

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

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

38.03.01 Экономика

Обоснование целесообразности открытия дилерского центра Renault  
в городе Абакан

Руководитель \_\_\_\_\_ ст. преподаватель, Е. В. Пучкарева

Консультант \_\_\_\_\_ д-р. экон. наук, проф., А. В. Григорьев

Выпускник \_\_\_\_\_ Е.А. Шипилина

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ Д. Н. Кольшкина

Красноярск 2017

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

Институт экономики, управления и природопользования  
Кафедра «Международные экономические отношения»

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_  
А.В.Григорьев

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2017 г.

**ЗАДАНИЕ  
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ  
в форме бакалаврской работы**

Студенту (ке) \_\_\_\_\_  
(фамилия, имя, отчество студента(ки))

Группа ЭЭ13-01МЭ Направление (специальность) 38.03.01 Экономика

Тема выпускной квалификационной работы: «Обоснование открытия дилерского центра Renault в городе Абакан»

Утверждена приказом по университету № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Руководитель ВКР: Е.В. Пучкарева

Исходные данные для ВКР:

- финансовые данные компании за 2014-2016гг.
- информационно-аналитические статьи, опубликованные в научной и периодической печати, размещенные на официальных отечественных и зарубежных сайтах в Интернете.

Перечень разделов ВКР:

Введение

- 1 Анализ мирового рынка автомобилей
- 2 Оценка финансово-экономического положения ООО «Сиалавтофранц»
- 3 Целесообразность открытия дилерского центра Renault в городе Абакан

Заключение

Перечень графического или иллюстрированного материала с указанием основных чертежей, плакатов, слайдов:

- 18 Таблиц;
- 9 Рисунка;
- 5 Приложений.

Руководитель выпускной  
квалификационной работы

\_\_\_\_\_  
(подпись)

Пучкарева Е.В.  
(инициалы, фамилия)

Задание принял к исполнению

\_\_\_\_\_  
(подпись, инициалы и фамилия студента)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 201\_ г.

**КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК**  
выполнения выпускной квалификационной работы

Наименование и содержание этапа (раздела)	Срок выполнения
Выбор направления исследования.	12.03.2017-15.03.2017
Обсуждение с научным руководителем структуры бакалаврской работы.	23.03.2017-25.03.2017
Сбор теоретического материала.	30.03.2017-17.04.2017
Прохождение преддипломной практики.	09.05.2017-22.05.2017
Подготовка разделов бакалаврской работы: Введение.	18.04.2017-20.04.2017
I раздел (глава).	21.04.2017-25.04.2017
II раздел (глава).	10.05.2017-18.05.2017
III раздел (глава) и заключение.	20.05.2017-29.05.2017
Оформление выпускной квалификационной работы.	29.05.2017-08.06.2017
Предзащита бакалаврской работы на кафедре.	10.06.2017
Работа над презентацией основных результатов выпускной квалификационной работы.	10.06.2017-17.06.2017

Руководитель  
выпускной квалификационной работы \_\_\_\_\_ Е. В. Пучкарева

Задание принял к исполнению \_\_\_\_\_ Е. А. Шипилина  
«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_

## ANNOTATION

This degree is devoted to assessing the economic efficiency of the investment project for the opening of the Renault car dealer center.

The subject of the research is the investment project of opening of the Renault car dealer center in Abakan.

The main purpose of this final paper is to assess the effectiveness of investment project in order to make decision whether it is profitable to open the Renault car dealer in Abakan or not. д

To achieve this goal it is necessary to solve the following problems:

- to analyze the international experience of car business;
- to analyze the Russian experience of car dealer network;
- give a brief description of the company, an analysis of financial and economic activity of the enterprise;
- develop a plan for the expansion of OOO “Sialavtofrants”;
- evaluate the effectiveness of the proposed expansion plans.

The degree work consists of three chapters.

The first chapter includes the theoretical basis of market of cars, examines the key trends in the global and Russian markets, alternative possibilities for further development in this field of business.

The second chapter contains a competitive analysis of a company, an analysis of its financial condition.

The final part includes the calculation of cost efficiency and sensitivity analysis of the investment project.

Finally, the paper contains the main conclusions of the thesis.

The diploma project contains 84 pages, 18 tables, 9 picture and 5 attachments.

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	3
1. Анализ мирового рынка автомобилей .....	5
1.1. Характеристика и основные тенденции развития автомобильной отрасли.....	5
1.2. Рынок дилерских сетей автомобилей в России .....	9
1.3. Рынок дилерских сетей автомобилей в Красноярском крае .....	19
2. Оценка финансово-экономического положения ООО «Сиалавтофранц»	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1. Общая характеристика деятельности ООО «Сиалавтофранц»	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2. Анализ основных финансово-экономических показателей	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3. Целесообразность открытия дилерского центра Renault в городе Абакан	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1. Общая характеристика проекта открытия дилерского центра	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2. Оценка экономической эффективности проекта дилерского центра Renault в городе Абакан .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3. Анализ чувствительности проекта дилерского центра Renault в городе Абакан.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	23
ПРИЛОЖЕНИЕ А .....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ Б.....	59
ПРИЛОЖЕНИЕ В .....	60
ПРИЛОЖЕНИЕ Г .....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ Д .....	62

## **ВВЕДЕНИЕ**

В последнее время деятельность большинства российских компаний адекватно реагирует на изменения внешней среды. Все более характерным становится предвидение изменений конъюнктуры рынка, осваиваются новые направления и инструменты бизнеса. Современная экономическая ситуация, связанная с активным развитием рыночных отношений, заставляет использовать новые прогрессивные подходы к внутрифирменному планированию.

Решение задач максимизации прибыли предприятий в долгосрочном периоде связано с вовлечением в производство новейшей техники и технологии, проведением технического перевооружения и реконструкции, что создает благоприятные условия для выхода компании на новые рынки.

Инвестиционный процесс представляет собой сложный комплекс работ, который включает следующие основные фазы: определение объекта инвестирования, финансирование капитальных вложений и контроль за их исполнением.

Предприятие производит инвестиции, с целью сохранения или увеличения своей прибыли. При инвестировании предприятие должно решить, будет ли за определенное время прибыль, приносимая инвестициями, больше соответствующих издержек. Альтернативной стоимостью инвестирования будет рыночный процент с капитала, взятый по сумме средств, необходимых для приобретения нового капитала. Не вдаваясь в подробности оценки альтернативных вариантов, отметим, что экономическое обоснование принятия решения об инвестировании является важнейшей и непростой задачей предприятия.

Актуальность темы открытия нового дилерского центра зарубежных автомобилей, что темпы реализации автомобилей растут как в Красноярском крае, так и в других регионах Российской Федерации. Стоит отметить, что в современных условиях мегаполиса люди стали отдавать предпочтение

недорогим и надежным маркам автомобилей, именно такой маркой является французский бренд Renault .

Объектом исследования является предприятие ООО «Сиалавтофранц». Компания была основана в 2008 году и является единственным официальным дилером автомобилей марки Renault на территории города Красноярск.

Предметом исследования является расширение ООО «Сиалавтофранц» и выход компании на рынок города Абакан.

Целью работы является проведение оценки эффективности открытия дилерского центра автомобилей марки Renault в городе Абакан на примере ООО «Сиалавтофранц».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- проанализировать мировой рынок автомобилей;
- проанализировать Российский рынок автомобилей;
- дать краткую характеристику предприятия, провести анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- разработать план расширения ООО «Сиалавтофранц»;
- оценить эффективность предложенного плана расширения.

Первая глава посвящена обзору рынка автомобилей, рассмотрены ключевые тенденции мирового и российского рынков, альтернативные возможности дальнейшего развития этой сферы бизнеса.

Во второй главе проводится анализ предприятия. Дана характеристика компании: краткая история, особенности, преимущества перед конкурентами. Проведен анализ финансового состояния предприятия на основе текущей бухгалтерской отчетности и анализ основных показателей деятельности компании.

В третьей главе проведен расчет, а также анализ основных показателей оценки инвестиционного проекта и анализ чувствительности.



## **1. Анализ мирового рынка автомобилей**

### **1.1. Характеристика и основные тенденции развития автомобильной отрасли**

В начале работы следует охарактеризовать мировой рынок автомобилестроения в целом. Вообще необходимо заметить, что важная экономическая особенность автомобилестроительной отрасли - это относительно низкая норма прибыли. Также существование таможенных барьеров, жесточайшая конкуренция цен и качества делают этот рынок труднодоступным для вхождения в него новых участников. Мировой рынок автомобилей в настоящее время представлен ограниченным числом фирм и фактически сформировался. Несколько лет назад 70% мирового авторынка контролировали полтора десятка компаний, а сегодня ведущих игроков осталось всего шесть: американские General Motors и Ford, немецкая Volkswagen, японская Toyota, немецко-американская DaimlerChrysler и франко-японская Renault-Nissan.

Здесь необходимо заметить, что даже крупные компании второго эшелона, такие как PSA, Fiat, южнокорейская Hyundai или японские Honda и Mitsubishi, на долю каждой из которых приходится от 3 до 5% мирового рынка, могут в ближайшее время быть куплены компаниями первого эшелона. Например, для DaimlerChrysler, подыскивающей партнера для производства небольших автомобилей, идеальным мог бы стать альянс с Peugeot или Fiat. Подобные сделки способны привести к некоторому переделу рынка, но принципиальная структура автомобильной промышленности уже сложилась.

Как уже отмечалось, автомобилестроение является одной из наиболее динамично развивающихся и востребованных отраслей мирового хозяйства. Масштабы отрасли характеризуются тем, что совокупная стоимость конечной продукции мирового автомобилестроения составляет примерно

\$1,5 трлн., в том числе (млрд. дол.): в США - 288 (2002 г.) и более 170 - запчастей и принадлежности, в Японии - 342 (2000 г., включая комплектующие, что составило 13,4% промышленного производства страны) в ФРГ - 172 (2001 г.). О социально-экономической значимости автомобилестроения в жизни современного общества говорит то, что в нем непосредственно занято: в США - свыше 1 млн., в ФРГ - 775 тыс. человек. Число же людей, косвенно связанных с этой отраслью (и зависящих от нее), во много раз превышает указанные цифры.[1]

В настоящее время в автомобильной промышленности продолжается процесс изменения региональной структуры, начало которого было очевидно в 80-х годах. Это процесс включает в себя как перераспределение доли между ведущими центрами капиталистического производства, так и возрастание доли экономически развивающихся стран, в которых под влиянием крупных мировых автомобильных компаний происходит интенсивное развитие автомобильного производства.

Можно считать завершившимся процесс формирования максимально возможных автоматизированных заводов, на которых труд человека упрощен или автоматизирован, а на большей части конвейерной линии операции выполняются роботами. Исключения составляют лишь устаревшие заводы стран третьего мира, а также мелкосерийные и штучные производства, в которых ручной труд является традицией и очень ценится.

Для современного автомобильного мира также характерна высокая степень специализации. Существует целый ряд крупнейших корпораций, специализирующихся на выпуске конкретных деталей и блоков автомобилей (моторы, трансмиссии, покрышки, глушители, автоприборы и т.д.). Такое разделение труда было вызвано борьбой за максимальную оптимизацию использования имеющихся средств и достижения максимальных технических и эксплуатационных показателей продукции.

В начале XXI в. мировая автомобильная промышленность характеризуется двумя тенденциями: усилением конкуренции и

распространением влияния глобализации. Возросшая конкуренция побуждает производителей автомобилей улучшать качество выпускаемой продукции и совершенствовать технологию, снижать производственные издержки и активнее выходить на мировой рынок. Таким образом, конкуренция все более переносится на международный уровень. Основными движущими силами и мотивами размещения филиалов автомобильных корпораций за рубежом в настоящее время служат: завоевание перспективных рынков сбыта, развитие международной специализации и кооперирования производства, использование относительно дешевой рабочей силы в зарубежных странах, более расширяющийся процесс межфирменных слияний и поглощений, идущих поверх национальных границ.[2]

Более того, автомобильная промышленность мира - наиболее монополизированная отрасль мировой промышленности. Всего 10 ведущих автомобильных компаний пяти стран обеспечивают около 80% мирового производства, что обусловило исключительно острую конкуренцию на мировом рынке. Кроме того, характерной тенденцией 90-х годов прошлого столетия стало то, что деятельность автомобильных компаний все больше происходит вне государственных границ.

Европа занимает одну из лидирующих позиций в мировом автомобилестроении. В целом Западноевропейский регион произвел в 2003 г. 19,1 млн. автомобилей и занял первое место в мире, а Северная Америка (США, Канада и Мексика) оказалась на втором месте (15,8 млн. автомобилей). На третьем месте - Азиатский регион. Совокупное производство автомобилей в Японии и Южной Корее составило около 12,3 млн. Вне трех указанных регионов выделяется автопромышленность Южной Америки (Бразилия и Аргентина произвели около 1,7 млн. автомобилей), Россия (1,1 млн.) и Китай (2,8 млн.). Вне этих стран есть относительно крупные автопроизводители в Турции (421 тыс., автомобилей), ЮАР (430

тыс.), Таиланде (768 тыс.), а также автосборочные заводы во многих других странах мира.

Необходимо также отметить, что за последнее время в литературе все больше укреплялось мнение о «трехполярном мире» автомобилестроения.

Ford, DaimlerChrysler, General Motors - три концерна, образующие большую тройку. Однако этими производителями контролируются и другие фирмы. Часть фирм куплена полностью, другие же частично являются самостоятельными.

К началу XXI столетия члены «большой тройки» подошли в интернациональном составе. General Motors является самым крупным концерном из всех трех и одним из крупнейших в мире: годовой выпуск автомобилей превышает 6 миллионов. В его состав входят как коренные американские компании: Chevrolet, Pontiac, Buick, Saturn, Cadillac; так и европейские: Opel, Vauxhall, Saab. Кроме того, GM принадлежит 20% акций компании Subaru и 49% Isuzu, чем обуславливается влияние на восток.

Второй по величине автоконцерн Ford - тоже американский. В состав этой ТНК входят фирмы Aston Martin, Jaguar, Lincoln, Mercury, Volvo и Mazda. Здесь тоже виден многонациональный состав. Общий объем выпуска концерна около 4,6 млн. легковых автомобилей. Основная часть автомобилей марки Ford (более 2 млн.), и Mazda (почти 1 млн.).[3]

Замыкает тройку лидеров концерн DaimlerChrysler (DC) с ежегодным выпуском 3,55 млн. автомобилей. Однако в мировой таблице лидерства он занимает пятую строчку. Эта корпорация была образована путем слияния американского Chrysler и немецкого Daimler-Benz, выкупившего его в 2001 г. И теперь под руководством DC выпускаются автомобили таких марок, как Mercedes (и входящий в Mercedes Group автомобиль Smart), Chrysler, Jeep и Dodge. Теперь имея в своём распоряжении такого лидера в классе престижных автомобилей как Mercedes можно смело выпускать автомобили, которые ранее были закрыты для Chrysler'a. Это объединение положительно влияет и с технической, и с тактической стороны на обе компании.[4]

При этом тенденции 2014-2016 гг. показывают, что эти три транснациональные компании уже теряет былое могущество на мировом рынке автомобилей.

## **1.2. Рынок дилерских сетей автомобилей в России**

Согласно исследованиям, проведенным одной из крупнейших компании по анализу автомобильного рынка IHS Automotive, под влиянием роста рынка в Северной Америке и Китае, произошел рост мирового уровня реализации легковых автомобилей в 2015 году до 87,4 миллионов. Увеличение такого рода составило 1,5% прироста к значениям 2014 года, что является самым низким приростом реализации легковых автомобилей с 2010 года. Падение прироста рынка легковых автомобилей связано с мировым экономическим кризисом, как утверждают эксперты. Неопределенность ситуации в России и Южной Америке имеет непосредственное влияние на развитие отрасли дилерских сетей автомобилей, что замедляет рост и является причиной ее необходимого восстановления. отрасли.

Экспертные оценки компании IHS , отмечают увеличение продаж легковых автомобилей в Северной Америке на 5,5% и в 2015 году достигли 20,6 миллионов единиц. Причиной такого роста в Северной Америке определяется продолжающийся процесс восстановления отрасли на рынке США, где произошло увеличение рынка на 6% и уровень продаж достиг 17,5 миллионов единиц. Аналогичные результаты исследований предоставляют специалисты компаний Morgan Stanley и TrueCar. Исследователи объясняют такую динамику роста рынка сохранением низких цен на бензин, широкой доступностью финансирования и ростом доверия потребителей. [4]

Согласно исследованиям IHS Automotive, в 2015 году уровень продаж легковых автомобилей в Китае возрос на 5,6% и составил 24,4 миллиона единиц. В начале 2015 года специалистами предполагалось более динамичное развитие данной отрасли, а именно рост до 25 миллионов

единиц в 2015 году. Однако, замедление роста китайской экономики повлекло за собой снижение роста объема продаж легковых автомобилей, вне зависимости от развитости дилерских сетей в Китае, а также широкой доступностью кредитования и программ утилизации, стимулирующих рост продаж.

Неопределенность в России в 2015 году отразилась на другие рынки Восточной Европы, поэтому экспертами IHS были проведены корректировки более ранних прогнозов в сторону понижения роста объема продаж. В России в 2015 году продажи легковых автомобилей по сравнению с предыдущим годом сократились до уровня в 1,6 миллионов единиц, что на 36% меньше значения 2014 года. Подобное снижение рынка реализации легковых автомобилей составило меньше процент уменьшения доли рынка по сравнению с прогнозом падения объема продаж данным специалистами года IHS в начале 2015 года. Эксперты предполагали снижение объема продаж легковых автомобилей на российском рынке до 1,8 миллионов единиц.

Высокие темпы роста объема продаж были зарегистрированы в Индии, где в 2015 году объем продаж легковых автомобилей увеличился на 7,7%. Таким образом, объем продаж в Индии в 2015 году достиг 2,8 миллионов единиц. Согласно экспертным оценкам, в 2015 году увеличение объема продаж легковых автомобилей также произошло и в странах Западной Европы, где объем продаж возрос до уровня 13,2 миллионов единиц в год, что на 8,9% больше по сравнению с уровнем предыдущего года.

В 2015 году снижение автомобильного сектора было зафиксировано специалистами IHS Automotive в странах Южной Америке, что непосредственно связано со значительным уменьшением продаж на 26% по сравнению с предыдущим годом на одном из самых крупных рынков мира в Бразилии. Увеличение налоговых сборов, снижение доступности кредитования а также увеличение уровня безработицы и, как следствие,

падение доходов населения страны – все это, повлияло на снижение объемов продаж легковых автомобилей в Бразилии до уровня 2,5 миллионов единиц.

Таблица 1 - Продажи легковых автомобилей в мире, млн. единиц

Страна, регион	2013	2014	2015	2016	2017
Китай	19,1	21,4	23,1	24,4	25,7
США	14,5	15,6	16,5	17,5	18,0
Западная Европа	11,8	11,5	12,1	13,2	13,5
Индия	2,8	2,7	2,6	2,8	3,0
Россия	3,2	2,8	2,5	1,6	1,6
Мир в целом	79,5	82,8	86,3	87,6	89,8

Прогнозные оценки экспертов IHS иллюстрируют рост мирового объема продаж легковых автомобилей в 2017 до уровня в 89,8 миллионов единиц. [5]

Низкий процент, предлагаемый клиентам при оформлении кредитов на приобретение автомобилей и достаточно низкий уровень цен на бензин в Соединенных Штатах Америки будет способствовать увеличению объема продаж легковых автомобилей в США. Вопреки незначительным повышением процентных ставок на автокредитование, сохранятся хорошие условия для приобретения автомобилей, что, по экспертным оценкам, отразится на объеме продаж в США в 2017 и 2018 годах. Автомобильный рынок США, поддерживаемый низкими процентными ставками по кредитам и низкими цен на бензин, будет оставаться сильным. Хотя процентные ставки будут слегка повышаться, условия для покупок будут оставаться хорошими, что позволит рынку продолжить расти в 2016 и 2017 годах. IHS Automotive, а соответственно рост рынка легковых автомобилей США до уровня 18 миллионов единиц к концу 2018 года.

Западная Европа характеризуется сильным импульсом роста даже после восстановления в 2015 году, превосходящим ожидания экспертов.

Вопреки тому, что ряд европейских рынков достиг своего пика, эксперты не отвергают возможность пересмотра нынешнего прогноза роста продаж на 2,5-3,0% в сторону повышения.

Объявленные правительством меры по снижению налоговой нагрузки на приобретение автомобиля для небольших автомобилей привели к увеличению числа положительных прогнозов относительно активности продаж легковых автомобилей в Китае. Несмотря на это, некоторых покупателей может отпугнуть сохраняющаяся волатильность фондового рынка. Вопреки замедлению китайской экономики, исследователи IHS утверждают, что в настоящее время ожидаемого в 2017 году роста продаж легковых автомобилей на 5-6% будет достаточно для увеличения объема продаж более чем на 1,3 миллионов единиц.

Возобновление роста объемов продаж в 2017 году прогнозируется на рынке Азиатско-Тихоокеанского региона, что составляет оптимистические оценки экспертов с учетом спада продаж в последние несколько лет. Исследования определяют возвращение к росту ключевых рынков Таиланда и Индонезии во второй половине 2017 года, и значительное увеличение роста в 2018 году. Прогнозы экспертов IHS Automotive позволяют провести параллель между более низкими ценами энергоносители и падением процентов по автомобильным кредитам, что позволит автомобильному рынку Индии вернуться к двухзначным темпам роста впервые с 2010 года.

Упадок автомобильных рынков Бразилии и России, который продолжается на протяжении последних трех лет продолжится и в 2017 году. Эксперты прогнозируют сохранение отрицательной динамики рынков этих стран. В соответствии с прогнозом IHS, в 2017 году произойдет сокращение автомобильного рынка Бразилии на 14%. Обменный курс рубля, санкционная политика государств и длительные последствия низких цен на нефть и нефтепродукты повлекут за собой дальнейшие сокращения рынка легковых автомобилей в Российской Федерации.



До 2016 года крупнейшей в мире компанией - производителем легковых автомобилей по объему продаж являлась компания Toyota. Первое полугодие 2016 года определило новую ведущую компанию по объему продаж в лице немецкой компании - производителя автомобилей Volkswagen, сместившей многолетнего лидера продаж. С января по июнь 2016 года объем продаж Volkswagen достиг уровня в 5,04 миллионов автомобилей, что незначительно превысило количество проданных Toyota автомобилей за тот же период – 5,02 миллионов единиц.

Рост продаж Volkswagen объясняется аналитиками повышением спроса европейских стран, где более чем пять лет происходил рост рынка самыми быстрыми темпами. В то же время, уменьшение спроса на легковые автомобили на китайском рынке и неспособности получать те же выгоды в Европейских странах, получаемых компанией благодаря ослаблению японской иены, имело отрицательное влияние на объем продаж автомобилей компании Toyota.

Конкуренция лидирующих компаний приобрела новое направление, когда осенью того же года Toyota возобновила лидерство по объему продаж на мировом рынке вернулось. Итоги года показали, что уровень совокупного объема продаж компании составил около 10 миллионов единиц, в то время как компанией Volkswagen было продано 9,93 миллионов автомобилей. Конкуренция автомобильных гигантов, вероятно, будет продолжена и в 2017 году.

Крупнейшие в мире по объему продаж автомобильные компании приведены в Таблице 2.[5]

Таблица 2 - Крупнейшие автомобильные компаний в мире в 2016 году

Место	Компания	Страна происхождения	Объем продаж, млн. ед.	Кол-во сотрудников, тыс. чел.
1	Toyota Motor	Япония	10,2	330
2	Volkswagen Group	Германия	10,1	592,6

Продолжение Таблицы 2 - Крупнейшие автомобильные компаний в мире в 2016 году

Место	Компания	Страна происхождения	Объем продаж, млн. ед.	Кол-во сотрудников, тыс. чел.
3	General Motors	США	9,92	216
4	Renault-Nissan Alliance	Франция, Япония	8,47	450
5	Hyundai Motor Group	Южная Корея	7,71	249,4
6	Ford Motor	США	6,32	224
7	Fiat-Chrysler	Италия, США	4,75	228,7
8	Honda Motor	Япония	4,36	199,4
9	PSA Peugeot-Citroen	Франция	2,94	184,8
10	Suzuki	Япония	2,88	14,6

Для России 2016 год завершился снижением рынка легковых автомобилей на 35,7 процентов. По данным Ассоциации европейского бизнеса в 2016 году уровень продаж легковых автомобилей на российском рынке достиг отметки в 1601126 автомобилей, что характеризует снижение объема продаж на 890187 автомобилей по сравнению с предыдущим годом. Декабрь 2016 года характерен снижением рынка на 45,7% что в натуральном представлении составляет 123682 автомобиля. Таким образом, объем продаж в декабре 2016 года составил 146963 единицы. Наиболее успешные с точки зрения объема продаж компании, осуществляющие деятельность по реализации на российском рынке представлены в Таблице 3.

Таблица 3 - Крупнейшие бренды по объему продаж в России

Название	Дек. 2016	Дек. 2015	Изм., %	2016	2015	Изм., %
Lada	23462	35315	-34	269096	387307	-31
Kia	15215	20200	-25	163500	195691	-16
Hyundai	12570	15235	-17	161201	179631	-10
Renault	11934	19263	-38	120411	194531	-38
Toyota	11177	17536	-36	98149	161954	-39
Nissan	8410	20131	-58	91100	162010	-44
VW	7927	13871	-43	78390	128071	-39
UAZ	6324	7221	-12	48739	49844	-2
GAZ LCV	5099	7916	-36	51192	69388	-26
Skoda	4596	6214	-26	55012	84437	-35

Лидер российского рынка Лада в 2016 году превысил общий спад относительно объема продаваемых автомобилей. В годовом исчислении падение продаж составило 31% и достигло 269096 единиц автомобилей.. Бренд также выглядел значительно лучше рынка в декабре, т.к. реализация автомобилей отечественной марки снизилась на 34% до 23,462 автомобилей. Возникшую ситуацию частично можно объяснить относительно недавним стартом продаж современной серии Lada Vesta, которая призвана на замену модели Lada Priora, при этом продажи модели Lada Priora продолжают в прежнем режиме. Тем не менее, отрицательное влияние на динамику продаж бренда отмечалось в связи с падением продаж модели Kalina, которую вытеснила Granta, как более дешевая модель начального уровня. В декабре 2016 года произошло падение объема продаж модели Kalina до 1785 автомобилей, в сравнении с 6206 единицами, проданными в конце предыдущего года. Таким образом, модель Granta вновь стала лидером продаж легковых автомобилей на российском рынке, оставив позади модели Kia Rio и Hyundai Solaris, лидирующие на протяжении всего года.

Высокую динамику продаж в контексте более широкого рынка в течение года показала компания – производитель автомобилей марки Kia, что позволило данной марке стать вторым крупнейшим лидером продаж легковых автомобилей на российском рынке. Падение объема продаж данной марки составило 16% в годовом исчислении до уровня 163500 автомобилей.

С точки зрения общего уменьшения объема продаж на российском рынке более стабильной в 2016 году является компания - производитель автомобилей марки Hyundai. В годовом исчислении падение реализации автомобилей данной марки составило только 10% и завершение года для данной компании произошло с уровнем продаж в 161201 автомобилей

По итогам декабря 2016 года, марка Kia оказалась второй в общем списке, значительно опережая по уровню продаж рынок в целом, продажи снизились на 25% до отметки в 15215 автомобилей. Самой продаваемой моделью данной марки является автомобиль Kia Rio.

Третье место в списке производителей автомобилей с наибольшим объемом продаж легковых автомобилей на российском рынке 2016 году принадлежит марке Hyundai. Относительно конкурентов данная марка выглядела достаточно сильно в связи с уменьшением объема продаж до 12570 автомобилей, что составило только 17%. Положение марки Hyundai на российском рынке вызвано большим спросом населения на автомобиль Hyundai Solaris. Объем продаж модели Hyundai Solaris в декабре снизились всего на 143 автомобиля до уровня 9359 единиц. Стоит отметить, что за период 2016 года в целом реализация данной модели превзошла показатели прошлого года на 1224 автомобилей и объем продаж составил 115868 единицы. Третье место относительно уровня продаж конкретной модели автомобилей занимает автомобиль Kia Rio, уровень продаж которой также превысил показатели 2015 года. Данные модели автомобилей продавались по схеме утилизации подержанных автомобилей и обе машины подпадали под программу сниженных процентных ставках по кредитам в связи с субсидированием со стороны государства.

Четвертое место занимает бренд Renault, и, в целом, с падением продаж на 38% в годовом исчислении, данная марка автомобилей выглядела хуже рынка в 2016 году. Уровень продаж автомобилей марки Renault составил 120411 единиц, что является очень низким показателем. Производителями французской марки автомобилей были сделаны значительные инвестиции в рынок легковых автомобилей в России на протяжении последних нескольких лет. Под контролем производителей марки Renault оказалась российская компания ОАО «АвтоВАЗ» в 2015 году. Произошло снижение объема продаж автомобилей на 38% в годовом исчислении. В декабре 2016 года в России было продано 11934 автомобилей данной марки.

Пятое место в списке производителей автомобилей с наибольшим объемом продаж легковых автомобилей на российском рынке 2016 году занимает бренд Toyota. Более значительное падение объема реализации, чем на рынке в целом, а именно уменьшение на 39% по сравнению со значением

показателя в предыдущем году и реализация 98149 автомобилей сказались отрицательно на компании-производителе. Продажи легковых автомобилей марки Toyota в декабре 2016 года составили 11177 единиц, что на 36% ниже значений предыдущего периода. Лидерами продаж данной марки стали модели Toyota Camry и Toyota RAV4.

Наиболее низкую позицию из шести лидирующих брендов в России заняла марка Nissan, уровень продаж которой достиг отметки 91000 автомобилей за год, что на 44% ниже уровня предыдущего года, в то время как декабрьские продажи сократились на 58% до 8410 автомобилей.

Несмотря на многочисленные правительственные планы по стимулированию рынка легковых автомобилей в России, в 2016 году произошло ускорение сокращения рынка. Программы утилизации подержанных автомобилей, субсидии на кредитование при приобретении транспортных средств и прямая финансовая помощь производителям и поставщикам показали низкую эффективность. На данный момент, российская экономика продолжает борьбу с негативными факторами, набирающими обороты с 2014 года и действующими на протяжении 2015 и 2016 годов. Данные факторы нивелировали правительственные действия стимулирования рынка легковых автомобилей в России, что сказалось на отсутствии положительного роста.

Высокая инфляция потребительских цен, высокие процентные ставки, рекордно низкий уровень цен на нефть привели к сокращению российской экономики. Виртуальная изоляция от внешнего финансирования на западных рынках капитала из-за санкционной политики государств продолжает влияние на экономику России.

Конец 2014 начало 2015 годов был характерен периодом рецессии для российской экономики, а спад на 3,9% в 2016 году, показывает, что темпы сокращения ускорились. Кроме того, В третьем и четвертом кварталах 2016 возобновилось падение цен на энергоносители и, как ожидается, они останутся значительно ниже предыдущих пиковых уровней в ближайшей и

среднесрочной перспективе. В то же время, при наиболее положительном исходе физический объем экспорта энергоносителей покажет нулевой рост, в связи с сокращением инвестиций в этом секторе из-за снижения цен.

В дополнение к вышесказанному, ситуация на российском рынке усугубилась резким увеличением процентной ставки, чтобы ослабить инфляционное давление и защитить национальную валюту. Центральный банк не имел возможности снижения ставки в последние месяцы года в связи с существующими опасениями относительно инфляционных рисков. Высокий уровень инфляции и ослабление рубля привело к сокращению покупательной способности домохозяйств. Произошло отрицательное влияние на инвестиции и ускорение оттока капитала после наложения экономических санкций за присоединение к России Крыма и поддержку ополченцев в восточной Украине. Сложившаяся ситуация ухудшила условия ведения бизнес и инвестиционную среду. По оценкам, чистый отток капитала в 2014 году составил \$153,0 млрд., по сравнению с \$61,6 млрд. в 2013 году, и продолжился в 2015 году - \$58 млрд.

Сокращение ВВП России в 2015 и 2016 годах является значительным по сравнению умеренным восстановлением на 1,2% в 2017 году, по прогнозным значениям. Таким образом, производители и поставщики пересматривают стратегии ведения бизнеса и инвестиционных вложений, как в случае General Motors, что влияет на рынок в целом. Глубина нынешней рецессии соответственно имеет влияние на крупнейшую автомобилестроительную компанию страны ОАО «АвтоВАЗ», которая запустила продажи новых моделей Lada Vesta и Lada XRAY. В 2017 году, по прогнозам специалистов IHS Automotive, рынок легковых автомобилей в России абсолютно стабилизируется, размером в 1,61 миллионов автомобилей и начнется медленное восстановление, которое будет продолжаться до конца десятилетия.

### 1.3. Рынок дилерских сетей автомобилей в Красноярском крае

Аналитическое агентство автомобильной статистики «Автостат» приводит число регистраций отдельных марок автомобилей за первое полугодие 2015 года. Лидером местного рынка остается отечественная LADA — автомобилей этой марки зарегистрировано за шесть месяцев 3650 шт. — на 19,6% меньше, чем в первом полугодии прошлого года.

На втором месте Toyota, которая, напротив, показала рост на 8,3%, с 1930 до 2090 шт. Кроме того, рост в пределах 10% отмечен у Renault, Volkswagen и Mitsubishi, которые так же попали в список десяти крупнейших компаний.

На третьем месте KIA, упавшая в продажах на 10,5%, до 1400 шт.

Количество зарегистрированных новых легковых автомобилей на территории Красноярского края в 2014 и 2015 годах по данным аналитического агентства представлены в Таблице 4.

Таблица 4 – Регистрации легковых а/м в Красноярском крае

Марка а/м	2014	2015	Темп прироста
LADA	4540	3650	-19,6%
TOYOTA	1930	2090	8,3%
KIA	1565	1400	-10,5%
HYUNDAI	2320	1395	-39,9%
RENAULT	1055	1155	9,5%
CHEVROLET	1210	1055	-12,8%
VOLKSWAGEN	835	905	8,4%
MITSUBISHI	535	580	8,4%
FORD	825	505	-38,8%
NISSAN	650	480	-26,2%
Всего	20610	17780	-13,7%

Самое внушительное падение в десятке, по данным «Автостата», показал корейский Hyundai с результатом в 39,9%. В ТОП-10 по результатам за январь-июнь эта марка находится на 4 строчке, хотя еще год назад была на втором месте. Немного отстал Ford — продажи этой марки снизились на 38,8%.

Эксперты считают, что рынок новых автомобилей в крае насытился и сейчас стабилизируется.

Так, управляющий директор ГК «Медведь Холдинг» Евгений Меркушев замечает, что сверхвысоких темпов роста прошлых лет ждать уже не стоит.

Евгений Меркушев отмечает, что всегда рост экономики сменяется падением и ничего не продолжается бесконечно, говоря о том, что произошло насыщение рынка. По мнению управляющего директора группы компаний «Медведь Холдинг», произошла стабилизация объема продаж легковых автомобилей, которой предшествовала гипертитуация, когда рынок поглощал все подряд. Он делает прогноз отсутствия в ближайшем будущем значительных изменений объемов продаж автомобилей.

При этом, если «Автостат» заявляет о почти сорокапроцентном сокращении числа регистраций Hyundai, то Меркушев настаивает, что продажи этой марки по краю просели лишь на 4%.

Генеральный директор ООО «КИА-центр Красноярск» Алексей Сугак отмечает, что показатели продаж автомобилей KIA по его дилерскому центру практически не уступают аналогичному периоду прошлого года. По его словам, в первом полугодии 2012 года дилерский центр реализовал 625 автомобилей. В этот же период 2013 года — 628. В условиях возрастающей конкуренции, связанной с тем фактом, что в Красноярске работают два официальных дилера KIA. Алексей Сугак отмечает стабильный рост объема продаж дилерского центра с момента открытия в 2011. Рост уровня доверия к корейским производителям автомобилей среди потребителей, гибкой ценовой политикой KIA и широкий модельный ряд способствуют



увеличению рынка легковых автомобилей данной марки на территории Красноярского края.

Данные о количестве регистраций расходятся с данными о продажах и по «Ладе». По оценке регионального менеджера продаж ОАО «АвтоВАЗ» по СФО Сергея Воробьева, снижение продаж «Лады» в первом полугодии 2013 года к первому полугодию года прошлого составило 10-11%.

По мнению Воробьева, у отмеченного спада сразу несколько причин. Оживить продажи может только выход новых моделей, поэтому Воробьев объясняет причину увеличения спроса на автомобили отечественной марки в связи со стартом продаж новой модели Lada Granta. В 2015 году произошло насыщение отложенного спроса.

Сергей Воробьев отмечает хороший спрос остается на автомобиль Lada Largus и отсутствие предварительной записи в дилерском центре относительно остальных моделей автомобилей.

И вообще, в прошлом году не только по «Ладе», но и по другим брендам, рост был связан с ажиотажным спросом на автомобили. С чем же был связан ажиотаж, не знаю», — сказал Воробьев.

На период 2015 и 2016 годов, по его мнению, произошло насыщение рынка и стабилизация спроса на легковые автомобили.

Отмечается возможность резкого изменения спроса на конкретные марки автомобилей в связи с выходом новых моделей. Новые модели автомобилей или модернизация уже существующих моделей транспортных средств направлены на удовлетворение потребительских потребностей на основе опыта прошлых лет.

Незначительно выровнять ситуацию, по его оценке, может сезонный рост продаж к концу года — однако его влияние, скорее всего, будет совсем незначительным.

Красноярский край оказался на 11-м месте в рейтинге по продажам подержанных машин, сообщили в аналитическом агентстве «Автостат». Специалисты провели исследование российского рынка легковых

автомобилей с пробегом в январе — мае 2016 года, по результатам которого составили топ-50 крупнейших региональных рынков.

Согласно исследованию, за 5 месяцев этого года объем вторичного рынка легковых автомобилей в России составил 2 млн 15,2 тыс. единиц, показав тем самым рост на 10,7 % к аналогичному периоду прошлого года (1 млн 820,1 тыс. штук). Лидирующие позиции традиционно заняли Москва и Московская область, суммарная доля которых превысила 12 %. Столичный рынок за этот период показал рост на 8,6 % (до 135,9 тыс. штук), а подмосковный — на 15,1 % (до 117,7 тыс. штук). Третья строчка рейтинга, с долей менее 5 %, принадлежит Краснодарскому краю, продажи в котором выросли на 6,4 % и составили 88,5 тыс. легковых автомобилей с пробегом.

Что касается Сибирского федерального округа, то Новосибирская область оказалась на 10 строчке, Красноярский край — на 11-й с долей 2,22 % (44 652 тыс. штук), продажи выросли на 4,6 %. Иркутская область заняла 15 строчку рейтинга, Кемеровская — 18, Омская — 24, Томская — 42.

Добавим, среди субъектов РФ, входящих в топ-50, отрицательная динамика вторичного рынка отмечена только в Дагестане (-0,9 %). В остальных регионах наблюдается рыночный рост, а самый высокий зафиксирован в Удмуртии (+36,4 %). Как отмечают аналитики агентства, российский рынок легковых автомобилей с пробегом растет четвертый месяц подряд, в то время как рынок новых машин продолжает «испытывать падение».

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Целью дипломной работы являлось проведение оценки эффективности открытия дилерского центра автомобилей марки Renault в городе Абакан в качестве расширения производства на примере ООО «Сиалавтофранц»,

В процессе работы был проанализирован мировой рынок автомобилей, а также рассмотрены рынки дилерских сетей в России и Красноярском крае. На основе анализируемых данных, наиболее успешной является концепция реализации общедоступных марок иностранных автомобилей, отличительной чертой продукции которых является надежность и приемлемость цены для широкого круга покупателей.

Компания может принять некоторые из перечисленных мер, а именно: увеличение абсолютных объемов продаж, что позволяет компенсировать снижение уровня маржи и получать ту же массу прибыли; инициировать новые виды деятельности, которые могут обеспечить дополнительные доходы.

Иными словами, одной из особенностей современного этапа развития России является внедрение опыта западных стран, где современные строительные компании – это многофункциональные производственные комплексы, которые помимо строительства, предлагают перечень сопутствующих товаров. Наблюдается тенденция к увеличению количества введенных кв. м. в сфере индивидуального жилищного строительства, в том числе доля деревянных строений постоянно повышается. Таким образом, в этих условиях возрастает роль производственно-строительных компаний, способных максимально четко и в короткие сроки удовлетворить потребности клиентов.

Также, в ходе дипломной работы установлено, что существует возможность финансирования открытия дилерского центра из собственных средств группы компаний «СИАЛАВТО».

В представленной работе был рассмотрен и проанализирован проект возможного варианта развития ООО «Сиалавтофранц». Реализация проекта означает выход на новый рынок реализации автомобилей, привлечение новых клиентов, и, как следствие, увеличение прибыли.

Суть проекта состоит в заключении контракта с официальным импортером автомобилей марки Renault в России и открытие дилерского центра автомобилей этой марки в городе Абакане, что позволило бы ООО «Сиалавтофранц» стать первым официальным дилером французской марки автомобилей на территории данного города.

Для оценки инвестиционного проекта, были рассчитаны и проанализированы показатели эффективности инвестиционного проекта с точки зрения классического подхода, т.е. методом дисконтированных денежных потоков. Данный метод в большей степени учитывает фактор времени. Для учета фактора риска был использован метод чувствительности.

Достигнутые в ходе разработки анализа плановые показатели проекта свидетельствуют о его перспективности: NPV положительный и составил 1096951 тысяч рублей; PI (индекс рентабельности) равен 1,91, что говорит о том, что современная стоимость денежного потока проекта превышает первоначальные инвестиции, значение IRR (внутренняя норма доходности) тоже достаточно высока и составляет 944,9%. IRR показывает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным инвестиционным проектом. Приемлемым для такого рода проектов оказался и срок окупаемости проекта (5,6 года).

Также был проведен анализ на чувствительность, и было выявлено, что проект имеет высокую чувствительность к изменению объема продаж и к  $k$ , и практически совсем не чувствителен к изменению фонда оплаты труда.

Решение, о дальнейшем развитии предприятия остается за руководством ООО «Сиалавтофранц», однако на основании проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что проект целесообразен для реализации и высокоэффективен.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бизнес и маркетинг: Библиогр. указ. / Науч.-внедренч. центр «БиблиоМаркет»; Сост. М.В. Котельникова, И.Б. Михнова. - М., 1993. - 104с.
2. Бясов, К. Т. Планирование на предприятии : учебник – Изд. 3-е. – Москва : ИНФРА, 2012. – 411 с.
3. Верли Х.П. Маркетинг как стратегический фактор успеха // Пробл. теории и практики упр. - 1992. - N 6. - С.54-60.
4. Волгин В.В. Запасные части: особенности маркетинга и менеджмента. - М.: Ось-89, 1997.
5. Голубин Е.В. Дистрибуция. Формирование и оптимизация каналов сбыта. - М.: Вершина, 2006.
6. Дилерский бизнес- это в первую. // Континент- Сибирь.- 2010.- №19. С. 8.
7. Игошин, Н. В. Инвестиции. Организация управления и финансирования: учебник., М., 2000.
8. Кандрашина, Е. А. Финансовый менеджмент: учебник / Е. А. Кандрашина. – Москва : Дашков и К, 2013. – 220 с.
9. Ковалев, В. В. Финансовый менеджмент в вопросах и ответах: учебное пособие / В. В. Ковалев, В. В. Ковалев. – Москва : Проспект, 2013. - 304 с.
10. Ковалев, В. В. Финансовый менеджмент: теория и практика / В. В. Ковалев. – Москва : Проспект, 2013. – 1104 с.
11. Кокин, А. С. Финансовый менеджмент: учебник / А. С. Кокин, В. Н. Ясенев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 511 с.
12. Котелкин, С. В. Международный финансовый менеджмент: учебное пособие / С. В. Котелкин. – Москва : Магистр, НИЦ ИНФРА-М, 2012. – 605 с.
13. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник: Пер. с англ. / Ф. Котлер, Д. Боуэн, Д. Мейкенз. - М., 1998. - 763с.

14. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. - М.; СПб.; К.: Издательский дом "Вильямс", 2016г. - 944с.
15. Купцова А. Диверсификация автоцентров. // Эксперт- Сибирь.- 2010.- №11. С.21.
16. Курс экономической теории, под ред. проф. Чипурина М.Н. и проф. Киселевой Е.А. - Киров: АСА, 2016г. - 832 с.
17. Нос В.А. Стратегическое партнерство в торговых сетях. - СПб.: СПб государственный университет экономики и финансов, 2005. - 199 с.
18. Обзор методов расчета ставки дисконтирования [Электронный курс] лекционный материал – режим доступа: [http://www.cfin.ru/finanalysis/math/discount\\_rate.shtml](http://www.cfin.ru/finanalysis/math/discount_rate.shtml)
19. Портер М. Конкурентная стратегия. - М.: Альпина Бизнес-бук, 2005г. - 301с.
20. Продажи автомобилей в мире на 2016 год, <http://mostinfo.su/>
21. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь / Лозовский, Л. Ш., Стародубцева, Е. Б. – Изд 5-е, перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2010. — 495 с.
22. Родников А.Н. Логистика. Терминологический словарь. - М.: Экономика, 1995
23. Румянцева, Е. Е. Финансовый менеджмент: учебник / Е. Е. Румянцева. – Москва : РАГС, 2010. – 304 с.
24. Федеральная служба государственной статистики по Красноярскому краю [Электронный курс] : – режим доступа: <http://krasstat.gks.ru>
25. Шварц А. Автомобиль и построение гражданского общества в России. Журнал "Деньги". №17 2010 год.

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### План продаж автомобилей в денежном выражении

Марка	Средняя цена 1 а/м, тыс.руб.	Продажи автомобилей, тыс. руб.							
		1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	Итого за 7 лет
Kuptur	926,7	9267	12047,1	13900,5	16680,6	16680,6	16680,6	16680,6	101 937
SYMBOL	533,8	16014	22953,4	26690	31494,2	31494,2	31494,2	31494,2	191 634
MEGANE	673,9	30325,5	42455,7	48520,8	57281,5	57281,5	57281,5	57281,5	350 428
DUSTER	862,1	4310,5	6034,7	7758,9	8621	8621	8621	8621	52 588
FLUENCE	928,2	5569,2	8353,8	10210,2	11138,4	11138,4	11138,4	11138,4	68 687
SANDRO	589,40	1178,8	1178,8	1768,2	2357,6	2357,6	2357,6	2357,6	13 556
KANGOO Z. E.	2400,1	24001	31201,3	36001,5	45601,9	45601,9	45601,9	45601,9	273 611
MASTER Шасси	1402,6	4207,8	4207,8	4207,8	5610,4	5610,4	5610,4	5610,4	35 065
MASTER	1 919,80	5759,4	7679,2	9599	11518,8	11518,8	11518,8	11518,8	69 113
SANDERO Stepway	660,3	66690,3	94422,9	108949,5	128758,5	128758,5	128758,5	128758,5	785 097
LOGAN	634,8	153621,6	217101,6	251380,8	296451,6	296451,6	296451,6	296451,6	1 807 910
KOLEOS	1 806,50	97551	137294	158972	186069,5	186069,5	186069,5	186069,5	1 138 095



## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Штатная численность по проекту дилерского центра Renault

Должность	Количество (чел)						
	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год
Директор	1	1	1	1	1	1	1
Гл.бухгалтер	1	1	1	1	1	1	1
Инженер по гарантии	1	1	1	1	1	1	1
Бухгалтер	1	2	2	2	2	2	2
Офис-менеджер (+кадры)	1	1	1	1	1	1	1
Кассир	2	2	2	2	2	2	2
Зап.части							
Руководитель	1	1	1	1	1	1	1
Менеджер	1	2	3	4	4	4	4
Департамент продаж автомобилей, всего							
Коммерческий администратор	1	1	1	1	1	1	1
Руководитель	1	1	1	1	1	1	1
Продавец-консультант	5	6	6	7	8	8	8
Менеджер по кредитам	1	2	2	2	2	2	2
Департамент ДООП							
Руководитель	1	1	1	1	1	1	1
Менеджер	1	1	1	1	1	1	1
Продавец	1	2	2	2	2	2	2
Склад							
Зав.складом	1	1	1	1	1	1	1
Кладовщик	2	2	2	2	2	2	2
Грузчик	1	2	2	2	2	3	3
Департамент клиентской поддержки							
Руководитель	1	1	1	1	1	1	1
Администратор	1	1	1	1	1	1	1
Производство слесарно-механического ремонта							
Администратор Сервис-бюро	2	2	2	2	2	2	2
Мастер-приемщик	2	2	4	4	4	4	4
Мастер цеха	0	1	1	1	1	1	1
Инженер производства	1	1	1	2	2	2	2
Механик	4	4	6	8	10	11	12
Мойщик	2	2	2	2	2	2	2
Слесарь (диагностика)	2	2	2	2	2	2	2
ИТОГО сервис	13	14	18	21	23	24	25
Всего	39	46	51	56	59	61	62

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Прямые издержки в течение проекта, тыс. руб.

Вид расхода	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	Итого за 7 лет
Стоимость товаров	274 911	318 554	374 308	445 601	457 036	458 932	458 932	2 788 273
Транспортные расходы	146	196	256	330	407	420	420	2 174
Предпродажная подготовка	2 504	2 872	3 328	3 928	3 928	3 928	3 928	24 416
ФОТ с отчислениями	14 662	18 922	21 378	25 658	27 827	29 634	29 682	167 763
<b>ИТОГО</b>	<b>292 223</b>	<b>340 543</b>	<b>399 270</b>	<b>475 517</b>	<b>489 198</b>	<b>492 914</b>	<b>492 961</b>	<b>2 982 626</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Общие издержки в течение проекта, тыс.руб.

Вид расхода	1 год	2 год	3 год	4 год	5 год	6 год	7 год	Итого за 7 лет
Амортизация собственных ОС	4482	4098	4002	4002	4002	4002	4002	28 591
Хозяйственные и канцелярские расходы	145	158	175	197	197	197	197	1 267
Техоснастка, инструмент, вспом материалы	480	597	757	935	1 113	1 113	1 113	6 107
Обслужив оборудования	360	360	360	360	360	360	360	2 520
Услуги охраны	1 241	1 241	1 241	1 241	1 241	1 241	1 241	8 686
Обучение	650	650	650	650	650	650	650	4 550
Прочие расходы	556	556	556	556	556	556	556	3 892
Гарантийный ремонт	68	78	91	107	107	107	107	665
Коммерческие расходы	2 086	2 325	2 639	3 034	3 071	3 073	3 073	19 300
Общехозяйств. расходы	4 839	4 886	4 949	5 004	5 038	5 019	5 059	34 793
Адм-управл расходы	3 975	4 092	4 219	4 472	4 478	4 716	4 717	30 666
Операционные расходы	3 548	3 479	3 390	3 302	3 213	3 161	3 161	23 254
<b>ИТОГО</b>	<b>22 430</b>	<b>22 521</b>	<b>23 028</b>	<b>23 858</b>	<b>24 027</b>	<b>24 193</b>	<b>24 235</b>	<b>164 292</b>

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Общие доходы дилерского центра Renault, 7 лет, тыс. руб.

№ /п	Наименование показателя	1 год	2год	3 год	4год	5год	6год	7год	Итого за 7 лет
<b>ПРОДАЖИ</b>		482 921	686 134	809 847	970 563	1 010 655	1 015 457	1 015 457	5 991 034
		511	718	832	982	982	982	982	5 007
1	Новые автомобили RENAULT	418 496	584 930	677 959	801 584	801 584	801 584	801 584	4 887 722
		511	718	832	982	982	982	982	5 007
2	Дополнительное оборудование	9 390	10 770	12 480	14 730	14 730	14 730	14 730	91 560
3	Запасные части	30 520	53 158	72 237	95 890	124 838	129 640	129 640	635 923
4	Услуги сервиса	24 515	37 276	47 171	58 359	69 503	69 503	69 503	375 829
<b>ОПЕРАЦИОННЫЕ ДОХОДЫ</b>		3 101	3 589	4 211	5 008	5 122	5 141	5 141	31 315
1	Возвратные бонусы за а/м	2 531	2 895	3 363	3 966	3 966	3 966	3 966	24 655
2	Возвратные бонусы за з/ч	147	210	286	379	493	512	512	2 539
3	Бонусы от продаж в кредит	423	485	562	663	663	663	663	4 120
<b>ВСЕГО ДОХОДЫ</b>		321 390	374 835	443 360	529 942	551 456	554 038	554 038	3 329 058