобилей Arctic Trucks

1.1 Анализ состояния российского рынка автомобилей

Начиная с 2013 г. в отличие от мировой динамики в России началось падение объёмов продаж легковых автомобилей. Основной причиной стагнации российского автомобильного рынка явилась макроэкономическая ситуация, связанная с падением доходов населения (рис. 1.1), ослаблением рубля на международной арене (рис. 1.2), что привело к существенному подорожанию новых легковых автомобилей [11].

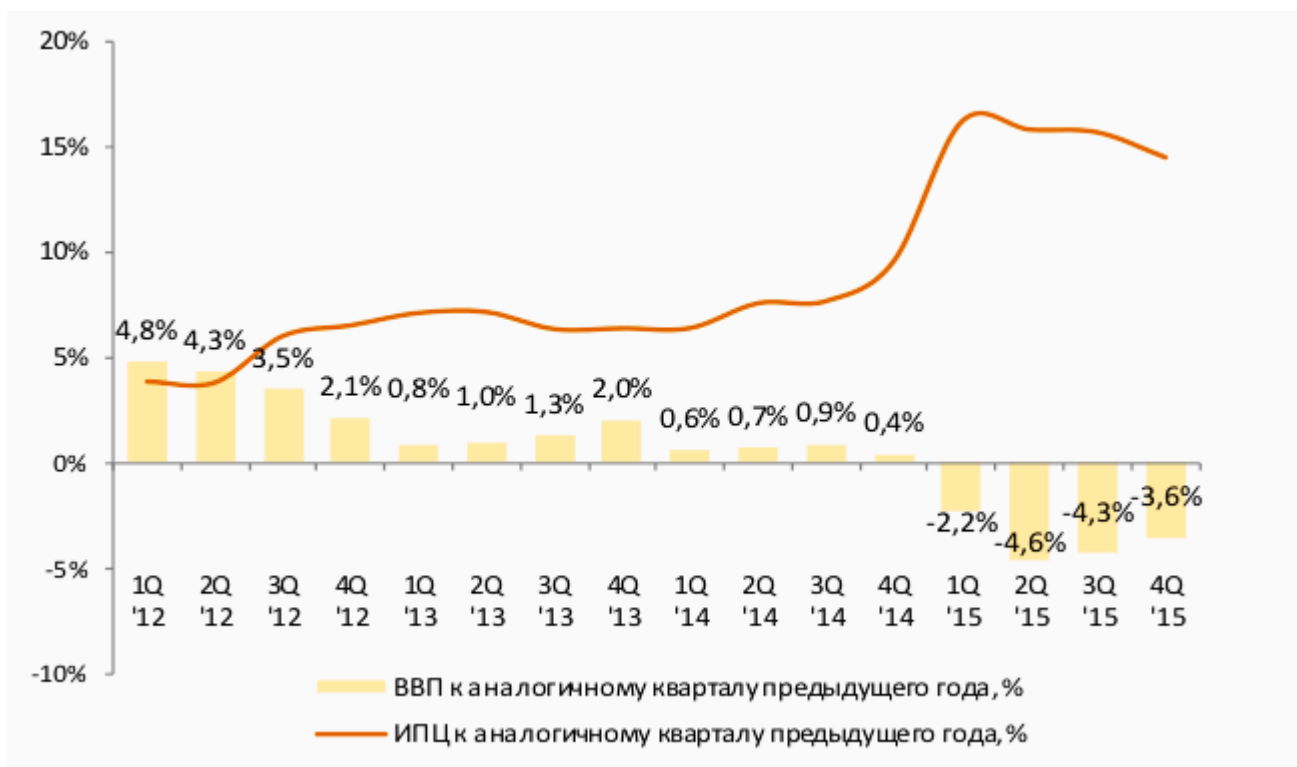


Рисунок 1.1. Темпы прироста ВВП и индекс потребительских цен
В 2012 г. – 2015 гг.

Ряд экономических и внешнеполитических факторов оказали влияние на развитие авторынка России в 2015 г. По результатам года российский авторынок показал самое сильное падение среди ключевых рынков мира. Так, на основании статистики по регистрациям авторынок в 2015 г. упал на 45% до 1,3 млн шт. На основании статистики по отгрузкам легковых автомобилей

авторынок снизился на 37% до 1,5 млн шт. Детально результаты по автомобильному рынку России и перспективы его развития будут проанализированы далее.

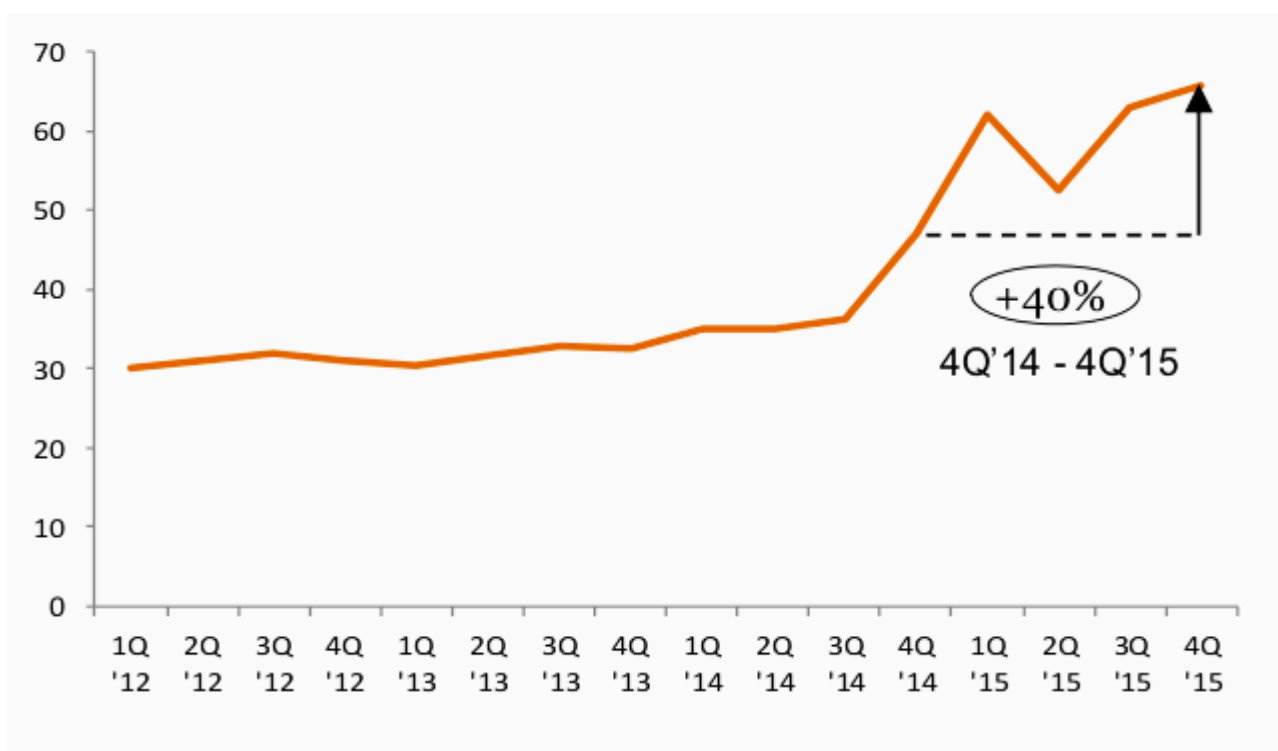


Рисунок 1.2. Средний номинальный курс руб./долл. США, 2012 г. –2015 г.

По результатам 2015 г. продажи новых легковых автомобилей покупателям в России (регистрации) снизились на 45% в количественном выражении (табл. 1.1).

Таблица 1.1 – Динамика и структура продаж в России (регистраций) новых легковых автомобилей в 2014-2015 гг.

Категории легковых автомобилей	Продажи покупателям в России (регистрации), тыс. шт.			Продажи покупателям в России (регистрации), млрд. руб.			Продажи покупателям в России (регистрации), млрд. долл.		
	2014	2015	изменение	2014	2015	изменение	2014	2015	изменение
Отечественные бренды	410	259	-36,83%	172	128	-25,58%	4,4	2,1	-52,27%
Иномарки российского производства	1280	709	-44,61%	1204	820	-31,89%	30,6	13,4	-56,21%
Импортные автомобили	650	313	-51,85%	910	576	-36,70%	23,2	9,4	-59,48%
Всего	2340	1281	-45,26%	2286	1524	-33,33%	58,2	24,9	-57,22%

Сегмент новых импортных автомобилей снова показал наибольшее сокращение в объемах продаж (-52%), тогда как продажи отечественных брендов и локализованных иномарок снизились на 37% и 45% соответственно. В 2015 г. средняя стоимость нового легкового автомобиля в рублях выросла на 22%. В целом продажи покупателям в России в рублевом выражении сократились на 33%, а продажи по отгрузкам дилерам – на 23% (табл. 1.2).

Таблица 1.2 – Динамика и структура отгрузок дилеров в 2014-2015 гг.

Категории легковых автомобилей	Продажи по отгрузкам, тыс. шт.			Продажи по отгрузкам, млрд. руб.			Продажи по отгрузкам, млрд. долл.		
	2014	2015	изменение	2014	2015	изменение	2014	2015	изменение
Отечественные бренды	410	296	-27,80%	172	147	-14,53%	4,4	2,4	-45,45%
Иномарки российского производства	1280	821	-35,86%	1204	949	-21,18%	30,6	15,5	-49,35%
Импортные автомобили	650	361	-44,46%	910	663	-27,14%	23,2	10,9	-53,02%
Всего	2340	1478	-36,84%	2286	1759	-23,05%	58,2	28,8	-50,52%

По результатам 2015 г. имело место существенное расхождение статистики авторынка на основании данных по регистрациям в России и данных по отгрузкам дилерам. Одна из ключевых причин – приобретение автомобилей в России покупателями из других стран (прежде всего, Казахстана и Беларуси) в период обесценения рубля и до обесценения национальных валют этих стран. Детальный анализ представлен на рисунке 1.3.

Реализуя последовательную стратегию расширения присутствия на российском рынке путем создания локального производства, поддержания оптимального соотношения цена-качество, предложения большого выбора моделей, зарубежные бренды добиваются достаточно хороших позиций.

Рестайлинг отдельных моделей и вывод на рынок новых моделей в сегменте премиальных брендов способствовал сохранению объемов их продаж.

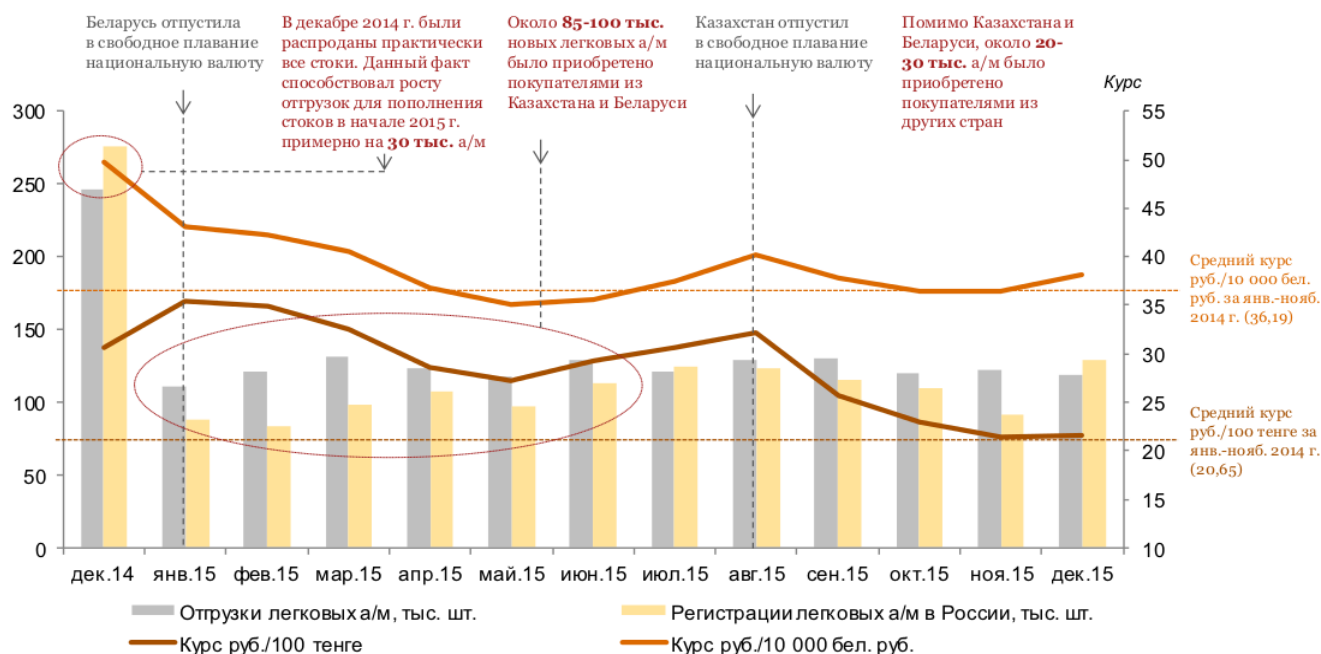


Рисунок 1.3. Динамика регистраций и отгрузок новых легковых автомобилей по месяцам с декабря 2014 г. по декабрь 2015 г.

В то же время общая экономическая ситуация, колебания курсов валют и резкое сокращение объемов продаж отдельных брендов привело к тому, что они стали уходить с российского рынка.

Дальнейшее развития автомобильного рынка России будет зависеть от следующих факторов:

- 1) геополитическая ситуация;
- 2) цены на нефть;
- 3) курс рубля;
- 4) меры государственной поддержки;
- 5) стоимость автомобильного кредита.

Неопределенность и возможно дальнейшее ухудшение геополитической ситуации, сохранение и усиление санкций могут в дальнейшем приводить к сокращению рынка.

Состояние экономики России в целом и ее отдельных отраслей в частности, включая автомобильную отрасль, во многом зависит от цены на нефть. Если нефть продолжит дальнейшее снижение, то уровень покупательной способности населения еще больше сократиться и, как следствие, уровень

спроса на автомобильном рынке также будет падать. Введение новых мер государственной поддержки российского автомобильного рынка и сохранение ранее введенных мер стимулирования спроса и поддержки автопроизводителей (табл. 1.3), в виде программ обновления автопарка, субсидирования ставки процента по кредитам и предложение льготных условий автомобильного лизинга, возможно, в некоторой степени позволит переломить негативную тенденцию и стимулировать его оживление.

Таблица 1.3 – Программы поддержки спроса в автомобильной отрасли в России в 2016 году

Программа	Финансирование	Ожидаемый эффект
Льготное автокредитование	11,3 млрд руб. (одобрено 5,6 млрд руб.)	Реализация 270 тыс. шт. а/м
Льготный автолизинг	5 млрд руб. (одобрено 2,5 млрд руб.)	Реализация 32 тыс. шт. ТС
Обновление автопарка колесных ТС через trade-in и утилизацию	22,5 млрд руб. (одобрено 11,3 млрд руб.)	Обеспечение доп. производства 320 тыс. ТС
Исполнение гос. обязательств по программам льготного авто кредитования в 2013-2015 гг.	1 млрд руб.	Завершение гос. обязательств по программе льготного кредитования 2013-2014 гг.

Уровень спроса на автомобили напрямую зависит от ставок по кредиту, следовательно, повышение доступности автомобильных кредитов может существенно повлиять на уровень спроса на автомобили. Возможное влияние ключевых факторов на российский рынок легковых автомобилей в ближайшей и долгосрочной перспективе представлены на рисунке 1.4.

В целом, можно сделать вывод о том, что в настоящее время российский рынок легковых автомобилей находится в кризисной ситуации. Экономический спад в российской экономике, рост инфляции, сильное обесценение курса рубля, снижение цен на нефть, отток капитала, снижение покупательной способности населения и негативные потребительские ожидания, сопровождающиеся неблагоприятной геополитической ситуацией и введением санкций в отношении России, привели к резкому падению объемов продаж

легковых автомобилей и последовавшему вслед за этим уходу большинства зарубежных автопроизводителей с российского рынка.

Факторы		Влияние на рынок в 2014 г.	Влияние на рынок в 2015 г.	Влияние на рынок в долгосрочной перспективе
	Доходы населения	↓	↓	↑
	Цены на а/м	↑	↓	↑
	Стоимость эксплуатации а/м	↓	↓	↓
	Доступность кредитования	↓	↓	↑
	Потребительские настроения	↓↑	↓	=
	Стимулирование спроса	↑	↑	↑
	Модельный ряд и стратегия брендов	↑	↓↑	↑
	Развитие инфраструктуры	↓	↓	↑
	Общее состояние экономики	↓	↓	↑
	Развитие дилерских сетей	↑	↓	↑
	Развитие рынка а/м с пробегом	↓↑	↓	↓
	Обновление автопарка	↓↑	↓↑	↑
	Демография	↓	↓	↑

Рисунок 1.4. Ключевые факторы, оказывающие влияние на авторынок в России

Дальнейшее развитие российского рынка легковых автомобилей будет определяться такими факторами, как макроэкономическая ситуация, государственные меры поддержки, индивидуальные стратегии автомобильных компаний. Восстановление автомобильного рынка легковых автомобилей в России возможно лишь только через 6-7 лет.

1.2 Общая характеристика ООО «Крепость АТ»

Полное наименование организации в соответствии с учредительными документами: Общество с Ограниченной Ответственностью «Крепость АТ», сокращенное наименование в соответствии с учредительными документами: ООО «Крепость АТ».

Место нахождения: Красноярский край, г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, д.35А

Почтовый адрес 660022, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Партизана Железняка, д.35А.

Основной государственный номер юридического лица: 1102468047626.

Индивидуальный налоговый номер: 2465243472.

ООО «Крепость АТ» или Arctic Trucks Russia занимается модификацией полноприводных автомобилей и внедорожников, в соответствии со строгими требованиями к автомобилю в условиях повышенного бездорожья, а так же установкой дополнительного оборудования, которое не входит в тот или иной комплект модификации.



Рисунок 1.5. Основные фирменные логотипы дилерского центра

Возможности и достижения:

Для успешного функционирования и реализации новых проектов во всех областях своей деятельности ООО «Крепость АТ» имеет все необходимые условия:

- квалифицированный персонал;
- отлаженную, высокоорганизованную структуру;
- хорошо оснащенную комплексную производственную базу, на базе ООО «Крепость-Сириус» (Лексус Центр Красноярск);
- надежные партнерские связи с ведущими поставщиками дополнительного оборудования.
- приватизированные земельные участки, для расширения производственных площадей.

На сегодняшний день компания Arctic Trucks присутствует на рынках следующих стран:

- России;
- Исландии;
- Норвегии;
- Швеции;
- ОАЭ;
- Финляндии;
- Эстонии;
- Бразилии;
- Казахстане;
- ЮАР;
- Латвии.

Потенциальные клиенты компании, это мелкие, средние и крупные организации, которым необходимы автомобили, которые в первую очередь будут максимально проходимы, во вторую максимально надежные.

Клиентами ООО «Крепость АТ» являются компании, осуществляющие деятельность по следующим направлениям:

- Компании севера работающие в тяжелых условиях;
- Нефтяные/газовые компании;
- Горнодобывающие компании;
- Строительные компании;
- Государственные учреждения;
- Исследовательские организации;
- МЧС;
- Локальные администрации.

Компания Arctic Trucks Russia продает или уже модифицированные автомобили, приобретенные у официального дилера Тойота, или же

модифицирует автомобили с пробегом, при пожелании, клиента установить комплект модификации именно на его автомобиль.

На сегодняшний день компания Arctic Trucks Russia модифицирует такие внедорожники, как:

- Toyota Hilux;
- Toyota Land Cruiser 200;
- Toyota Land Cruiser 100;
- Toyota Land Cruiser 105;
- Toyota Land Cruiser 80;
- Toyota Land Cruiser 120;
- Toyota Land Cruiser 150;
- Lexus LX570;
- Nissan Navara;
- Nissan Pathfinder;
- Nissan Patrol.

1.3 Анализ положения компании Arctic Trucks на рынке региона

Компания Arctic Trucks Russia продает или уже модифицированные автомобили, приобретенные у официального дилера Тойота, или же модифицирует автомобили с пробегом, при пожелании, клиента установить комплект модификации именно на его автомобиль.

На сегодняшний день компания Arctic Trucks Russia модифицирует такие внедорожники, как:

- Toyota Hilux;
- Toyota Land Cruiser 200;
- Toyota Land Cruiser 100;
- Toyota Land Cruiser 105;
- Toyota Land Cruiser 80;

- Toyota Land Cruiser 120;
- Toyota Land Cruiser 150;
- Lexus LX570;
- Nissan Navara;
- Nissan Pathfinder;
- Nissan Patrol.

Анализ внешней среды проводится в двух частях среды: анализ макросреды и анализ непосредственного окружения. Вместе с тем конкретная ситуация и сила воздействия факторов внешней среды обуславливают приоритет и тщательность исследований тех аспектов и факторов, которые для предприятия представляются наибольшими угрозами или возможностями [4].

В каждой сфере макросреды действует множество факторов, которые различны по характеру, времени появления, силе, постоянству и времени воздействия на компанию и т.п.

На деятельность компании ООО «Крепость АТ» наибольшее влияние оказывают экономический, социальный и технологический факторы.

Экономический фактор характеризуется доходами населения, налоговыми ставками, уровнем конкуренции и уровнем спроса на услуги. Социальный фактор детализируется такими параметрами, как материальная обеспеченность населения, стиль жизни (привычки, обычаи). Технологический фактор характеризуется появлением новых характеристик автомобилей, развитием технологий.

Для оценки внешней среды была сформирована группа из 3 экспертов: генерального директора (Куликова С.В.), руководителя отдела продаж (Савицкого Р.С.) и руководителя отдела развития дилерской сети (Дикого А.В.), каждый из которых оценивал нестабильность каждого фактора по трем параметрам: привычность, темп изменений, предсказуемость будущего. Подробные результаты оценок экспертов представлены в приложении А.

На основании проведенного анализа был построен профиль внешней среды предприятия (рис. 1.5)



Рисунок 1.6. Построение профиля среды предприятия

Наиболее устойчивой, с точки зрения экспертов, стала социальная сфера, что связано с относительной стабильностью социального статуса потребителей и их вкусов и потребностей. Несмотря на технический прогресс и обновление технологий производства и продаж, технологическая сфера также не получила слишком высоких оценок, поскольку в своем сегменте компания является одним из передовых пользователей новейших технологических решений. Таким образом, наибольшая нестабильность наблюдается в экономической сфере, что в условиях современной нестабильности на валютном рынке, изменении доходов населения является неудивительным. Поэтому компании необходимо уделять достаточно внимания на изучение факторов, влияющих на эту сферу для того, чтобы иметь возможность своевременного реагирования на изменения.

Далее необходимо провести выбор ключевых факторов внешней среды.

Выбор ключевых факторов внешней среды компании означает дальнейшее сокращение количества исследуемых факторов и сосредоточение внимания на ограниченном числе жизненно важных для деятельности компании факторов. Процедура выбора ключевых факторов выглядит как ранжирование по важности для компании базовых факторов. Для ранжирования важности в данном случае используется экспертный метод.

В таблицу оценки важности факторов (Приложение Б) заносятся экспертные оценки значения факторов. В графу 1 заносятся сферы внешнего окружения компании и базовые факторы каждой сферы.

Направленность влияния оценивается по характеру воздействия фактора на деятельность компании. Если фактор положительно воздействует на фирму, то в графе 3 указывается направленность +1. Если фактор ухудшает условия осуществления деятельности компании, то указывается отрицательная направленность -1. В графе 4 проводится оценка вероятности проявления фактора от 0 до 1.

В таблице 1.4 представлены ключевые факторы, оказывающие наибольшее влияние на исследуемую компанию.

Таблица 1.4 – Выявление ключевых факторов внешней среды

Сфера	Событие/Фактор	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Средняя оценка	Ключевой фактор
Экономическая сфера	Доходы населения	2,5	3	2,5	2,6	*
	Налоговые ставки	-3	-3,5	-3	-3,1	
	Уровень конкуренции	-2,8	3,5	-2,8	-0,7	
	Курс национальной валюты	2,4	3	3,5	2,96	*
	Размер ставки рефинансирования ЦБ	-3	-2,4	-4,2	-3,2	
Социальная сфера	Социальный статус	2,8	1,8	2,1	2,23	
	Стиль жизни (привычки)	0,8	-1	1,2	-0,46	
Технологическая сфера	Новые технологии	-4,2	-4,9	-4,8	-4,63	*
	Новые виды услуг	-2,8	-3,5	-2,8	-3,03	
	Новые характеристики автомобилей	-4,2	-4,8	-5,6	-4,86	*

Наконец был проведен анализ непосредственного окружения и движущих сил отрасли.

Для этого каждый из факторов, характеризующих конкуренцию на рынке, оценивается экспертами по балльной шкале:

1 – фактор не проявляется;

2 – фактор проявляется слабо;

3 – фактор четко проявляется.

Также дается прогноз развития, определяющие возможное ухудшение (-1), улучшение (+1) или неизменность ситуации. Анализ влияния движущих сил представлен в приложении В. Кроме того, поскольку рассмотренные факторы оказывают различное влияние на конкуренцию на рынке. Для учета относительной значимости конкретный вес каждого из факторов определяется экспертно (сумма весов =1).

Коэффициенты важности каждого фактора были определены экспертами. На основе экспертного мнения были получены усредненные значения коэффициентов. (табл. 1.5)

Таблица 1.5 – Экспертные оценки важности факторов

Фактор	Эксперт 1	Эксперт 2	Эксперт 3	Усредненное значение коэффициента
Анализ конкурентов	0,4	0,3	0,35	0,35
Анализ потребителей	0,2	0,2	0,2	0,2
Анализ товара-заменителя	0,2	0,1	0,15	0,15
Анализ потенциальных конкурентов	0,15	0,2	0,15	0,2

Соответственно, коэффициенты важности факторов равны:

Анализ конкурентов – 0,35

Анализ потребителей – 0,2

Анализ товара-заменителя – 0,15

Анализ потенциальных конкурентов – 0,2

Рассчитаем средневзвешенную оценку факторов:

(1)

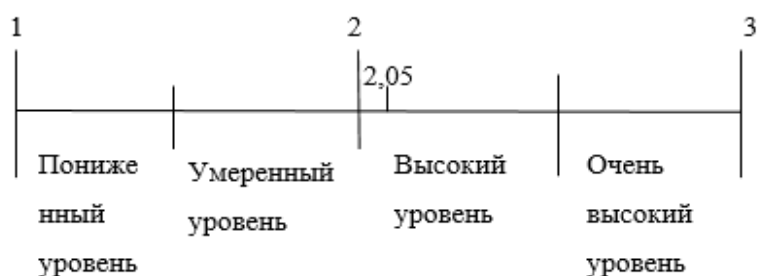


Рисунок 1.7. Уровень силы конкуренции

Так как уровень силы конкуренции равен 2,05, следовательно – это высокий уровень конкуренции.

Далее рассчитаем прогноз развития конкуренции в среднем:

(2)

Прогноз развития конкуренции в среднем равен 0,36, можно сделать вывод о том, что конкуренция в будущем будет повышаться.

Таким образом, по оценкам экспертов наибольшее влияние на компанию оказывает конкуренция. В частности, потенциальные конкуренты. Этот фактор получил наибольшую оценку. По прогнозам развития, этот фактор также занимает первое место.

Следовательно, анализируемой компании необходимо обратить внимание на своих потенциальных конкурентов и, соответственно, предпринимать меры для борьбы с ними.

Таким образом, к ключевым факторам внешней среды относятся доходы населения и уровень спроса, появление новых технологий, новых характеристик автомобилей. Эти факторы будут использоваться при составлении матрицы SWOT для выявления сильных и слабых сторон компании и формирования дальнейшей стратегии компании на рынке.

1.4 SWOT-анализ и оценка конкурентоспособности предприятия

На основании выявленных выше возможностей и угроз внешней среды, сильных и слабых сторон предприятия проводится SWOT-анализ (приложение

Г). Данный метод анализа позволяет проводить совместное исследование внешней и внутренней среды фирмы.

SWOT-анализ предполагает установление цепочек связей между ними возможностями и угрозами внешней среды, сильными и слабыми сторонами предприятия, которые в дальнейшем могут быть использованы для разработки мероприятий развития предприятия.

Сильные стороны позволяют наиболее эффективно добиться успеха; слабые стороны представляют источник повышенного внимания и требуют корректирующих действий. Внешние благоприятные возможности и угрозы следует учитывать, так как эффективные мероприятия должны способствовать накоплению положительных возможностей и защите от возможных угроз.

Проведенный SWOT-анализ позволяет сделать вывод о том, что на сегодняшний день основными направлениями развития автодилера «Тойота Центр Красноярск» должны стать мероприятия, направленные на более эффективное использование сильных сторон предприятия, такими как: расширение спектра услуг, комплексное сервисное обслуживание, увеличение объема продаж за счет расширения продуктовой линейки и дифференцированного подхода к потребностям населения, внедрение новых технологий и материалов позволит более качественно выполнять необходимые сервисные работы, акцент на индивидуальное обслуживание.

Наиболее перспективным направлением развития ООО «Крепость АТ», охватывающим наиболее сильные стороны предприятия и рыночные возможности – это реализация инновационного проекта внедрения новых комплектов для модификации полноприводных автомобилей Arctic Trucks Russia.

Важнейшими характеристиками конкурентоспособности автодилера являются:

- количество покупателей;
- уровень прибыли;
- уровень цен;
- спектр оказываемых услуг;
- численность персонала;
- количество жалоб клиентов в год.

На рынке автомобилей в Красноярске функционирует 6 крупных дилеров авто: «Тойота Центр Красноярск», «Медведь АТЦ», «Форд Центр Редут», «Лексус-Красноярск», «ЛРЦ ФОРПОСТ», «Ауди Центр Красноярск». Однако, последние 2 дилера реализуют более дорогостоящие автомобили иных модификаций, поэтому в группу стратегических конкурентов вошли следующие автодилеры: «Форд Центр Редут», «Медведь АТЦ» и «Лексус-Красноярск». Поэтому с этими компаниями будем сравнивать деятельность «Тойота Центр Красноярск». Для оценки конкурентоспособности ООО «Крепость АТ» было проведено сравнение дилеров на основании критерия ключевых факторов успеха (табл. 1.6).

Таблица 1.6 – Взвешенная оценка силы конкурентной позиции предприятия относительно конкурентов

КФУ	Вес (P)	«Лексус-Красноярск»		«Тойота Центр Красноярск»		«Форд Центр Редут»		«Медведь АТЦ»	
		Q	Q*P	Q	Q*P	Q	Q*P	Q	Q*P
Качество обслуживания клиентов	0,2	9	1,8	10	2	9	1,8	9	1,8
Качество сервисного обслуживания	0,18	8	1,44	9	1,62	8	1,44	8	1,44
Срок поставки	0,15	8	1,2	9	1,35	8	1,2	9	1,35
Квалификация персонала	0,14	8	1,12	9	1,26	9	1,26	9	1,26
Индивидуальный подход	0,15	8	1,2	10	1,5	7	1,05	9	1,35
Широта дополнительных услуг	0,18	8	1,44	9	1,62	10	1,8	9	1,62
Итого:	1	49	8,2	56	9,35	51	8,55	53	8,82

Из таблицы 1.6 видно, что самую высокую взвешенную оценку имеют компании «Тойота Центр Красноярск» и «Медведь АТЦ» (она равна 9,35 и 8,82). Эти компании являются признанными лидерами рынка. От них отстают «Лексус-Красноярск» (8,2) и «Форд Центр Редут» (8,55).

В Приложении Д представлена оценка конкурентоспособности компании, которая демонстрирует, что «Тойота Центр Красноярск» занимает лидирующие позиции на рынке автомобилей. Однако не по всем параметрам компания лидирует.

Для получения комплексной оценки конкурентоспособности, отдельные составляющие были просуммированы, и в соответствии с полученными результатами было проведено ранжирование конкурентов (табл. 1.7).

Таблица 1.7 - Ранжирование конкурентов по убыванию

Показатель	Итоговая сумма	Ранг
«Тойота Центр Красноярск»	3,27	<u>1</u>
«Форд Центр Редут»	2,49	4
«Медведь АТЦ»	2,94	3
«Лексус-Красноярск»	3,11	2

Таким образом, «Лексус-Красноярск» обладает наибольшим количеством конкурентных преимуществ по сравнению с остальными конкурентами.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что дилер автомобилей «Тойота Центр Красноярск» конкурентоспособен. Кроме этого, компания является лидером рынка. Своего ближайшего конкурента «Лексус-Красноярск» компания превосходит по параметрам системы стратегического планирования, доли рынка, организации сбыта, использованию стимулов для мотивирования персонала и обучения, и повышения квалификации персонала.

Обобщая результаты исследования рынка и положения компании на нем, можно утверждать, что наибольшее влияние на деятельность компании оказывают такие факторы, как уровень спроса на услугу, демографическая структура населения, появление новых технологий, новых характеристик

автомобилей. Что касается конкурентов, то «Тойота Центр Красноярск» является лидером рынка среди дилеров автомобилей. Компания занимает самую высокую долю рынка, лидирует в области планирования и организации системы сбыта, и отличается от конкурентов постоянным повышением квалификации персонала и использованием системы мотивирования персонала.

Важную роль в развитии конкурентных преимуществ и эффективной реализации инновационного проекта будут играть высокое качество обслуживания, индивидуальный подход и широкий спектр услуг.

2 Организационно – экономическое обоснование проекта внедрения новых модификации полноприводных автомобилей Arctic Trucks

2.1 Общая характеристика проекта

[Redacted text block containing the general characteristics of the project]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block containing multiple lines of obscured content]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
[REDACTED]	
[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
[REDACTED]	
[REDACTED]	
[REDACTED]	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
	[REDACTED]
[REDACTED]	
[REDACTED]	
[REDACTED]	

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]		
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]					

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]



[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]		
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted text block consisting of multiple lines of blacked-out content]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]				
		[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]					

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]				
	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]					

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block 1]

[Redacted text block 2]

[Redacted text block 3]

[Redacted text block 4]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[Redacted text]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[Redacted text block]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[Redacted]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[Redacted text block 1]

[Redacted text block 2]

[Redacted text block 3]

[Redacted text block 4]

[Redacted text block 5]

[Redacted text block 6]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]			
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

[REDACTED]

[REDACTED]

	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[Redacted]

[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]				[Redacted]										[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]				[Redacted]										[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]				[Redacted]										[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]				[Redacted]										[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]				[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]								[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]						[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]						[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]
[Redacted]														[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]
[REDACTED]				
[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]	[REDACTED]

[Redacted text block]

