

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет
(национальный исследовательский университет)»
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Финансы, денежное обращение и кредит»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой, проф., д.э.н.
_____ И.А. Баев
«__» _____ 2018 г.

Разработка и финансово-экономическое обоснование инвестиционного
бизнес-проекта

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(бакалаврская работа)

ЮУрГУ – 38.03.02.2018.147.ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент кафедры
_____ Т.А. Петренко
«__» _____ 2018 г.

Автор работы,
студент группы ВШЭУ-490
_____ А.В. Шопина
«__» _____ 2018 г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель кафедры
_____ И.А. Мостовщикова
«__» _____ 2018 г.

Челябинск 2018

АННОТАЦИЯ

Шопина А.В. Разработка и финансово-экономическое обоснование инвестиционного бизнес-проекта. – Челябинск: ЮУрГУ, ВШЭУ-490, 90 с., 6 ил., 22 табл., библиогр. список – 35 наим.

В ходе выполнения выпускной квалификационной работы был разработан бизнес-план цветочного магазина.

Объектом исследования является новое создаваемое предприятие.

Предметом исследования является – инвестиционная деятельность предприятия.

Целью работы является разработка бизнес-плана цветочного магазина, создаваемого в г. Челябинск.

Актуальность исследования обусловлена потребностью предприятия в оценке экономической эффективности проекта с целью принятия решения о целесообразности его реализации.

ANNOTATION

Shopina A.V. Development and financial and economic justification of the investment business project. – Chelyabinsk: SUSU, HSEM-490, 90 pages, 6 drawings, 22 tables, bibliography – 35 names.

During implementation of graduation qualification work an investment project was elaborated and its economic efficiency was estimated.

An object of study is company which provides sale of flowers.

Relevance of research is need of small businesses to assess the cost effectiveness of the project with a view to a decision on whether to implement it.

The document includes the theoretical foundations of the business planning of development business project, financial planning, the analysis of potential risks. There was the research made for finding ways to minimize and neutralize identified risks.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ И ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	
1.1 Бизнес-план как современная форма представления инвестиционного проекта	10
.....	
1.2 Обзор отечественной и зарубежной методологии в области бизнес- планирования	16
.....	
1.3 Методы оценки экономической эффективности инвестиционного проекта	21
2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОТКРЫТИЯ ЦВЕТОЧНОГО МАГАЗИНА В УСЛОВИЯХ РИСКА И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ	
2.1 Маркетинговые исследования цветочного рынка проекта.....	34
2.2 Экономическое и инвестиционное обоснование магазина	40
.....	
2.3 Финансовый план и оценка экономической эффективности инвестиционного бизнес-проекта	54
2.4	69
2.5 Анализ чувствительности бизнес-проекта к входным параметрам.....	75
Основные направления минимизации выявленных проектных рисков.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	81
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	83
ПРИЛОЖЕНИЯ	
Приложение А. Расчет графика аннуитетных платежей.....	87
Приложение Б. Функция ВСД для расчета IRR.....	90

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы обусловлена следующими основными факторами.

Вступая в рыночные отношения, предпринимателю необходимо иметь сформулированную идею предпринимательской деятельности и думать о конечном результате своей работы. Результатом является получение максимальной прибыли/

Поэтому грамотность предпринимателей в области составления бизнес-плана несет в себе особую значимость для развития экономики страны в долгосрочной перспективе, так как развитие малого и среднего бизнеса способно вывести экономику страны на новый уровень и обеспечить приток иностранных инвестиций.

В результате многочисленных исследований была выявлена высокая положительная корреляция между планированием в рыночных условиях и успехом ведения дела в бизнес среде. Известно, что фирмы имеют более высокие экономические результаты при планировании своей деятельности, чем без систематического планирования.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка и экономическое обоснование реализации инвестиционного проекта с использованием данных оценки его экономической эффективности в условиях риска.

В рамках поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) Изучить и проанализировать основные теоретические и методические к разработке и оценки эффективности инвестиционного проекта на базе профильной отечественной и зарубежной литературы;
- 2) Провести маркетинговое исследование рынка рассматриваемой отрасли;
- 3) Определить финансовую реализуемость и экономическую эффективность инвестиционного проекта;

- 4) Оценить влияние проектных рисков на показатели эффективности предлагаемого бизнес-проекта;
- 5) Предложить возможный комплекс мер, направленный на минимизацию и нейтрализацию выявленных рисков.

Объект исследования – предприятие, предоставляющее услуги по реализации цветов и букетов населению.

При написании выпускной квалификационной работы были использованы действующая нормативно-законодательная база, профильная литература ведущих отечественных и зарубежных ученых и специалистов, периодические издания последних 5-ти лет, методические разработки кафедры ФДОиК ВШЭУ ЮУрГУ, статистические, справочные и маркетинговые данные исследуемой отрасли.

Выпускная работа состоит из двух разделов, введения, заключения и библиографического списка.

В первом разделе рассмотрены теоретические основы инвестиций и бизнес-планирования, приведены современные методики оценки инвестиционных проектов.

Во втором разделе проведено маркетинговое исследование, анализ отрасли, раскрыта актуальность выбранной темы, описана суть инвестиционного проекта.

Представлена расчетная часть реализации проекта, требующих различных инвестиционных вложений, оценки эффективности инвестиционного проекта, его финансовой реализуемости и анализ рисков.

Практическая значимость исследования заключается том, что результаты исследования могут быть использованы для реализации бизнес-идеи.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ И ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

1.1 Бизнес-план как современная форма представления инвестиционного проекта

Инвестиционный проект в современных условиях является гарантом конкурентоспособности и рыночной ценности предприятия. [6, с.15]

Результат каждого инвестиционного проекта непосредственно связан с глубиной и правильностью проработки плана его подготовки и реализации, что подразумевает экономическое обоснование его целесообразности, планирование затрат и составление действий, необходимых для его осуществления, а также оценку прогнозируемых окончательных результатов. Факторы, которые оказывают прямое влияние и создают риски не достижения целевых показателей должны учитываться в бизнес-плане. Что позволит менеджеру или предпринимателю обосновать потребность разработки того либо другого проекта, а также оценить возможность его осуществления в существующих рыночных условиях. Бизнес-план необходимо составлять не только как при реализации комплексных мер по развитию, но так и в отдельных локальных проектах. На предприятиях, участвующих в процессе оказания услуг или производства, можно использовать бизнес-план для разработки новых направлений деятельности [5]. В start-up-проектах бизнес-план дает возможность определить рыночную нишу, понять ситуацию в том или другом сегменте, а также место компании на этом рынке. Помимо этого, если для реализации проекта требуется привлечение инвестиций, бизнес-план является основным документом, который представляется на рассмотрение инвестору. С такой точки зрения бизнес-плану

следует обладать соответствующей убедительностью, ясностью и привлекательностью [6].

Бизнес-план должен иметь любой бизнес-проект, который раскрывает указанные аспекты, а составление бизнес-планов является одним из первых и ключевых действий, осуществляемых в процессе выполнения проекта [8, с.326]. Нет и не существует стандартной и универсальной формы бизнес-плана. Но, есть общие рекомендации по подготовке бизнес-плана, соблюдение которых повышают шансы на положительное решение инвестора. Эти рекомендации касаются структуры документа и содержания некоторых ключевых его разделов. Подготовка качественного бизнес-плана требует от его разработчика обладания рядом знаний, навыков и умений.

Чтобы эффективно вести бизнес в сфере услуг и производства нужно использовать и разрабатывать методы делового планирования и инвестиционного анализа, которые отвечают современным требованиям и важным тенденциям в международном бизнесе [7]. В соответствии со ст. 1 ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ. «Инвестиционный проект – обоснование экономической целесообразности, объемов и сроков проведения капитальных вложений, включая необходимую документацию, разрабатываемую в соответствии с принятыми стандартами, а также описание практических действий по реализации инвестиций (бизнес - план) [1]».

Инвестиционный бизнес-проект – это ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, рамками возможного расхода средств и ресурсов и специфической организацией разработки и реализации.

Бизнес-план представляет собой документ, который описывает все основные аспекты будущей коммерческой деятельности предприятия или фирмы, анализирует все проблемы, с которыми они могут столкнуться, определяет

способы решения этих проблем. Поэтому именно на основании этого данного документа партнеры и инвесторы предоставляют денежные средства [13, с. 95].

Целью бизнес-плана может быть получение кредита, или привлечение инвестиций в рамках уже существующей организации или фирмы, или определение стратегических и тактических направлений и ориентиров фирмы в мире бизнеса. Классификаций бизнес-проектов существует различное множество [31, с. 8-9]. Некоторые критерии для классификации бизнес-планов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация бизнес-планов

Классификационные признаки	Типы проектов			
По целям разработки	Инвестиционные, обращены на введение инноваций в виде новых продуктов и технологий или выход на рынок с традиционным продуктом	Для разработки стратегии развития организации	Для планирования деятельности организации	Для финансового оздоровления действующего предприятия
По объекту планирования	Предприятия в целом (нового или действующего)	Объединений (группы) предприятий		Инвестиционного проекта (направления бизнеса)
По конечным потребителям	Для внутреннего пользования самого предпринимателя или руководства фирмы (как средство самоорганизации)	Инвесторам, акционерам, банкам	Региональной администрации	Бизнес-партнерам (покупателям, спонсорам, лизингодателям и др.)
По продолжительности решаемых задач (горизонту планирования)	Стратегические (долгосрочные), представляющие совокупность главных целей предприятия и способов их достижения на протяжении продолжительного времени	Тактические (среднесрочные), охватывающие более короткий период (3-5 лет), используются для поддержки стратегических планов, содержат более точные определения действий, больше деталей и спецификаций		Оперативные (краткосрочные), представляющие собой систему бюджетирования деятельности предприятия и его подразделений на ближайший финансовый год с выделением плановых заданий по обеспечению всех направлений финансово - хозяйственной деятельности организации

По сложности проекта	Простые	Сложные	Очень сложные
По условиям конфиденциальности	Официальный, дает понятие о общих целях и предназначен для потенциальных партнеров, инвесторов, спонсоров		Рабочий, это повседневный рабочий документ для руководителя предприятия, а также команды разработчиков или консультантов.

Окончание таблицы 1

Классификационные признаки	Типы проектов					
	По гибкости	Директивное (статическое), сверху вниз с четко заданными показателями			Индикативное, направляющее планирование с возможностью корректировок и нечеткими рамками	
По стадии развития организации	Для зрелой фирмы: масштабные			На начальной стадии развития фирмы: нечеткие и небольшие		
По стадии развития проекта на момент составления	Идея	Эскизный проект	Рабочий проект	Опытная партия	Действующее производство	
По объему	Сжатые			Развернутые		
По особенностям оформления	Бизнес-план с приложениями			Бизнес-план без приложений		
По подходу к разработке	Наемной группой специалистов, а инициаторы проекта участвуют в подготовке исходных данных			Инициаторами проекта, а методические рекомендации получают у специалистов (банкиров, юристов, аудиторов), возможных потребителей, инвесторов		
По используемой программе финансового моделирования	Project Expert	Alt Invest	ТЭО-Инвест	COMFAR Expert	ИНЭК-Аналитик	Расчеты на базе Excel

Инвестиционный или затратный характер носит большинство бизнес-проектов. Уровень инвестиций, необходимых для реализации бизнес-проекта, зависит от масштаба, классификации, длительности и сложности проекта.

Проекты, главной целью которых является вложение средств в разные виды бизнеса для получения прибыли являются инвестиционными проектами.

Цели бизнес-проекта.

Цель – желаемый результат деятельности, который достигнут в пределах некоторого промежутка времени [34, с.6].

Цель проекта – это доказуемый результат и заданные условия реализации общей задачи проекта. Для того чтобы определить и сделать структуру проекта необходимо выявить цели, состав и содержание проекта, а также организацию планирования. Структура проекта понимает под собой совокупность взаимосвязанных элементов и процессов проекта, представленных с разной степенью детализации. Цели проектов могут изменяться в ходе его реализации под воздействием изменений в его окружении или в зависимости от его прогресса и получаемых промежуточных результатов. Следовательно, целеполагание необходимо рассматривать как непрерывный динамический процесс, анализирующий сложившуюся ситуацию, тенденции и при необходимости выполняются корректировки целей. Определенные достижимые цели бизнес-проекта должны быть четко сформулированы и описаны. Описание этих целей по существу должно стать задокументированным соглашением основных сторон о целях проекта. Цели проекта в описании должны найти отражение в четко и однозначно интерпретируемой форме: срок окончания, результат проекта, порядок изменения цели и иерархия зависимых целей, расходы [10]. Основой для дальнейшей работы над проектом является готовое описание целей проекта.

Функции по осуществлению бизнес-планирования, а также его участники.

Роли и состав участников проекта, распределение ответственности и функций зависят от многих факторов, например, от вида, типа, масштаба, а также сложности проекта и фаз жизненного цикла [9]. Поэтому постоянными функциями являются: реализация проекта на протяжении его жизненного цикла, роли и состав участников, распределение обязанностей и ответственности могут меняться.

Проект должен быть продуман и осмыслен.

1. Субъектами инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений (далее – субъекты инвестиционной деятельности), являются инвесторы, заказчики, подрядчики, пользователи объектов капитальных вложений и другие лица.

2. Инвесторы осуществляют капитальные вложения на территории Российской Федерации с использованием собственных и (или) привлеченных средств в соответствии с законодательством Российской Федерации. Инвесторами могут быть физические и юридические лица, создаваемые на основе договора о совместной деятельности и не имеющие статуса юридического лица объединения юридических лиц, государственные органы, органы местного самоуправления, а также иностранные субъекты предпринимательской деятельности (далее – иностранные инвесторы).
3. Заказчики – уполномоченные на то инвесторами физические и юридические лица, которые осуществляют реализацию инвестиционных проектов. При этом они не вмешиваются в предпринимательскую и (или) иную деятельность других субъектов инвестиционной деятельности, если иное не предусмотрено договором между ними. Заказчиками могут быть инвесторы.

Заказчик, не являющийся инвестором, наделяется правами владения, пользования и распоряжения капитальными вложениями на период и в пределах полномочий, которые установлены договором и (или) государственным контрактом в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4. Подрядчики – физические и юридические лица, которые выполняют работы по договору подряда и (или) государственному или муниципальному контракту, заключаемым с заказчиками в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации. Подрядчики обязаны иметь лицензию на осуществление ими тех видов деятельности, которые подлежат лицензированию в соответствии с федеральным законом.

(в ред. Федерального закона от 02.02.2006 N 19-ФЗ)

5. Пользователи объектов капитальных вложений – физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государственные органы, органы местного самоуправления, иностранные государства,

международные объединения и организации, для которых создаются указанные объекты. Пользователями объектов капитальных вложений могут быть инвесторы.

- б. Субъект инвестиционной деятельности вправе совмещать функции двух и более субъектов, если иное не установлено договором и (или) государственным контрактом, заключаемыми между ними [24, с.9].

Кроме того, участниками проекта также являются: владелец земельного участка, поставщики, органы власти, лицензоры и другие участники проекта, такие как население, общественные группы, конкуренты, различные инжиниринговые и консалтинговые организации и другие юридические организации, привлеченные в процесс реализации проекта [11].

Для определения полного состава участников проекта, построения его функциональной и организационной структур для каждого проекта на стадии разработки его концепции необходимо определить:

- 1) предметную область – задачи и цели работы, а также основные результаты и также его масштабы, допустимые сроки и сложность;
- 2) отношение собственности, которая привлечена в процесс осуществления проекта;
- 3) основные идеи реализации проекта;
- 4) основных активных участников проекта;
- 5) основных пассивных участников проекта;
- б) мотивации участников проекта (риски, ущерб, возможный доход и т. д.).

1.2 Обзор отечественной и зарубежной методологии в области бизнес-планирования

Сама идея составления бизнес-планов зародилась в США. В 70–80-х гг. прошлого столетия становление молодых высокотехнологичных компаний в области телекоммуникационных, компьютерных, медицинских технологий

потребовало больших финансовых средств. Для получения денег для реализации инновационных идей предприниматели стали активно обращаться в финансовые организации или к индивидуальным инвесторам [21]. Инвесторы стали запрашивать в письменной форме ответы на интересовавшие их вопросы, для того чтобы понять для каких целей и на что будут расходоваться, выданные денежные средства.

Поэтому все это вызывало унификацию формы представления бизнес-плана. Впоследствии накопленный опыт применения бизнес-планов был усовершенствован и в дальнейшем вошел в практику бизнеса. Этот опыт распространился из США в Европу и далее в другие страны. Позже бизнес-планы стали использоваться предприятиями не только лишь с целью создания нового инновационного предприятия, но и также для развития ранее существовавшего бизнеса. Российские компании стали использовать бизнес-планы после перехода к рыночной экономике. В середине 1990-х гг. бизнес-планы разрабатывались в основном с целью получения инвестиций из внешних источников, то на сегодняшний день диапазон их практического применения стал гораздо обширнее. Существенная отличительная особенность бизнес-плана – это то, что этот документ носит сводный, системный характер.

Проблемы российской практики планирования.

Россия длительное время находилась в условиях системы управления социалистической экономикой. Сущность планирования в условиях плановой социалистической экономики существовала совершенно иная. В условиях рынка центром стало само предприятие. Процесс планирования стал представлять важную ценность для предприятия. В России на предприятиях становится необходимым укоренение и развитие новых методов и форм организационного планирования бизнеса [5, с.114].

Во-первых, предприятию, чтобы предвидеть опасности и использовать возможности, открывающиеся во внешней среде, должно научиться «заглядывать» в будущее и целенаправленно его готовить.

Во-вторых, предприятие, в силу изменчивости внешней среды вынуждено эффективно и быстро менять свой план, подстраивая его под рынок. В меняющемся мире необходимо сохранять гибкость и возможность выбора адекватных действий, но это совсем не значит, что предприятие не может действовать, если не имеет никакого утвержденного плана.

В-третьих, так как предприятия вынуждены на сегодняшний день работать в условиях обострения конкуренции, они должны думать об основных факторах успеха и о создании личных конкурентных преимуществ, формируя и используя при этом ключевые компетенции в конкурентной борьбе. Играть важную роль при этом вопросы разработки и реализации стратегии, динамизации плановых решений, гибкого и непрерывного планирования.

В-четвертых, для реализации такого подхода к планированию необходима подходящая деловая культура ведения бизнеса, которая способствует осуществлению процесса планирования и эффективной организации на практике. Немаловажно формировать стратегическое мышление менеджеров, а также создавать условия для проявления их инициативы и предпринимательского поведения, а также направлять менеджера в заинтересованностях развития предприятий. Все это требует организационного проектирования самого процесса планирования бизнеса с учетом факторов деловой культуры, сочетания централизации и децентрализации в планировании, создания нужных условий и организационных предпосылок для проявления инициативы, аналитического мышления руководителей [30, с. 12-13].

Качественно разработанный бизнес-план оказывает содействие выработке стратегии организации. Также бизнес-план может служить гарантией эффективного функционирования предприятия. [18, с.11] Сложности при введении в практику полноценного бизнес-планирования вырабатываются в результате отсутствия соответствующей и адекватной действительности информации о конкурентоспособности выпускаемых товаров, конкурентной среде на отраслевых рынках, а также оказываемых услуг. В современной отечественной

практике составления бизнес-планов основывается на зарубежных методиках составления похожих документов. Но, к сожалению, без адаптации к современным отечественным реалиям такая работа становится непродуктивной. Бизнес-планирование в России в большей степени основано на зарубежном опыте. Но, по всей вероятности, требуется адаптация зарубежного опыта к российской реальности, потому что современная отечественная экономика обладает рядом комплексом принципиальных отличий от экономик развитых стран запада. Россия имеет характерные особенности учета и ведения процедуры финансирования.

Нужно учитывать такие особенности реальной отечественной предпринимательской деятельности при бизнес-планировании, так как деятельность несет в себе характерные национальные черты. Этот механизм бизнес-планирования на отечественном рынке должен гарантировать предприятиям и компаниям возможность использования эффективных моделей достижения ожидаемых целей предпринимательской деятельности. [10, с. 56]

В России осуществление бизнес-планирования несет в себе полный комплекс характерных особенностей. К таким особенностям можно отнести то, что постоянно меняющиеся экономические реалии ставят задачу долговременного планирования на современном этапе. Руководящий состав предприятий должен самостоятельно прогнозировать деятельность компании и при этом учитывать такие факторы, как процессы инфляции, конкурентная борьба, нестабильность налоговой системы, изменения на отраслевых рынках и многое другое [32, с. 97].

Наряду с этим представители российского предпринимательства обычно не обладают профессиональной подготовкой, которая требуется для разработки бизнес-планов в современных экономических условиях. Большинство современных российских руководителей предпочитают путь ведения управления с помощью интуитивного реагирования на формирующиеся ситуации, потому что у руководителя отсутствует опыт прогнозной деятельности. Такая практика неэффективна в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Руководители

чаще избегают долговременного бизнес-планирования, так как экономическая система нестабильна. Для устранения данной проблемы целесообразно использовать консультацию специалистов по бизнес-планированию. Такие услуги консультантов по бизнес-планированию в настоящее время достаточно популярны, в частности это касается долговременного планирования.

Крупные организации и предприятия обычно являются потребителями таких услуг. Руководители компаний в сфере малого бизнеса обычно самостоятельно повышают уровень компетентности о бизнес-планировании, для этого они посещают курсы повышения квалификации и тренинги соответствующей направленности. Необходимо привлекать специалистов по инвестиционной аналитике для того, чтобы способствовать повышению уровня знаний сотрудников в сфере бизнес-планирования. [11, с. 241] Руководящий состав должен обладать навыками реального оценивания экономического состояния компании, ее положения на отраслевых рынках в конкурентной среде, чтобы компания эффективно функционировала в современных условиях. На вытекающем этапе планирования руководитель предприятия должен извлекать выгоды из подобного анализа, что значит, прогнозировать последующую финансовую деятельность в зависимости от слабых мест и недостатков, которые он обнаружил.

Российский бизнес в настоящее время входит в новую стадию своего развития. Что значит, без постановки стратегических целей и стратегических задач на несколько лет, без стратегического видения будущего, разработки бизнес-планов и понимания того, куда нужно двигаться невозможно успешно продвигаться вперед.

Можно сделать следующий вывод о российской теории планирования: за годы становления рыночной экономики отечественные ученые не полностью осмыслили зарубежный опыт и не сформировали своего видения этой проблемы. Большинство исследователей рассматривают отдельные элементы системы планирования применительно к отдельным элементам управления.

Зарубежная специфика бизнес-планирования.

Американская специфика бизнес-планирования содержит следующие аспекты:

1. Предпринимательская деятельность в США обычно ассоциируется с независимостью и самореализацией, а также свободой;
2. В Америке руководитель подвержен интенсивному давлению конкуренции и находится под контролем рыночных механизмов все время. Деятельность руководителя в США обуславливается тем, насколько он верно способен оценивать влияние рынка;
3. Бизнес в Америке по-особенному относится к показателю отдачи капитала. Показатель дохода в абсолютном выражении не является самым значимым. Тем не менее, если деньги были вложены в проект, то значит они непременно должны приносить больший доход, чем банковский депозит.

Всемирная поддержка государства по информационному обслуживанию, а также консультированию относятся к особенностям американской специфике. В США и России по-разному относятся к бухгалтерскому учету. В России учет ведется для отчета перед контролирующими органами, а в США учет является инструментом для наилучшего понимания своего бизнеса и также для поиска путей повышения его доходности. Наличие свободных денег в кассе для американского предпринимателя имеет особенное значение. Это является гарантией преуспевания в бизнесе.

Государство оказывает всемерную поддержку начинающим американским предпринимателям, а это значит предприниматель находится в уникальных условиях. Это проявляется в первую очередь в информационном обслуживании и консультировании. Для России нужно восполнять отсутствие государственных услуг собственной активностью [23].

1.3 Методы оценки экономической эффективности инвестиционного проекта

Проведения оценки эффективности того или иного проекта – это главный элемент в инвестиционном анализе. В итоге проведения анализа можно оптимизировать инвестиционную программу и минимизировать риски.

Оценка эффективности инвестиционных проектов – главный элемент инвестиционного анализа. Если инвестиционный проект масштабный и вызывает значительные изменения в бизнесе, то должны быть точными расчеты денежных потоков, а также методы оценки эффективности инвестиционного проекта.

Из потребностей предприятия разрабатываются инвестиционные проекты. Главное условие их жизнеспособности – соответствие стратегическим целям (выражаются в повышении эффективности хозяйственной деятельности) и инвестиционной политики компании.

Современные методы оценки инвестиций часто различаются и основаны на индивидуальных принципах расчета. Потому что каждый инвестиционный проект имеет свои особенности и может различаться по целому ряду признаков – срокам применения, объему финансовых вливаний, ожидаемым результатам и так далее.

Простые способы расчета можно применять к мелким инвестиционным проектам, которые не требуют больших капитальных вложений, имеют небольшой срок полезного использования, а также не оказывают значительного влияния на изменение выпуска продукции.

Наибольшее внимания требуют крупные инвестиционные проекты. К таковым можно отнести освоение новых форм и видов товара, проведение реконструкции, возведение новых объектов и так далее. Здесь возникает необходимость в больших объемах инвестиций. При этом метод аннуитета позволяет точно произвести расчеты и учесть интересующие компанию факторы вложений. Важно понимать, что чем большие масштабы имеет проект, и чем к более серьезным изменениям он приводит в конечном итоге, тем важнее точные расчеты финансовых потоков. Вот почему так важно применять только качественные методы оценки.

Одним из факторов, усложняющих процесс расчета и оценки, является перемещение финансовых потоков на протяжении всего периода внедрения проекта, так как процесс может занимать несколько лет. Текущие расходы на внедрение проекта неизбежно сказываются на хозяйственной деятельности компании и ее конечных результатов. Неточности и ошибки в расчетах могут стать причиной больших расходов и рисков.

В настоящем времени экономической науке известны несколько существенных причин разногласия между проектными и фактическими показателями эффективности инвестиционных проектов.

К первой группе причин относится сознательное завышение эффективности инвестиционного проекта, которое обуславливается субъективной позицией отдельных ученых, специалистов предприятия и научных работников и их борьбой за ограниченные финансовые ресурсы. Защита от таких просчетов возможна путем организации на предприятиях должных систем управления, позволяющие координировать и контролировать работу функциональных служб предприятия, или привлечения независимых экспертов к проверке объективности расчетов, которые связаны с оценкой эффективности инвестиционных проектов.

Ко второй группе причин относятся недостаточность учета факторов риска и неопределенности, которые возникают в процессе использования инвестиционных проектов.

Как видно из выше перечисленного, при перспективной оценке эффективности инвестиционных проектов появляется много проблем. Чтобы избежать их или свести к минимуму в значимой мере поможет выбор наиболее объективных методов оценки эффективности инвестиций.

На сегодняшний день методы оценки эффективности инвестиций можно разделить на две группы: методы оценки эффективности инвестиционных проектов, которые не включают дисконтирование и которые включают дисконтирование.

Методы, не включающие дисконтирование:

- 1) метод, который основывается на расчете сроков окупаемости инвестиций (срок окупаемости инвестиций);

Метод определения срока окупаемости инвестиций (PP) состоит в расчете срока окупаемости инвестиционного проекта. Этот метод, является одним из самых простых и широко распространенных в мировой учетно-аналитической практике и не предполагает временной упорядоченности денежных поступлений. Алгоритм расчета будет зависеть от равномерности распределения прогнозируемых доходов от инвестиции. Если доход распределен по годам равномерно, то тогда срок окупаемости рассчитывается делением единовременных затрат на величину годового дохода, обусловленного ими. Если прибыль распределена неравномерно, то срок окупаемости рассчитывается прямым подсчетом числа лет, в течение которых инвестиции будут погашены кумулятивным доходом. Общая формула расчета показателя PP имеет вид:

$$PP = \min n, \text{ при котором } \sum ДП > IC, \quad (1)$$

где ДП – объем притока инвестиций,
n – число периодов,
IC – объем первоначальных инвестиций или затрат.

- 2) метод, который основан на определении нормы прибыли на капитал (норма прибыли на капитал);

Норма прибыли на капитал – продукция (товар) капитала, который представлен в форме среднегодового отношения и выражается в процентах.

К основным факторам, способствующим росту прибыли относятся:

- 1) оптимизация структуры расходов предприятия;
- 2) увеличение прибавочной цены;
- 3) экономия денег, направленных на реализацию производственного процесса;
- 4) рост скорости оборота капитала;

5) колебание рыночных цен.

В сфере инвестиций норма прибыли на капитал позволяет проанализировать эффективность вложений. Для получения точных расчетов в норму прибыли должны включаться альтернативные расходы от инвестиций в тот или иной проект. Издержки должны рассматриваться с двух сторон – через стоимость привлеченного капитала или же посредством нормы прибыли, которую можно получить от идентичных инвестиций. Такие предпосылки привели к формированию двух разных методов расчета нормы прибыли на капитал:

1. Метод вычисления нормы посредством цены (стоимости) привлечения капитала. Также этот вариант расчета носит название метода средневзвешенной стоимости. Его главная особенность – вычисление реальной стоимости капитала, необходимого для финансирования проекта. При этом акцент делается на общую стоимость капитала, вычисляемую в несколько этапов:

1 – определяются долгосрочные источники финансирования (акции, кредиты, нераспределенный доход). Краткосрочные источники при таком расчете учитываться не будут;

2 – производится вычисление стоимости привлечения данных источников, зависящих от суммы процентов по займу и перечисляемых дивидендов (по акциям). Должна учитываться и нераспределенная прибыль, которая, как правило, является менее дорогим источником. Причина – отсутствие дополнительных затрат, которые всегда имеют место при размещении ценных бумаг. В компаниях, акций которых нет в котировочных листах биржевых площадок, стоимость капитала вычисляется с учетом альтернативных издержек. Учитывается прибыль, которую потенциально мог бы принести капитал в случае вложения в другое направление;

3 – рассчитывается средневзвешенная цена капитала, зависящего от части каждого из источников в общих средствах и его цены. Как правило, компании применяют оптимальное сочетание источника капитала с целью снизить общую цену.

Но при использовании средневзвешенной цены возможно появление двух проблем. Во-первых, при выходе инвестиционного проекта за пределы стандартной деятельности компании уровень риска инвестиций остается неучтенным. Во-вторых, в случае реализации больших инвестиционных проектов структура финансовых источников может поменяться.

2. Метод вычисления, основанный на ценовой модели. В современной инвестиционной теории норма прибыли на капитал рассчитывается уже с учетом вероятного риска, что позволяет инвестору более точно продумать свои шаги и принять взвешенное решение.

Практика применения этих методик показывает, что использование средневзвешенной цены капитала, где риск не берется в учет, ведет к ошибочному принятию проектов с высоким уровнем прибыли, но огромным риском.

Одновременно с этим приходится отказываться от менее рискованных проектов, но с меньшим уровнем прибыли. Применение второго метода позволяет принять более точное инвестиционное решение.

2) метод, который основан на расчете разности между суммой доходов и инвестиционными издержками (единовременными затратами) за весь срок использования инвестиционного проекта, известный под наименованием накопленное сальдо денежного потока;

Он характеризует суммарные денежные поступления от реализации проекта за вычетом инвестиционных и текущих затрат.

Методика расчета, накопленного сальдо денежного потока заключается в следующем:

Считается денежный поток от операционной деятельности по годам использования инвестиционного проекта.

Считается сальдо инвестиционной деятельности предприятия, как сумма притоков и оттоков денежных средств, которые обусловлены реализацией инвестиционного проекта.

Рассчитывается база налогообложения, а также налоговые вычеты по инвестиционному проекту.

Считается величина ежегодного взноса погашения кредита.

Считается суммарное сальдо денежного потока по операционной и инвестиционной деятельности по каждому году.

Считается сальдо накопленного денежного потока от инвестиционной и операционной деятельности нарастающим итогом. Приступая с нулевого периода, когда были произведены единовременные инвестиционные затраты и до последнего года использования инвестиционного проекта.

Принимается заключение о необходимости реализации такого варианта капитальных инвестиций, которое гарантирует получение наибольшей суммы накопленного эффекта за целый срок применения инвестиционного проекта.

3) метод сравнительной эффективности приведенных затрат на производство продукции;

При применении данного метода выбор более результативного варианта инвестиционного проекта осуществляется, исходя из минимального количества приведенных расходов. В противном случае можно сказать, что из нескольких вариантов, по которым рассчитаны приведенные затраты, к внедрению принимается вариант, который имеет минимальное значение приведенных затрат.

Проект, у которого сумма приведенных затрат остается меньшей в расчете на один год принимается к реализации.

4) метод выбора вариантов капитальных вложений на основе сравнения массы прибыли (метод сравнения прибыли).

Данный способ рационально применять в тех случаях, когда сравниваемые инвестиционные проекты различаются размером текущих и единовременных затрат на единицу продукции, и объемом выпуска продукции, а также величиной прибыли. Более рациональным к введению признается тот вариант, обеспечивающий получение большей массы чистой прибыли за весь срок использования инвестиционного проекта. Капитальные вложения обязаны

целиком амортизироваться за весь срок полезного использования инвестиционного проекта.

Методы оценки эффективности, которые не включают дисконтирование называют статистическими методами оценки эффективности инвестиций. В основу оценки инвестирования данными методами заложена предполагаемая сумма дохода, а не потоки денег. Статистические методы опираются на плановые, фактические и проектные данные о затратах и результатах реализации инвестиционного проекта.

При использовании данных методов иногда в отдельных случаях прибегают к такому статистическому методу, как расчет среднегодовых данных о затратах и результатах (доходах) за весь срок использования инвестиционного проекта.

Когда затраты и результаты неравномерно распределяются по годам применения инвестиционного проекта, то используется этот прием.

В результате такого методического приема невозможен учет в полной мере факторов, связанных с риском и инфляцией, а также временной аспект стоимости денег. Одновременно усложняется процесс проведения сравнительного анализа проектных и фактических данных по годам применения инвестиционного проекта.

Поэтому статистические методы оценки эффективности вложений рационально использовать в случаях, когда результаты и затраты равномерно распределяются по годам реализации проектов, а срок их окупаемости не превышает трех лет.

Тем не менее, благодаря своей простоте, общедоступности для понимания, высокой скорости расчета эффективности инвестиционных проектов и доступности к получению необходимых данных, эти методы получили широкое распространение на практике. К недостаткам данных методов можно отнести: неравномерное распределение потоков денег в течение всего периода реализации проекта, охват краткого временного промежутка и игнорирование временного аспекта стоимости денежных средств.

Все статистические методы оценки эффективности вложений условно разделяются на методы сравнительной эффективности вариантов капитальных инвестиций и абсолютной эффективности вложений.

К первой группе относятся метод, основанный на расчете сроков окупаемости инвестиций, и метод, основанный на определении нормы прибыли на капитал.

Ко второй группе – методам сравнительной оценки эффективности инвестиций относятся:

- 1) метод накопленного сальдо денежного потока (накопленного эффекта) за расчетный период;
- 2) метод сравнительной эффективности – метод приведенных затрат;
- 3) метод сравнения прибыли.

Теория сравнительной эффективности капитальных инвестиций исходит из того, что внедрению подлежит такой проект, который обеспечивает максимальный доход, или минимальную сумму вложений или максимум накопленного периода за весь период его использования (расчетный).

Дисконтирование – метод оценки инвестиционных проектов путем выражения будущих денежных потоков, связанных с реализацией проектов, через их стоимость в текущий момент времени. Методы оценки эффективности инвестиций, основанные на дисконтировании, применяются в случаях крупномасштабных инвестиционных проектов, реализация которых требует значительного времени.

Методы оценки эффективности инвестиций, основанные на дисконтировании:

- 1) метод чистой приведенной стоимости (метод чистой дисконтированной стоимости, метод чистой текущей стоимости);

В случае, когда проект предполагает разовую инвестицию на начальном этапе:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}, \quad (2)$$

где CF_t – денежный поток за t период,

I_t – суммарные и приведенные инвестиционные затраты,
T – горизонт расчета проекта.

Показатель NPV отражает прогнозную оценку изменения экономического потенциала предприятия в случае реализации рассматриваемого проекта, причем оценка делается на момент окончания проекта, но с позиции начала проекта.

2) метод внутренней нормы прибыли;

Значение IRR можно определить по формуле:

$$\text{NPV (IRR)} = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+IRR)^t} = 0, \quad (3)$$

где CF_t – денежный поток t-го периода,
 I_t – инвестиции t-го периода,
T – горизонт расчета.

Смысл расчета этого коэффициента при анализе эффективности планируемых инвестиций заключается в следующем: IRR показывает максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным проектом.

3) дисконтированный срок окупаемости инвестиций;

Значение DPP можно определить по формуле:

$$\text{DPP} = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} \geq I_0, \quad (4)$$

где CF_t – денежный поток в течении n лет,
r – ставка дисконтирования,
 I_0 – исходная величина инвестиционных вложений.

Интерпретация значений DPP заключается в том, что

1 – проект принимается, если окупаемость имеет место;

2 – проект принимается, если срок окупаемости не превышает заранее установленной величины. Здесь целесообразно учитывать окупаемость аналогичных проектов.

4) индекс доходности;

PI рассчитывается по формуле (5):

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{I_0}, \quad (5)$$

где r – ставка дисконтирования в %,

T – горизонт расчета,

CF_t – денежный поток,

I_0 – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

Индекс доходности характеризует уровень доходов на единицу затрат (на рубль затрат), т.е. эффективность вложений. Чем больше значение этого показателя, тем выше отдача каждого рубля, инвестированного в проект. Интерпретация значений PI:

$PI > 1$ – проект прибыльный;

$PI = 1$ – проект ни доходный, ни убыточный.

5) метод аннуитета.

Метод аннуитета – один из способов оценки эффективности вложений. В работе любой компании этот этап – один из наиболее ответственных и важных. От правильности проведения оценки и точности результатов во многом зависят сроки возврата инвестированных средств и скорость развития предприятия в целом. Всесторонний характер изучения и объективность оценок достигается путем применения нескольких основных методик оценки эффективности и проведения глубокого анализа. Метод аннуитета – способ расчета, в котором учитываются главные принципы оценки, такие как:

1) моделирование финансовых потоков, ресурсов и потоков производимого товара в различные периоды реализации;

- 2) точный учет различных факторов реализации инвестиционного проекта (внутренних и внешних). Это достигается за счет сопоставление ожидаемых затрат и результатов инвестиций;
- 3) применение за основу временной ценности финансовых инвестиций, а также необходимой ставки рентабельности на инвестируемые средства.
- б) модифицированная внутренняя норма рентабельности (доходности, прибыльности):

Для расчетов используется формула 6.

$$\text{MIRR} = \sqrt[n]{\frac{\text{FV}_{\text{CF}}}{\text{PV}_I}} - 1, \quad (6)$$

где n – общая продолжительность проекта;
 I_t – инвестиционные затраты;
 CF_t – денежные потоки;
 r – ставка дисконтирования.

Метод оценки эффективности инвестиционного проекта на основе чистой приведенной стоимости позволяет принять управленческое решение о целесообразности реализации проекта исходя из сравнения суммы будущих дисконтированных доходов с издержками, необходимыми для реализации проекта (капитальными вложениями).

Индекс доходности – это отношение суммы дисконтированных доходов к сумме дисконтированных инвестиций. Если индекс доходности больше 1, то проект принимается. При индексе доходности меньше 1 проект отклоняется.

Внутренняя норма доходности – внутренняя характеристика проекта. Финансовый смысл этого показателя состоит в том, что он указывает на наибольшую стоимость капитала, при которой проект остается безубыточным.

Расчет аннуитета чаще всего сводится к вычислению общей суммы затрат на приобретение по современной общей стоимости платежа, которые затем

равномерно распределяются на всю продолжительность инвестиционного проекта.

Для большей точности оценки при анализе инвестиционного проекта могут применяться и другие методики – графический, сравнения, балансовый, дисконтирования, сложных и простых процентов. Кроме этого, широкое распространение получают аналитические приемы исследования, такие как детализация показателей, расчет различных величин проекта (средних, относительных и абсолютных), группировка и сводка данных.

Если проект имеет различный срок действия, то применение ряда методов (внутренней нормы доходности, дисконтированного периода окупаемости и так далее) не будет эффективным [26]. Причина в том, что финансовые потоки при реализации проекта с небольшим периодом реализации часто реинвестируются. В такой ситуации лучший вариант – применение метода аннуитета, позволяющего учесть эти факторы и получить максимально точный результат.

Вопреки всем достоинствам и недостаткам всех рассматриваемых показателей эффективности инвестиций, можно с твердостью сказать то, что они все взаимосвязаны и позволяют оценивать эффективность инвестиций с различных сторон. Поэтому показатели следует рассматривать в комплексе [15].

Выводы по разделу один

В данном разделе были освещены основные понятия бизнес-планирования и бизнес-план как современной формы представления инвестиционного проекта. Его цели и задачи, а также основные функции.

Бизнес-план должен иметь любой бизнес-проект, а составление бизнес-планов является одним из первых и ключевых действий, осуществляемых в процессе выполнения проекта. Нет и не существует стандартной и универсальной формы

бизнес-плана. Таким образом, для достижения успеха необходимо планировать развитие бизнеса.

Была рассмотрена классификация бизнес-проектов по сферам деятельности, по составу и структуре предметной области, по размерам, по продолжительности периода осуществления, по степени всех видов сложности, а также по видам.

Изучены российские и зарубежные аспекты бизнес планирования с выявлением достоинств и недостатков.

Подробно рассматриваются методы для оценки эффективности инвестиционного проекта.

2 РАЗРАБОТКА БИЗНЕС-ПЛАНА И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА ОТКРЫТИЯ ЦВЕТОЧНОГО МАГАЗИНА В УСЛОВИЯХ РИСКА И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

2.1 Маркетинговые исследования цветочного рынка проекта

Цель проекта: открытие цветочного магазина в городе Челябинск, предназначенного для реализации цветов и букетов населению.

Основные преимущества цветочного магазина:

- 1) минимальные первоначальные затраты;
- 2) высокие объемы прибыли в долгосрочной перспективе;
- 3) рентабельность бизнеса 20-30%.

Для реализации проекта арендуется помещение общей площадью до 50 м², расположенное в непосредственной близости от офисов или в торговых центрах.

Потенциальные клиенты – население города в возрасте от 20 до 60 лет со средним доходом. Цветы покупают безусловно все, независимо от пола, профессии и возраста, но важен тот факт, что мужчины гораздо чаще покупают букеты, чем женщины. Это соотношение выглядит как 75% к 25% (рисунок 1).

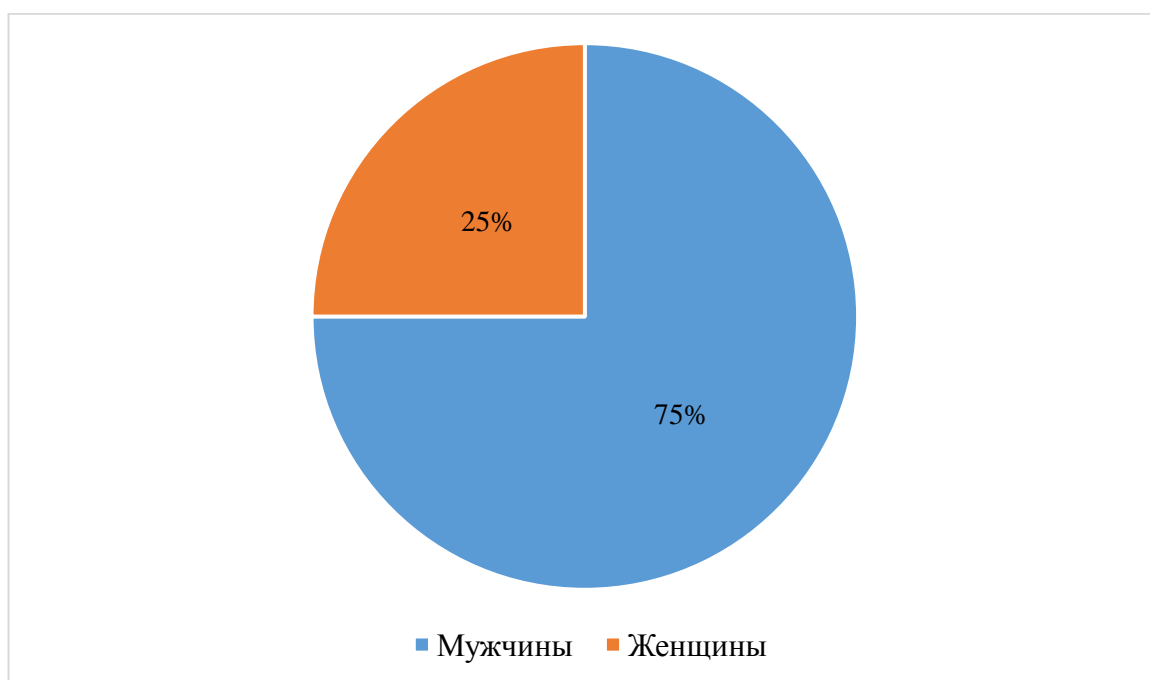


Рисунок 1 – Доля покупателей в общем объеме покупок цветов

Основные услуги, которые будет предоставлять цветочный магазин:

1. Розничная реализация цветов и букетов.
2. Оформление букетов.
3. Флористическое оформление торжеств.
4. Упаковка подарков.
5. Продажа сопутствующих товаров (открытки, мягкие игрушки и т.д.).
6. Создание флористических композиций для декора.

Для начала деятельности и организации цветочного магазина нужны инвестиции в размере 786 776 рублей. Источник инвестиций – это банковский кредит. По критерию процентной ставки и требований к заемщику приемлемым и доступным для нового предприятия вариантом является кредит АО «Альфа-Банк» под 17% годовых.

В таблице 2 представлены ключевые финансовые показатели проекта.

Таблица 2 – Ключевые финансовые показатели проекта

Показатели	Значения
Чистый доход проекта (NV), руб.	683 022,27
Индекс рентабельности проекта (PI)	1,29
Период окупаемости проекта (PP), лет	1,6
Дисконтированный период окупаемости (DPP), лет	2,5
Чистая приведенная стоимость (NPV), руб.	227 525,49

Из анализа результатов, сделанных в таблице 2, можно сделать вывод, что проект является эффективным ($NPV > 0$, $PI > 1$, $NV > 0$, $DPP <$ горизонта планирования).

Россия является крупнейшим потребителем и импортёром цветов. Эксперты включают ее в шестёрку стран-лидеров по импорту срезанных цветов всех видов после США, Германии, Нидерландов, Великобритании, Франции.

Основные поставщики цветочной продукции в России – это Нидерланды, на долю которых приходится более 44% рынка, и страны Южной Америки – Колумбия 13 % и Эквадор 36 %.

По данным Global Research Consulting, физический объем национального рынка в 2015 году составил 1,77 млрд. штук. Последние годы этот показатель остается стабильным, меняясь лишь на 2 – 5%. Эксперты полагают, что, несмотря на снижение рентабельности, продажи цветов в России в среднесрочной перспективе будут расти. Аналитики BusinesStat прогнозируют, что к 2019 году они достигнут 2,16 млрд. штук (+23,1% к 2014 году). Драйверами роста в BusinesStat называют развитие сегмента флористических услуг в стране, а также смену потребительских привычек: если раньше цветы приобретались исключительно по праздникам, то теперь их чаще покупают без привязки к дате, а в знак внимания и расположения.

Как менялись цены на цветы в России



* Прогноз

Источник: BusinesStat

© РБК, 2017

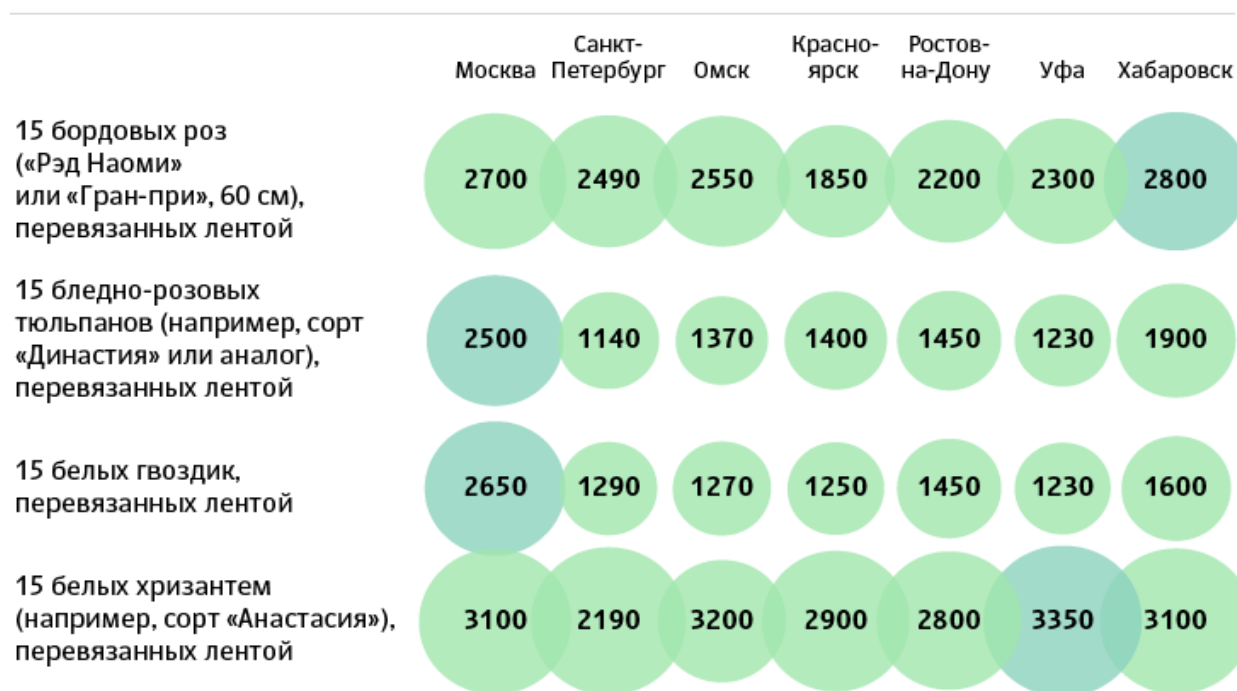
Рисунок 2 – Средняя розничная цена 1 срезанного цветка, руб.

По данным Eventus Consulting, розничная продажа цветов реализуется в основном через небольшие ларьки и цветочные павильоны (65–70%). Тем не менее доля магазинов и салонов постепенно увеличивается, достигая в некоторых регионах 20%. Цветочные бутики становятся популярными в крупных городах России. Популярные форматы розничной торговли в разных регионах отличаются. В Краснодаре основной объем цветов сбывается через цветочный рынок. В Ростове-на-Дону развита уличная торговля в стилизованных под старину павильонах, в Саратове популярны садовые центры, в Москве и

Петербурге успешно работают как обычные, так и интернет-магазины, причем последние становятся всё популярнее [28].

Если говорить о структуре импорта свежесрезанных цветов, то первое место занимает роза – 43%. За ней следуют хризантема и гвоздика с долей 22 и 16% соответственно. Большая часть роз привезена из Эквадора и Кении. Но есть и российские – из Подмосковья, Тульской области и Краснодарского края. Цены на розы начинаются от 25 руб.

Сколько стоят букеты цветов в 2017 году в российских городах, руб.



Источник: интернет-магазин доставки цветов «Обрадовал.ру»

© РБК, 2017

Рисунок 3 – Стоимость букетов цветов в 2017 году в российских городах, руб.

Рынок цветов в России достаточно конкурентен – ни один из игроков не имеет долю более 10%. У крупных игроков годовая выручка превышает 500 млн руб.

Крупнейшими по объему выручки оптовиками, по подсчетам Eventis Consulting, являются екатеринбургская компания «Уралторгсервис» (выручка в 2015 году – 3,2 млрд руб., 7% в общеотраслевой выручке) и «Оазис-Цветок» (2,1 млрд руб., 4,5%). Эти компании имеют одного совладельца – Вусала Велиева

(владеет 100% «Оазис-Цветок» и 50% «Уралторгсервиса»). Другим крупным игроком на оптовом рынке была московская Цветочная торговая компания (выручка – 2,7 млрд руб. в 2015 году), но она была ликвидирована в 2016 году. Среди розничных продавцов крупнейшими являются зарегистрированная в Подмоскovie «АрманПизури» (оборот – 601 млн руб. в 2015 году, 1,4%) и петербургская ГК «Цветоптторг» (сопоставимо) [28].

Объем продаж срезанных цветов в России*

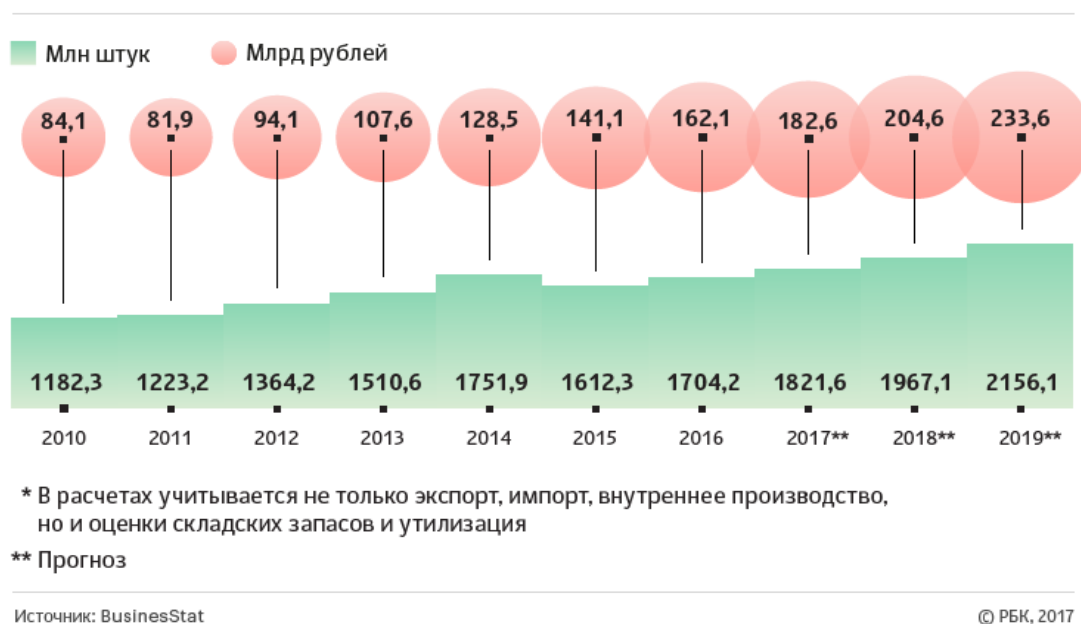


Рисунок 4 – Объем продаж срезанных цветов в России

Маркетинг – это вид деятельности предприятия в рыночных условиях по исследованию емкости рынка, выбора сегмента, на котором предприятие собирается работать, стимулирование сбыта продукции, а также сегментирование рынка по группам потребителей [20, с.33].

Цель планирования маркетинга – это определение позиции на данный момент. Результаты разработки и реализации плана маркетинга предопределяет получение намеченного дохода. План маркетинга также служит основой для всех остальных видов деятельности предприятия [4]. Основной задачей маркетинга является быстрое и гибкое приспособление фирмы к изменению внешней среды. Сегодня в Челябинске и Копейске 476 организаций по продаже цветов. Самые крупные

магазины по реализации цветов в Челябинске на сегодня это Fan fan tulpan, Цветоптторг, Цветочка, Megaflowers, Аленький цветочек.

В качестве одного из основных конкурентов цветочный магазин рассматривает розничную сеть цветочных магазинов и сервис доставки цветов и подарков по всему миру «Megaflowers», основанную еще в 2005 году. Огромным преимуществом сети «Megaflowers» является то, что 24 часа в сутки работает единый колл-центр как на русском, так и на английском языках, также осуществляется доставка цветов по всему миру.

Еще в качестве одного из основных конкурентов магазин рассматривает Уральскую цветочную компанию «Fan Fan Tulpan». Данная компания начала свою работу в 2011 году и за 6 лет смогла завоевать сердца многих жителей. «Fan Fan Tulpan» планирует расширить свою сеть и еще открыть магазины в нескольких городах России в ближайшее время. Одним из главных преимуществ данной компании является очень красочный, яркий и запоминающийся свой веб-сайт с яркой анимацией, что не сможет оставить многих равнодушными. Помимо этого, «Fan Fan Tulpan» может помочь организовать свадьбу в любом стиле в любом цветовом решении, сделать свадебное оформление, арендовать залы.

Еще в качестве конкурента рассматривается компания ООО «ЦВЕТОЧКА». Данная компания была сформирована командой единомышленников, главной целью которых было гарантировать и обеспечить поставки цветов высокого качества без перебоев в Челябинск. Напрямую цветы попадают из Эквадора, Голландии, Кении и Колумбии.

И также сеть цветочных магазинов «Цветоптторг». История компании "Цветоптторг" началась в 1992 году с открытия первого цветочного склада. Компания в тот период называлась «OPLE Design» и занималась импортом цветочной продукции вплоть до 2003г. Компания являлась одним из крупнейших оптовиков в России, только в Санкт-Петербурге у компании было 11 магазинов по продаже оптовой цветочной продукции и горшечных растений. Формат работы магазинов принципиально отличается от формата конкурентов: магазин работает

в формате цветочного супермаркета, это означает, что не нужно ждать пока флорист соберет букет, нужно выбирать понравившийся по качеству и дизайну букет с выставки с уже известной ценой и оплатить в кассе. клиентам "Цветоптторга" доступна услуга покупки цветов крупным и мелким оптом в офисе компании и центре флористики.

2.2 Экономическое и инвестиционное обоснование магазина

В первую очередь необходимо подготовить прогноз продаж. Он определяет предполагаемый ежегодный и ежемесячный (для первого года) объем продаж в натуральном выражении, а также доход от продаж (выручку от реализации продукции) в стоимостном выражении на планируемый период [14, с.182]. Спрогнозировать доход цветочного магазина достаточно сложно. В каждом конкретном случае необходимо тщательно планировать объемы продаж, учитывая ценовой сегмент, регион, конкурентов и так далее. Для прогноза в данном проекте будут использоваться среднерыночные показатели [16, с.137]. На рынке цветов наблюдается ярко выраженная сезонность, то есть продажи в течение года неравномерны.

Наибольший спрос приходится на период праздников: в феврале и марте, затем в мае, сентябре и декабре. По статистике, объем продаж в магазине за месяц составляет 250-300 букетов.

В части плана маркетинга определить базовую цену (исходный ценовой уровень) производимых организацией товаров и услуг, которую она будет обоснованно варьировать при работе с посредниками и покупателями. Средняя цена букетов составит 1600 рублей. При ценообразовании на цветочную продукцию в цветочном магазине в учет брались следующие характеристики: себестоимость услуг; цены конкурентов на аналогичные услуги или услуги заменители; цена, определяемая спросом на данную услугу. Так как розы

являются самым популярным продаваемым товаром, то объем продаж будет соответствовать количеству проданных букетов из 15 роз.

Букет из 15 роз является самым консервативным и элегантным. Цена будет меняться в зависимости от темпов инфляции в 2019 – 4,1 % и 2020 – 3,7 % гг. соответственно.

Таблица 3 – Плановый объем продаж цветочного магазина в 1-ый год работы

Месяц	Цена, руб.	Объем продаж, шт.	Выручка, руб.
«0» месяц	1 600	890	1 424 000
Итого «0» месяц			1 424 000
Январь	1 600	300	480000
Февраль	1 600	470	752000
Март	1 600	560	896000
Апрель	1 600	300	480000
Май	1 600	500	800000
Июнь	1 600	300	480000
Июль	1 600	300	480000
Август	1 600	320	512000
Сентябрь	1 600	500	800000
Октябрь	1 600	340	544000
Ноябрь	1 600	310	496000
Декабрь	1 600	500	800000
Итого выручка за год, руб.			7 520 000

Открытие цветочного магазина планируется в сентябре, что должно принести хорошую выручку магазину. Выручка цветочного магазина за 1 год работы составит 7 520 000 рублей.

Таблица 4 – Плановый объем продаж цветочного магазина во 2-ой год работы

Месяц	Цена, руб.	Объем продаж, шт.	Выручка, руб.
Январь	1 666	400	666 400
Февраль	1 666	530	882 980
Март	1 666	510	849 660
Апрель	1 666	300	499 800
Май	1 666	500	833 000
Июнь	1 666	290	483 140
Июль	1 666	300	499 800
Август	1 666	310	516 460
Сентябрь	1 666	530	882 980
Октябрь	1 666	350	583 100
Ноябрь	1 666	320	533 120
Декабрь	1 666	550	916 300
Итого выручка за год, руб.			8 146

740

Выручка цветочного магазина за 2 год работы составит 8 146 740 рублей.

Таблица 5 – Плановый объем продаж цветочного магазина в 3-ий год работы

Месяц	Цена, руб.	Объем продаж, шт.	Выручка, руб.
Январь	1 728	400	691 200
Февраль	1 728	550	950 400
Март	1 728	520	898 560
Апрель	1 728	390	673 920
Май	1 728	520	898 560
Июнь	1 728	300	518 400
Июль	1 728	300	518 400
Август	1 728	320	552 960
Сентябрь	1 728	550	950 400
Октябрь	1 728	370	639 360
Ноябрь	1 728	300	518 400
Декабрь	1 728	590	1 019 520
Итого выручка за год, руб. 830 080			8

Выручка цветочного магазина за 3 год работы составит 8 830 080 рублей.

Для открытия цветочного магазина необходимо уделить внимание организационно-правовым вопросам. Чтобы избежать различных штрафов нужно владеть нужной информацией и работать по закону. Розничная торговля цветами является не лицензируемой деятельностью, поэтому процесс сбора документов упрощается. Организационно-правовая форма предприятия может быть ИП или ООО. Для цветочного магазина выберем организационно-правовую форму ИП, потому что эта форма регистрации позволяет реализовывать любые формы коммерческой деятельности, нанимать персонал на работу, заключать договора поставки и проводить подрядные работы. Цветочный магазин с упрощенной системой налогообложения. В качестве системы выбрана упрощенная система налогообложения – УСН. Применение УСН индивидуальными предпринимателями предусматривает их освобождения от уплаты НДФЛ и налога на имущество физических лиц [35, с.291]. Уведомление о переходе на УСН может быть подано вместе с пакетом документов на регистрацию, или же отдельно в течение 30 дней. В качестве объекта налогообложения выбраны «доходы минус

расходы», ставка составляет 15%. Налог и авансовые платежи оплачиваются по месту жительства.

Налог платится авансом не позднее 25 календарных дней со дня окончания отчетного периода [35, с.295]. Подается декларация по УСН не позднее 30 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом. За неуплату налога предусмотрен штраф в размере от 20% до 40% суммы неуплаченного налога.

Виды деятельности согласно ОКВЭД-2:

47.76.1 Торговля розничная цветами и другими растениями, семенами и удобрениями в специализированных магазинах. Это основной вид деятельности.

Помещение под цветочный магазин будет арендоваться в центральном районе города Челябинск по проспекту Ленина 74. Так как для клиентов одним из важных факторов при выборе цветочного магазина становится возможность легко и быстро до него добраться. А, как правило, самая большая концентрация людей собственно в центральной части города, соответственно, выбор данного месторасположения наиболее благополучный. Общая площадь составит 33 кв.м., первая линия, отдельный вход и есть парковка. Стоимость аренды будет составлять 30 000 руб. в месяц с учетом коммунальных платежей. Помещение цветочного магазина необходимо будет отремонтировать, соответствующей стилистике магазина. Ремонт помещения и монтажные работы составят 25 000 руб.

Для того чтобы оборудовать торговое место необходимо:

- 1) холодильники для цветов;
- 2) цветочные стойки;
- 3) рабочий стол;
- 4) цветочные колбы различных размеров;
- 5) стеллаж;
- 6) ноутбук, предназначенный для работы, учета товара и ведения бухгалтерской отчетности;
- 7) опрыскиватель;

- 8) лейка с узким носиком;
- 9) секаторы;
- 10) устройство для срезки шипов;
- 11) ножи;
- 12) кассовый аппарат;
- 13) МФУ;
- 14) степлеры.

План персонала. Численность персонала организации зависит от масштаба, управленческих процессов, характера, сложности и так далее [17, с.24].

Кадры или трудовые ресурсы – представляют собой совокупность работников различных профессионально-квалификационных групп, занятых на предприятии и входящих в его списочный состав. Персонал – нанятые работники, которые отвечают за небольшой результат труда на конкретном рабочем месте [19, с.3]. Это очень важный ресурс каждого предприятия, от качества и эффективности использования которого во многом зависят результаты деятельности предприятия и его конкурентоспособность. Для функционирования магазина необходим штат сотрудников.

Штатное расписание:

1. Директор – 1.
2. Продавец/флорист –2.
3. Для выполнения обязанностей курьера будет привлечена наемная служба.

Общее количество персонала – 3 человека.

Требования ко всем кандидатам:

- 1) активная жизненная позиция;
- 2) высокие коммуникативные умения;
- 3) доброжелательность;
- 4) честность;
- 5) дисциплинированность;
- 6) ответственность.

В обязанности продавца-флориста цветочного магазина входит:

- 1) обслуживание клиентов (консультирование, составление букетов, продажа сопутствующих товаров);
- 2) контроль состояния товарного запаса, чистоты в помещении и правильного функционирования оборудования;
- 3) оформление витрины.

В обязанности директора цветочного магазина входит:

- 1) контроль за деятельностью магазина, работа с персоналом;
- 2) документооборот;
- 3) проведение мероприятий способствующих увеличению продаж;
- 4) набор и обучение персонала, выполнение плана;
- 5) закупки цветочной и сопутствующей продукции.

График цветочного магазина представлен в таблице 6.

Таблица 6 – График цветочного магазина.

День недели	Режим работы
Понедельник	8:00-23:00
Вторник	8:00-23:00
Среда	8:00-23:00
Четверг	8:00-23:00
Пятница	8:00-23:00
Суббота	8:00-23:00
Воскресенье	8:00-23:00

Цветочный магазин будет работать 7 дней в неделю с 8:00 до 23:00 без перерыва и выходных.

Продавцы-флористы будут работать по сменному графику 2/2. В будущем, при успешном развитии бизнеса, планируется найм отдельного человека для осуществления доставки. Сейчас магазин будет пользоваться курьерскими услугами для доставки цветов. Средний тариф такой услуги будет составлять 250

рублей. На этапе становления бизнеса пока нет выгоды нанимать отдельного человека для доставки цветов. План по персоналу представлен в таблице 7.

Таблица 7 – План по персоналу

Должность	Количество работников	Оплата труда работника, руб.	Страховые взносы, руб./мес.	ФОТ, руб./мес.
Директор	1	30 000	9 000	39 000
Продавец/флорист	1	20 000	6 000	26 000
Продавец/флорист	1	20 000	6 000	26 000
Итого	3			91 000

Таблица 7 показывает, что общее число персонала будет 3 человека и фонд оплаты труда будет составлять 91 000 рублей в месяц.

Поставку цветов в Россию реализовывают более 100 зарубежных компаний. Среди таких компаний выделяются около 15 наиболее крупных поставщиков – это в первую очередь «Грин Лайн» и «Амадей». На долю данных компаний приходится до 70% продаж. Множество российских предприятий, которые занимаются выращиванием и поставкой цветов, расположены на юге, но также есть и "жемчужины" в средней полосе и в Сибири. Многие из них были созданы на базе бывших тепличных комплексов. Такие предприятия предоставляют множество услуг, например, такие как озеленение, оформление клумб, выращивание цветов под срез, горшечные культуры и цветочная рассада, зелень для оформления букетов и саженцы. Некоторые выбирают работу на перспективу, то есть они занимаются селекцией, сортоизучением и испытанием сортов.

Критерии, по которым будет выбираться поставщик в зависимости от факторов:

- 1) месторасположение (в каком городе, районе находится магазин);
- 2) один магазин или сеть;
- 3) объем продаваемой продукции;
- 4) какие именно цветы продаются больше всего в магазине.

Фактор 1. Самые крупные поставщики цветов и цветочной продукции – это крупные оптовые фирмы, которые ввозят продукцию из-за рубежа, а также сотрудничают с Российскими производителями цветов. В таких оптовых фирмах,

можно приобрести не только свежесрезанные цветы, но и горшечные растения, грунты, удобрения, упаковочный и прочий флористический материал. При выборе поставщика необходимо оценивать его работу по нескольким факторам:

1. Частота поставок цветов.
2. Цена.
3. Качество и свежесть продукции.
4. Ассортимент продукции.
5. Лояльность к клиентам.
6. Личные отношения с персоналом.

Фактор 2 и Фактор 3. Объем продаваемой продукции будет достаточно большим, и можно разделить заказ на несколько поставщиков. В этом варианте есть как положительные, так и отрицательные стороны. Распределяя заказ между несколькими поставщиками цветочной продукции, можно застраховаться от полного невыполнения заказа. К недостаткам можно отнести потерю времени [23].

Фактор 4. Конечно же, есть общепринятые понятия, что больше всего в магазинах продается роза, это, подтвердит любой владелец цветочного магазина. Далее поставщики будут выбираться на основании опыта и статистики магазина.

Проанализировав эти факторы, выбираем несколько поставщиков:

1. Ural Flowers. Компания "Ural Flowers" специализируется на розничной и оптовой продаже цветов, комнатных растений в горшках, товаров для флористики, дачных и садовых товаров, а также всех сопутствующих товаров: горшков, удобрений, грунтов и многого другого. Вся продукция заказывается у ведущих поставщиков, таких как Эквадор, Голландия, Италия, Израиль и Колумбия. Поставки осуществляются 2 раза в неделю. Можно купить цветы мелким оптом и крупным.

2. Планета цветов. Компания предлагает взаимовыгодное сотрудничество в цветочном бизнесе и готова по заказу доставить цветы и комнатные растения прямо с аукциона, проходящего на двух голландских городах Aalsmeer и

Naaldwijk в город Челябинск. Любой интересующий товар можно заказать и через неделю, максимум через две (оговаривается дополнительно), получить свой заказ. Развитая партнерская сеть дает возможность получать цветы высшего качества по приемлемым ценам. Доставку цветов и растений до торговых точек в городе Челябинске, области, а также в других регионах России компания осуществляет на специализированном автотранспорте с холодильными установками.

3. Нефритовый сад. Компания "Нефритовый сад" была создана в 2006-м году и за этот короткий промежуток времени успела стать одной из крупнейших в сфере оптовых продаж упаковочной и флористической продукции. Компания представляет товары лучших производителей Германии, Польши, Дании, Кореи, Филиппин, Китая и России. Квалифицированные менеджеры окажут помощь в составлении заказа, обработают и в кратчайшие сроки организуют доставку в любой регион России. На сайте можно посмотреть и при желании приобрести флористические товары оптом, в частности, синтетическую и натуральную сетки, подарочные пакеты, каркасы для букетов, плетеные корзины, флористическую ленту оптом, искусственные цветы и фрукты, инструменты для флористов, сухоцветы, упаковку для цветов оптом, полипропилен, а также полный ассортимент продукции Oasis и Victoria (флористическая пена, микрофоны, и прочие аксессуары).

4. Starlight Cash & Carry. Компания «Starlight Cash & Carry» основана в 1997 году, и на сегодняшний день является крупнейшим поставщиком живых цветов на российском рынке. В ассортименте продукции можно встретить 1500 наименований свежесрезанных растений и 1 200 – горшечных. Кроме того, осуществляется доставку цветов не только по Москве, но и по всем регионам России – в течение 2-3 дней можно получить товар по указанному адресу. Поскольку компания работает напрямую с крупнейшими аукционами, компания обеспечивает гибкие ценовые условия для конечных потребителей. То есть, на сайте можно не только заказать высококлассные цветы оптом, но и приобрести их дешево, по закупочным ценам.

Независимо от того, в каком регионе России вы проживаете, вы можете рассчитывать на быструю доставку, лояльную ценовую политику и безупречное качество флористических материалов.

Для начала деятельности цветочного магазина необходимо рассчитать сумму инвестиций. Помимо затрат на регистрацию ИП и основного средства и оборудования, которое участвует в реализации ключевого направления экономической деятельности, инвестиционными основными затратами являются затраты, связанные с покупкой мебели, организационной техники, созданием сайта и приобретением специализированных программных обеспечений. Также до начала работы цветочного магазина необходимо произвести ремонт помещения, чтобы соответствовать стилистике магазина.

Для привлечения потенциальных клиентов и формирования потребительского мнения, а также вступления на рынок будет использоваться реклама. От этого зависит успех магазина. В современном бизнесе реклама является одним из мощных орудий для привлечения внимания потребителей.

Реклама будет распространяться в сети Интернет и будет обходиться в 10 000 рублей в месяц. На печать рекламных листовок 1 000 штук будет потрачено 1 000 рублей. Наружная реклама предполагает размещение рекламы на щите и это будет стоить 30 000 рублей в месяц. Затраты на рекламу будут составлять 41 000 рублей и будут включены в текущие расходы цветочного магазина. Затраты на рекламу в 1 месяц работы представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Затраты на рекламу в 1 месяц работы магазина

Способы размещения рекламы	Стоимость, руб.
Сеть Интернет	10 000
Наружная реклама	30 000
Рекламные листовки	1 000
Итого:	41 000

Затраты на рекламу в сети Интернет, наружная реклама и рекламные листовки составят 41 000 рублей в месяц.

Число постоянных Интернет пользователей 2009 г. превысило 40 млн. жителей, что составило 36% взрослого населения страны. Суточная норма составила 24 млн. человек.

Информация по плану маркетинга представлена в таблице 9.

Таблица 9 – Форма представления плана маркетинга

Требуемые качества товара	Чтобы успешно конкурировать необходимо поддерживать стандарты.
Цены	Цены на товары должна быть приемлемы для покупателей, чтобы они не ушли к конкурентам. При ценообразовании на цветочную продукцию в цветочном магазине в учет брались следующие характеристики: себестоимость услуг; цены конкурентов на аналогичные услуги или услуги заменители; цена, определяемая спросом на данную услугу.
Каналы сбыта	Основными каналами выпускаемой продукции являются: Магазин → Розничная торговля → Потребитель. Предприятие изготовитель → Магазин → Потребитель.
Продвижение и реклама	Одним из основных способов продвижения товара на рынок является реклама. Для привлечения потенциальных клиентов и формирования потребительского мнения, а также вступления на рынок будет использоваться реклама в сети Интернет, наружная реклама, а также рекламные листовки.

Для начала деятельности предприятию также необходимы оборотные средства: срезанные цветы, зелень, упаковочные материалы, вазы и др. Инвестиционные основные затраты для открытия цветочного магазина представлены в таблице 10.

Таблица 10 – Инвестиционные основные затраты для открытия цветочного магазина

Наименование	Количество, шт.	Цена, руб.	Сумма, руб.
1.Регистрация ИП:	3	-	3 800
Государственная пошлина за регистрацию ИП	1	800	800
Открытие расчетного счета	1	2 000	2 000
Изготовление печати	1	1 000	1 000
2. Мебель и ЭВТ:	14	-	79 300
Кассовый аппарат	1	14 000	14 000
Ноутбук	1	20 000	20 000
МФУ	1	2 600	2 600
Телефон	1	1 700	1 700
Цветочные стойки	3	3 300	9 900
Рабочий стол	1	8 000	8 000
Стеллажи	3	7 000	21 000

Стул	3	700	2 100
3.Создание сайта	1	25 000	25 000
4.Ремонтные работы	1	25 000	25 000
5.Оборудование:	57	-	136 676
Холодильник для цветов	1	97 400	97 400
Опрыскиватель	3	65	195
Сплит-система	1	30 000	30 000
Секатор	2	80	160
Нож	2	143	286

Окончание таблицы 10

Наименование	Количество, шт.	Цена, руб.	Сумма, руб.
Лейка	2	150	300
Устройство для срезки шипов	1	400	400
Цветочные колбы	30	165	4 950
Вазоны	15	199	2 985
6.Упаковочный материал, средства декорирования, инструменты (ножницы, степлер, оберточная бумага, губка и т.д.)	1	40 000	40 000
7.Аренда	1	1	30 000
8.ФОТ	1	1	91 000
9.Реклама	1	1	41 000
10.Срезанные цветы	-	-	315 000
Итого:			786 776

Объем инвестиций в открытие цветочного магазина, планируемое за счет заемных средств составляет 786 776 рублей.

Для поддержания и развития бизнеса непрерывно требуются средства, чтобы профинансировать расходы на зарплату, материалы, товары, другие прямые и накладные расходы [12, с.41]. Доходы от грамотно ведущегося бизнеса, как правило, превышают расходы, но основная проблема финансирования любого предприятия заключается, как известно, в запаздывании доходов относительно расходов.

Расходы необходимо произвести сейчас, а доходы, ради извлечения которых эти расходы производятся, будут получены только в будущем, часто весьма отдаленном. Это обуславливает необходимость планирования предприятия в финансовых ресурсах. Соотнесение доходов и расходов дает возможность прогнозировать прибыль, которая является показателем эффективной работы предприятия. План расходов цветочного магазина представлен в таблице 11.

Таблица 11 – План расходов цветочного магазина

Наименование статьи расходов	Первый год работы, руб.	Второй год работы, руб.	Третий год работы, руб.
Арендная плата	360 000	360 000	360 000
Заработная плата	840 000	840 000	840 000
Отчисления с заработной платы	252 000	252 000	252 000

Окончание таблицы 11

Наименование статьи расходов	Первый год работы, руб.	Второй год работы, руб.	Третий год работы, руб.
Амортизация	28 406,67	28 406,67	28 406,67
Реклама	492 000	492 000	492 000
Прочие расходы	720 000	900 000	960 000
Проценты по кредиту	33 6608,52	33 6608,52	33 6608,52
Сотовая связь и интернет	10 200	10 200	10 200
Срезанные цветы	4 230 000	4 401 000	4 599 000
Итого:	7 269 215,19	7 620 215,19	7 878 215,19

Таблица 11 показывает, что в первый год работы магазина будет произведено расходов на 7 269 215 рублей 19 коп., во второй год работы 7 620 215 рублей 19 коп., а в третий год работы цветочного магазина расходов будет 7 878 215 рублей 19 коп.

Амортизационные отчисления – отчисления части стоимости основных фондов для возмещения их износа.

В налоговом учете применяются два метода начисления амортизации: линейный и нелинейный (пункт 1 статьи 259 НК РФ) [3].

При применении одного из этих методов сумма амортизации определяется для целей налогообложения ежемесячно, в соответствии с нормой амортизации, исходя из срока полезного использования объекта. Причем амортизация начисляется отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества. Компания (налогоплательщик) может самостоятельно выбрать метод амортизации, если иное не установлено законодательством в отношении определённых объектов. Обязательным условием является применение

выбранного метода амортизации к группе однородных объектов в течение всего срока полезного использования. В налоговом учете применяются два метода начисления амортизации: линейный и нелинейный (пункт 1 статьи 259 НК РФ) [3].

При применении одного из этих методов сумма амортизации определяется для целей налогообложения ежемесячно, в соответствии с нормой амортизации, исходя из срока полезного использования объекта [25, с.273]. Причем амортизация начисляется отдельно по каждому объекту амортизируемого имущества. Компания (налогоплательщик) может самостоятельно выбрать метод амортизации, если иное не установлено законодательством в отношении определённых объектов. Обязательным условием является применение выбранного метода амортизации к группе однородных объектов в течение всего срока полезного использования.

Цветочный магазин будет пользоваться линейным методом начисления амортизации.

При линейном методе сумма амортизации в отношении объекта амортизируемого имущества определяется исходя из первоначальной стоимости или текущей (восстановительной) стоимости (в случае проведения переоценки) объекта основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования данного объекта.

При применении линейного метода, норма амортизации по каждому объекту амортизируемого имущества определяется по формуле (1):

$$K = 1/n \times 100\% , \quad (1)$$

где K – норма амортизации в процентах к первоначальной (восстановительной)

стоимости объекта амортизируемого имущества;

n – срок полезного использования данного объекта амортизируемого имущества, выраженный в месяцах.

Расчет суммы амортизационных отчислений представлен в таблице 12.

Таблица 12 – Расчет суммы амортизационных отчислений

Наименование	Первоначальная стоимость, руб.	Срок полезного использования, лет	Сумма амортизации за месяц, руб.	Сумма амортизации за год, руб.
Ноутбук	20 000	3	555,556	6 666,67
Холодильник	97 400	10	811,667	9 740
Кассовый аппарат	14 000	7	166,667	2 000
Сплит-система	30 000	3	833,333	10 000

Ежегодно в амортизационный фонд будет отправляться 28 406 рублей 7 коп.

Таблица 13 – Закупка срезанных цветов

Год работы	Первый год работы	Второй год работы	Третий год работы
Объем продаж, букеты	4 700	4 890	5 110
Количество роз, шт.	70 500	73 350	76 650
Цена розы, руб.	60	60	60
Итого стоимость, руб.	4 230 000	4 401 000	4 599 000

Таблица 13 показывает, что в первый год работы цветочного магазина необходимо закупить 70 500 штук роз, во второй год работы цветочного необходимо 73 350 штук роз, а в третий год работы цветочного магазина нужно закупить 76 650 штук роз.

2.3 Финансовый план и оценка экономической эффективности инвестиционного бизнес-проекта

Для выбора банка был сделан анализ предложений разных кредитных учреждений. Результаты исследования по банковским предложениям представлены в таблице 14.

Таблица 14 – Сравнение условий кредитов, предоставляемых различными банками

№	Банк	Название кредита	Процентная ставка	Сумма кредита, руб.	Срок кредита	Требования к заемщику
1	Сбербанк	«Бизнес-	От 11 %	500000 –	1 мес. –	срок ведения

	России	контракт»		600000000	3 года	хоз. деятельности не менее 3-х месяцев
2	Банк Уралсиб	«На старт бизнеса для женщин»	14 - 16 %	500000 – 1500000	6 мес. – 3 года	Заемщики члены Комитета ОПОРА России.
3	ВТБ	Инвестиционный	От 10,9 %	До 150000000	До 10 лет	ЮЛ, ИП
4	Альфа - Банк	Партнер	16 – 18 %	300000 - 6000000	1 – 3 года	ЮЛ, ИП, ИП: возраст 22-60 лет

Из таблицы 14 можно сделать вывод, что подходит кредит банка ВТБ «Инвестиционный» и Альфа-Банк «Партнер». Но так как банк ВТБ требует материальное обеспечение в виде: залога 3-их лиц, недвижимости, оборудования, поручительства фондов содействия кредитованию малого бизнеса, товаров в обороте или транспортных средств, то кредит предполагается взять в АО «Альфа-Банк» по ставке 17 % годовых со сроком на 3 года с уплатой аннуитетных платежей, равных по сумме платежей по кредиту, который включает в себя сумму начисленных процентов за кредит и сумму основного долга. Величина аннуитетного платежа определяется по формуле (2) и (3):

$$A=K \times S, \quad (2)$$

где A – ежемесячный аннуитетный платеж,
 K – коэффициент аннуитета,
 S – сумма кредита.

$$K = \frac{i \cdot (1+i)^n}{(1+i)^n - 1}, \quad (3)$$

где K – коэффициент аннуитета,
 i – месячная процентная ставка по кредиту,
 n – количество периодов, в течение которых выплачивается кредит.

Большинство российских банков применяют в расчетах аннуитетную схему погашения кредита.

Финансовый план – это один из ключевых разделов бизнес-плана. Он сводит воедино различную информацию из предыдущих разделов бизнес-плана, представляет ее в стоимостной форме, показывает, будет ли прибыльной деятельность по реализации проекта в результате осуществления выбранной стратегии. Цель финансового планирования дать ясное видение полной картины ожидаемых финансовых результатов деятельности предприятия по реализации проекта. В финансовом разделе необходимо отразить следующие основные моменты:

- 1 – прибыль;
- 2 – денежный поток.

Финансовый раздел бизнес-плана включает в себя разработку трех основных финансовых документов, создающих основу для финансового анализа, планирования, мониторинга и контроля.

1. План прибылей и убытков. Показывает доходы, расходы и финансовые результаты деятельности предприятия за определенный период.
2. План денежных потоков. Показывает потоки денежных средств предприятия от операционной, инвестиционной и финансовой деятельности предприятия за период.
3. Баланс. Характеризует финансовое положение предприятия на определенную дату. Составляется укрупненно в виде прогнозного баланса на первый год.

План прибылей и убытков. Для большинства предприятий основными источниками доходов являются продажи продуктов (услуг). Поэтому составление этого формата документа начинают с получения из плана сбыта данных о планируемых продажах (по месяцам).

Таблица 15 – План прибылей и убытков цветочного магазина

Наименование показателя	Первый год	Второй год	Третий год
-------------------------	------------	------------	------------

	работы	работы	работы
Доходы, руб.	7 520 000	8 146 740	8 830 080
Расходы, руб.	7 269 215,19	7 620 215,19	7 878 215,19
Прибыль до налогообложения, руб.	250 784,81	526 524,81	951 864,81
Налоговая ставка, %	15	15	15
Сумма налога на прибыль, руб.	37 617,72	78 978,72	142 779,72
Чистая прибыль, руб.	213 167,09	447 546,09	809 085,09

Его основная задача заключается в демонстрации соотношения доходов и расходов от хозяйственной деятельности предприятия за период. Благодаря данному документу появляется возможность оценки рентабельности осуществляемой деятельности и платежеспособности компании, также план прибылей и убытков позволяет произвести анализ безубыточности бизнеса.

Соотношение расходов и доходов по годам проекта представлено на рисунке 5.

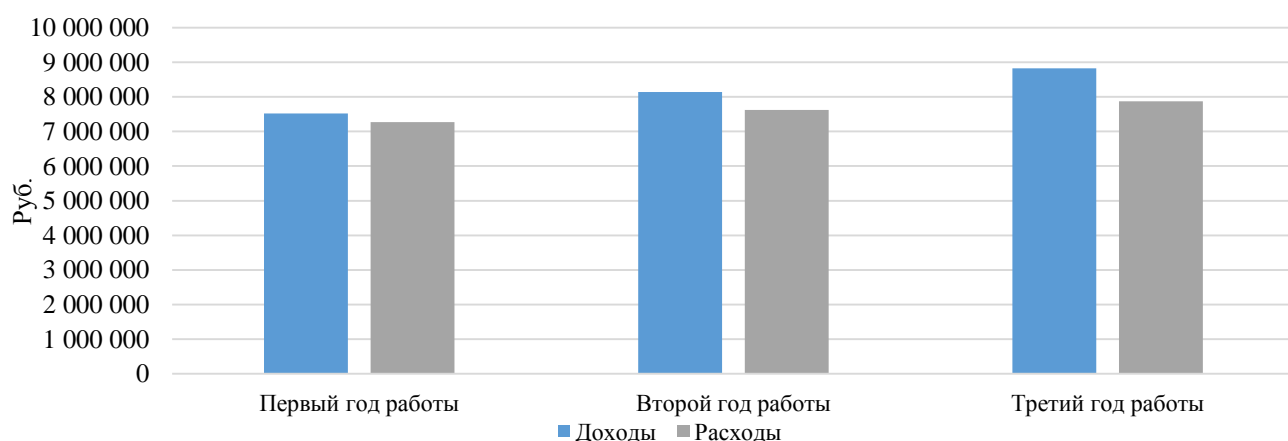


Рисунок 5 – Соотношение расходов и доходов

По итогам таблицы была определена ожидаемая чистая прибыль цветочного магазина за первый год 141 767 рублей 09 коп., за второй год 304 304 рублей 09 коп., а за третий год работы составит 597 945 рублей 09 коп.

Таблица 16 – Отчет о движении денежных средств

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год
Остаток денежных средств на начало периода, руб.	0	2 322 573,76	5 059 526

Поступления денежных средств от оказания услуг, руб.	7 520 000	8 146 740	8 830 080
Выплаты денежных средств на рекламу, руб.	492 000	492 000	492 000
Выплаты денежных средств на обслуживание сайта, руб.	10 200	10 200	10 200
Выплаты заработной платы, руб.	70 000	70 000	70 000
Отчисление в ВБФ, руб.	21 000	21 000	21 000
Закупка цветов, руб.	4 230 000	4 401 000	4 599 000
Погашение кредита, руб.	336 608,52	336 608,52	336 608,52
Выплаты налога на прибыль, руб.	37 617,72	78 978,72	142 779,72
Остаток денежных средств на конец периода, руб.	2 322 573,76	5 059 526,52	8 218 018,27

Таблица 16 показывает предполагаемую динамику поступления и расходования денежных средств, что позволяет прогнозировать платежеспособность предприятия [33, с.122].

Экономическая оценка инвестиционных проектов занимает основное место в процессе обоснования и выбора вероятных вариантов вложения средств в операции с реальными активами. При всех прочих благоприятных характеристиках проекта он никогда не будет принят к реализации если:

1 – возмещение вложенных средств за счет доходов от реализации товаров и услуг;

2 – получение прибыли, обеспечивающей рентабельность инвестиций не ниже желательного для предприятия уровня;

3 – окупаемости инвестиций в пределах срока, приемлемого для предприятия [21, с. 213].

Основные показатели качества проекта должны легко восприниматься. Поэтому их число должно быть небольшим. Если их количество чрезмерно велико, то инвестор не сможет быстро воспринимать данные показатели и качественно проработать. Показатели, которые используются при анализе проектов, относятся: ставку дисконтирования, доходность к погашению инвестиций, чистый дисконтированный доход, рентабельность или индекс прибыльности, период окупаемости внутреннюю норму доходности [22, с. 285].

Две группы методов используются для оценки эффективности инвестиционного проекта [29, с. 302].

1. Статистические методы, которые не учитывают фактор времени.
2. Динамические методы, которые учитывают фактор времени.

Наиболее распространены следующие показатели эффективности капитальных вложений:

- 1) Срок окупаемости инвестиций (PP);
- 2) Норма прибыли (ARR);
- 3) Чистая современная стоимость инвестиционного проекта (NPV);
- 4) Внутренняя норма рентабельности (доходности, прибыльности) (IRR);
- 5) Модифицированная внутренняя норма рентабельности (доходности, прибыльности) (MIRR);
- 6) Индекс рентабельности проекта (PI);
- 7) Дисконтированный срок окупаемости (DPP);
- 8) Чистая терминальная стоимость (NTV).

Рассчитаем эти показатели для проекта.

Для упрощения расчетов показателей эффективности оценки эффективности сведем все необходимые исходные данные в таблицу 17.

Таблица 17 – Исходные данные для расчета показателей экономической эффективности простыми методами

Наименование показателя	Период			
	0	1	2	3
Чистый денежный поток, руб.	0	213 167,09	447 546,09	809 085,09
Суммарные инвестиции, руб.	786 776	0	0	0

1. Чистый доход

Характеризует эффективность инвестиций в абсолютных значениях и рассчитывается по формуле (4):

$$NV = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (4)$$

где CF_t – денежный поток t-го периода;

I_t – инвестиции t-го периода;

T – горизонт расчета.

$$NV = (213\,167,09 + 447\,546,09 + 809\,085,09) - 786\,776 = 683\,022,27 \text{ (руб.)}$$

Недостатком этого показателя является то, что он не учитывает стоимости денег во времени. Часто, текущая стоимость применяется для прогноза изменения платежеспособности и ликвидности, получающегося в результате исполнения инвестиционного проекта.

Текущая стоимость равна 683 022 рублей 27 коп.

Вывод: $NV > 0$, значит проект является приемлемым.

2. Срок окупаемости инвестиций (PP). Под сроком окупаемости инвестиций понимается число базисных периодов, за которое произойдет возмещение сделанных инвестиционных расходов без учета фактора времени [9, с.64].

Данный показатель характеризует время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока, генерируемого инвестиционным проектом, и рассчитывается по формуле (5):

$$PP = \frac{I}{\overline{Pr}}, \quad (5)$$

где I – инвестиции,

\overline{Pr} – среднегодовая прибыль.

$$PP = \frac{786\,776}{(213\,167,09 + 447\,546,09 + 809\,085,09)/3} = 1,6 \text{ (лет)}$$

Срок окупаемости проекта составляет 1,6 лет. Критерием приемлемости проекта является меньший срок окупаемости, то есть $PP < T$, значит проект является приемлемым. Достоинство метода заключается в его простоте, а недостаток заключается в том, что не учитывается денежный поток после истечения срока окупаемости проекта.

Вывод: $1,6 < 3$ (года) значит проект является приемлемым.

3. Норма прибыли (ARR). Этот показатель характеризует среднюю величину прибыльности проекта и рассчитывается по формуле (6):

$$ARR = \frac{\overline{Pr}}{I} \times 100\% , \quad (6)$$

где \overline{Pr} – среднегодовая прибыль,
I – инвестиции.

$$ARR = \frac{(213\,167,09 + 447\,546,09 + 809\,085,09)/3}{786\,776} \times 100\% = 62,27\%$$

Норма прибыли проекта составляет 62,27%. Значение показателя свидетельствует о том, что каждый вложенный в бизнес рубль инвестиций сможет принести предпринимателю 0,63 рубля чистого дохода.

4. Чистый дисконтированный доход (NPV). Методика определения NPV заключается в суммировании дисконтированных сальдо потоков реальных денег в течение расчетного периода времени. При единовременных инвестициях для оценки чистого дисконтированного дохода производится сопоставление величины исходной инвестиции с общей суммой дисконтированных чистых денежных поступлений в течение прогнозируемого срока. Так как приток денежных средств осуществляется в разные моменты времени, то в соответствии с этим он дисконтируется с помощью коэффициента r [27, с.78].

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t} , \quad (7)$$

где CF_t – денежный поток за t период,
 I_t – суммарные и приведенные инвестиционные затраты,
T – горизонт расчета проекта.

Ставка дисконтирования – это та норма доходности (в %), которую необходимо получить инвестору на вложенный капитал. То есть проект является привлекательным для инвестора, если его норма доходности превышает ставку дисконтирования для любого другого способа вложения капитала с аналогичным риском. Норма дисконта является экзогенно задаваемым основным экономическим нормативом, используемым при оценке эффективности проекта. Для определения ставки дисконтирования используются следующие подходы:

1. Ставка дисконтирования учитывает уровень инфляции и риск (полная и сокращенная формулы Фишера).

Сокращенная формула Фишера (8):

$$r \approx r_m + j + R, \quad (8)$$

где r_m – минимальная реальная доходность,
 j – уровень инфляции,
 R – рисковая премия.

При определении минимальной реальной доходности за основу можно взять:

- 1) ставку рефинансирования;
- 2) среднюю ставку по депозитам Сбербанка РФ;
- 3) ставку доходности государственных ценных бумаг.

Существует несколько подходов для определения рисковой премии:

1 – методика, изложенная в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов бюджета развития Российской Федерации»;

2 – методика компании «Альт-Инвест».

Полная формула Фишера (9):

$$(1+E) = (1+r_m) \times (1+j) \times (1+r), \quad (9)$$

где r_m – минимальная реальная доходность;
 j – уровень инфляции;
 r – рисковая премия.

2. Ставка дисконтирования выбирается равной средневзвешенной стоимости капитала.

Средневзвешенная стоимость капитала рассчитывается по формуле (10):

$$WACC = W1 \times Re + W2 \times Rd \times (1 - h), \quad (10)$$

где $W1$ – доля собственного капитала в капитале компании;
 $W2$ – доля долгосрочной задолженности в капитале компании;
 Re – ставка дохода на собственный капитал;
 Rd – стоимость заемного капитала (стоимость долга);
 h – эффективная ставка налога на прибыль.

3. Ставка дисконтирования базируется на норме прибыли.

В качестве ставки дисконтирования может быть использована рентабельность собственного капитала, средняя рентабельность по отрасли и так далее.

4. Ставка дисконтирования принимается равной ставке привлечения кредитных ресурсов, доступных рассматриваемому предприятию.

Ставку дисконтирования определяем, как стоимость привлеченных ресурсов. Так как проект полностью финансируется за счет кредитных средств, то она будет равна 17% соответственно.

Инвестиционные затраты осуществляются одновременно в начале инвестиционного проекта, поэтому их не нужно приводить к настоящей стоимости.

Подставляем данные в формулу (5), и посчитаем денежные потоки в виде текущих стоимостей и получим чистый дисконтированный доход проекта:

$$CF_1 = \frac{213\,167,09}{(1+0.17)^1} = 182\,194,0952$$

$$CF_2 = \frac{447\,546,09}{(1+0.17)^2} = 326\,938,4844$$

$$CF_3 = \frac{809\,085,09}{(1+0.17)^3} = 505\,168,9087$$

$$NPV = (182\,194,0952 + 326\,938,4844 + 505\,168,9087) - 786\,776 = 227\,525,49$$

(руб.)

Вывод: $NPV > 0$, значит проект прибыльный.

5. Внутренняя норма рентабельности (IRR). Процентная ставка, при которой чистый дисконтируемый доход равен 0. Величина IRR рассчитывается методом подбора, и она равна ставке дисконтирования, при которой показатель NPV равен нулю. При этой ставке сумма всех дисконтированных доходов равна инвестиции и определяется по формуле (11):

$$NPV (IRR) = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+IRR)^t} = 0, \quad (11)$$

где CF_t – денежный поток t-го периода,

I_t – инвестиции t-го периода,

T – горизонт расчета.

Это уравнение решается относительно IRR каким-либо итерационным методом.

При $NPV = 0$ современная стоимость проекта (PV) равна по абсолютной величине первоначальным инвестициям I_t , следовательно, они окупаются. Чем выше величина IRR, тем больше эффективность инвестиций. IRR сравнивается на практике с заданной нормой дисконта r . При этом если $IRR > r$, то проект обеспечивает положительную норму NPV и доходность. Если $IRR < r$, то затраты превышают доходы, и проект будет считаться убыточным. Смысл расчета коэффициента при рассмотрении эффективности планируемых инвестиций заключается в следующем, внутренняя норма рентабельности представляет максимально допустимый уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с проектом.

Общее правило IRR: если $IRR > r$, то проект принимается, а если нет, то его следует отклонить.

Для определения внутренней нормы доходности является функция ВСД в компьютерной программе Excel, которая возвращает внутреннюю ставку доходности для ряда потоков денежных средств, представленных численными значениями. Функция использует следующие аргументы:

- 1) платежи – значения элементов денежного потока;
- 2) ставка – норма дисконта (процентная ставка);
- 3) прогноз – норма приведения (необязательный аргумент).

Для корректной работы этих функций денежный поток должен иметь хотя бы одну выплату и одно поступление средств.

Функция ВСД осуществляет расчет IRR по формуле (11) для денежного потока, заданного аргументом денежный поток. Таким образом, через функцию ВСД в программе Excel находим внутреннюю норму доходности равной 31%. Внутренняя норма доходности, при которой инвестиционные расходы будут возмещены полностью, равна 31%, а ставка дисконтирования равна 17%, так как $r < IRR$, значит, проект считается эффективным. Так как проект полностью финансируется за счет кредита коммерческого банка, то IRR показывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки. При этом эффективность данной операции составит: $31\% - 17\% = 14\%$.

6. Дисконтируемый срок окупаемости (DPP). Представляет собой число периодов, в течение которых будут возмещены вложенные инвестиции. В зависимости от поставленной цели возможно вычисление дисконтированного срока окупаемости с различной точностью. Этот коэффициент устраняет недостаток статического метода срока окупаемости инвестиций и учитывает стоимость денег во времени. Данные для расчета дисконтированного срока окупаемости (DPP) представлены в таблице 18.

Таблица 18 – Данные для расчета дисконтированного срока окупаемости

Период расчета	ИП (первоначальные инвестиции)	ДП (денежный поток)	ДП нарастающим итогом	ДДП (дисконтированный денежный поток)	ДДП нарастающим итогом (определяем DPP)
----------------	--------------------------------	---------------------	-----------------------	---------------------------------------	---

0	786 776	-786 776	0	-786776	-786776
1	-	213 167,09	213 167,09	182 194,10	-604 581,90
2	-	447 546,09	660 713,18	326 938,48	-277 643,42
3	-	809 085,09	1 469 798,27	505 168,91	227 525,49

Расчет показал, что дисконтированный срок окупаемости проекта находится в промежутке между 2 и 3 годами.

DPP = год, в котором накопленный ДП еще отрицательная величина + последний отрицательный накопленный ДП / ДП года следующего за годом, в котором накопленный ЧТД еще отрицательная величина.

$$DPP = 2 + \frac{277\,643,42}{505\,168,91} = 2,5 \text{ года}$$

В случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается, значит $DPP > PP$. Проект приемлемый по PP, может быть неприемлемым по DPP. К достоинствам метода можно отнести простоту интерпретации, а к недостаткам пренебрежение денежных потоков после периода окупаемости.

Дисконтированный срок окупаемости инвестиций равен 2,5 года.

Таким образом, DPP меньше горизонта планирования, а значит проект приемлем к реализации.

7. Индекс рентабельности проекта (PI). Индекс доходности, характеризует доход на единицу инвестиционных затрат и рассчитывается как отношение дисконтированных доходов по проекту к дисконтированной стоимости инвестиций. PI рассчитывается по формуле (12):

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{I_0}, \quad (12)$$

где r – ставка дисконтирования в %,

T – горизонт расчета,

CF_t – денежный поток,

I_0 – первоначальный затраченный инвестиционный капитал.

$$PI = \frac{182\,194,10 + 326\,938,48 + 505\,168,91}{786\,776} = 1,29$$

Критерий индекс рентабельности проекта (PI) характеризует эффективность вложений. $PI > 1$, что значит целесообразность инвестиционных вложений.

Подставив данные в формулу (12), получается $PI = 1,29$, значит, инвестиционный проект принимается для дальнейшего инвестиционного анализа.

8. Модифицированная внутренняя норма рентабельности (доходности, прибыльности) (MIRR). Данный показатель отражает внутреннюю норму доходности, скорректированную с учетом нормы реинвестиции (уровень реинвестиций составляет средняя ставка по депозитам Сбербанка РФ – 7,35 %) и рассчитывается по формуле (13):

$$MIRR = \left(\frac{\sum_{T=0}^T R(1+r)^{T-t}}{\sum_{t=0}^t 3(1+r)^{-1}} \right)^{1/t} - 1, \quad (13)$$

Функция МВС вычисляет модифицированную внутреннюю норму доходности (MIRR). Данная функция имеет специальный аргумент это предполагаемую ставку реинвестирования.

$$(1 + MIRR)^3 = (213\,167,09 \times (1 + 0,0735)^2 + 447\,546,09 \times (1 + 0,0735)^1 + 809\,085,09) / \frac{786\,776}{1} = 1,951228878$$

$$(1 + MIRR)^3 = 1,951228878$$

$$\sqrt[3]{1,951228878} = 1,25$$

Подставляя все данные в формулу (13), получается $MIRR = 25\%$, это больше нормы реинвестиций, что значит, проект приемлем к реализации. Это та процентная ставка, при которой дисконтированная стоимость затрат на проект равна конечной стоимости денежных поступлений.

9. Чистая терминальная стоимость (NTV). Данный показатель отражает наращенные чистые доходы на конец периода и рассчитывается по формуле (14):

$$NTV = \sum_{t=0}^T CF(t) \times (1 + r)^{t-k} - I(1 + r)^{t-k}, \quad (14)$$

Подставляя данные в формулу (14), получается $NTV = 897\,781,87$ рублей.

$$NTV = (1\,295\,841,20 + 612\,645,84 + 249\,405,50) - 1\,260\,110,67 = 897\,781,87$$

Условия принятия проекта на основе критерия NTV похожи, как и в случае с критерием NPV . Если полученный $NTV > 0$, то проект следует принять, а если полученный $NTV < 0$, то проект следует отклонить.

Критерии NPV и NTV взаимообратные. Они дублируют друг друга, а это значит выбор проекта по одному из критериев дает точно такой же результат как при использовании другого критерия.

Вывод: $NTV = 897\,781,87$, это значит, что проект следует принять.

Рассчитанные показатели экономической эффективности проекта сведены в таблицу 19.

Таблица 19 – Показатели экономической эффективности цветочного магазина

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
1	Ставка дисконтирования, %	17
2	Период окупаемости инвестиций PP, лет	1,6
3	Дисконтируемый срок окупаемости DPP, лет	2,5

Окончание таблицы 19

№ п/п	Наименование показателя	Значение показателя
4	Норма прибыли ARR, %	62,27
5	Чистая приведенная стоимость NPV, руб.	227 525,49
6	Индекс рентабельности проекта PI	1,29
7	Внутренняя норма доходности IRR, %	31
8	Чистая терминальная стоимость NTV, руб.	897 781,87

Из анализа результатов, сделанных в таблице 19, можно сделать вывод, что проект является эффективным ($NPV > 0$, $PI > 1$, $IRR >$ значения ставки дисконтирования, $MIRR >$ нормы реинвестиций, $DPP <$ горизонта планирования).

Подводя итоги, можно делать выводы о том, что:

1. Чистый денежный поток от инвестиций составляет 227 525 рублей 49 коп.
2. Окупаемость проекта с учетом времени и инфляции составляет 2,5 года, что меньше горизонта планирования.

3. $PI > 1$, что значит, проект будет приносить прибыль на каждый рубль затрат 1,29 руб. дохода.
4. Внутренняя норма доходности (IRR) составляет 31%, что позволяет сделать вывод о финансовой устойчивости проекта.
5. Модифицированная внутренняя норма прибыли позволяет объективно оценить уровень доходности инвестиций – показатель составляет 25%;

Из выше проведенного анализа можно сделать вывод о том, что проект доходен, финансово устойчив, рентабелен, с достаточно приемлемым сроком окупаемости. Однако, любой проект подвержен рискам, которые необходимо заранее оценить, по возможности предотвратить и не допустить ухудшения показателей эффективности проекта.

2.4 Анализ чувствительности бизнес-проекта к входным параметрам

Эффективная инвестиционная политика, которая ведет к увеличению объемов производства, развитию различных отраслей предприятия и росту национального дохода является необходимым условием стабильного развития экономики.

При оценке инвестиционных проектов денежные потоки имеют прогнозный характер и относятся к будущим периодам, поэтому будущие результаты эффективности проектов зависят от множества экономических и неэкономических факторов, например, таких как уровень инфляции, колебания цен, а также валютных курсов, политические отношения, природные, а также и климатические условия.

Цели проекта могут быть не достигнуты, так как неопределенность результатов ведет к риску.

Различают два понятия: риск и неопределенность. Неопределенность определяется неполнотой и неточностью информации об условиях реализации проекта. Риск – возможность возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций и последствий от них. Предпринимательский риск – риск, связанный с неполучением ожидаемых доходов от предпринимательской деятельности [8, с. 427]. Предпринимательский риск регулируется ст.933 ГК РФ [2].

В расчетах эффективности предполагается учет факторов риска и неопределенности, величина и действие которых различны. Риски подразделяют на внутренние и внешние.

Внутренний риск связан с неопределенностью реализации проекта, вызванной причинами внутри проекта. К внутренним рискам относят:

- 1) Риски из-за неопределенности целей, интересов, поведения участников;
- 2) Риски из-за неполноты и неточности исходных данных проекта;
- 3) Риски из-за неполноты и неточности бизнес-плана, проектной документации;
- 4) Риски из-за неполноты и неточности информации о финансовом положении и деловой репутации предприятий-участников, связанные с возможностью неплатежей, срывов договорных обязательств и банкротств;
- 5) Производственно-технологические риски, которые связаны с отказами оборудования, авариями, производственным браком и т.д.

Внешний риск – возможность возникновения в ходе реализации проекта неблагоприятных ситуаций и последствий, причинами которых является внешняя среда. К внешним рискам относят:

- 1) Риски из-за валютных курсов, конъюнктуры цен;
- 2) Риски, связанные с нестабильностью экономического законодательства, экономической ситуации, а также условий использования прибыли и инвестирования;

- 3) Внешнеэкономические риски, связанные с возможностью введения ограничений на поставки, торговлю и т.д.;
- 4) Риски из-за неопределенности климатических и природных условий, а также стихийные бедствия;
- 5) Риски из-за неполноты и неточности информации о динамике параметров новой техники и технологий.

Для учета факторов неопределенности и риска при оценке эффективности инвестиционного проекта используется вся имеющаяся информация об условиях его реализации. Для этого применяются следующие методы в порядке повышения уровня точности:

- 1) проверка устойчивости;
- 2) корректировка параметров проекта и экономических нормативов;
- 3) формализованное описание неопределенности.

Проект будет считаться устойчивым, если во всех ситуациях интересы участников соблюдены, а неблагоприятные возможные последствия устраняются за счет создания запасов или резервами, или же возмещаются страховыми выплатами.

При анализе рисков используются качественные и количественные методы анализа рисков.

Качественная оценка рисков инвестиционного проекта представляет собой описательный метод, по результатам которого переходят к количественному описанию рисков проектов.

Качественный подход позволяет выявить и идентифицировать возможные виды проектных рисков, описать факторы и причины, которые влияют на уровень данного вида риска и предположить систему антирисковых мероприятий.

Количественный подход при анализе рисков инвестиционного проекта связан с численным определением величин отдельных рисков и риска проекта в целом.

Проведение количественного анализа рисков инвестиционного проекта является продолжением качественного анализа. К наиболее часто встречающимся

методам относятся точка безубыточности, анализ чувствительности, метод сценариев, метод Монте-Карло (имитационное моделирование), регрессионный и трендовый методы и метод экспертных оценок.

Анализ чувствительности проекта применяется для оценки изменения эффективности проекта при определенном изменении одного из исходных параметров. И чем сильнее будет это изменение, тем больше риск реализации. Также анализ чувствительности используется для определения влиятельных факторов из общей совокупности.

Этот анализ удобен при оценке рисков проекта. Анализ проводится на этапе планирования, когда принимается решение об исследуемых факторах. Такими факторами могут быть: цена продукта или услуги, инфляция, накладные расходы, объем продаж, проценты за кредит, объем инвестиций или отдельных его составляющих и т.д.

Для проведения анализа чувствительности используется следующий алгоритм:

1. Выбирается основной показатель проекта.
2. Выбираются факторы, которые наиболее существенно влияют на чувствительность.
3. Рассчитывается значение основного показателя для заданных диапазонов факторов.
4. Определяются факторы, к которым проект наиболее чувствителен, и принимается решение о реализации проекта или доработке технико-экономического обоснования.

Геометрическое представление чувствительности проекта позволяет по наклону зависимости совокупных доходов от переменной к оси вариации переменной судить о чувствительности проекта к той или иной переменной.

Произведем оценку чувствительности проекта к изменению различных факторов. В качестве факторов, влияние которых будет оцениваться в данной главе, были выбраны изменение цены, изменение постоянных затрат, изменение ставки дисконтирования.

В качестве ключевого показателя был выбран показатель чистого приведенного дохода (NPV), так как он является одним из ключевых в ходе принятия решения об одобрении финансирования проекта по окончании проведения анализа инвестиционной привлекательности бизнес-плана.

Суть расчета заключается в постоянном пересчете ключевого показателя с измененным в пределах установленного диапазона фактором.

Необходимые для расчетов влияния изменений размера цены по отношению к чистому дисконтированному доходу данные и полученные результаты представлены в таблице 20.

Таблица 20 – Анализ чувствительности чистого дисконтированного дохода по отношению к изменению цены

Изменение фактора, %	Фактор (цена), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
15	1 600,00	1 840,00	227 525,49	1 879 081,51	726%
10	1 600,00	1 760,00	227 525,49	1 146 052,47	404%
5	1 600,00	1 680,00	227 525,49	413 023,43	82%
-5	1 600,00	1 520,00	227 525,49	-1 100 021,47	-583%
-10	1 600,00	1 440,00	227 525,49	-1 962 408,58	-963%
-15	1 600,00	1 360,00	227 525,49	-2 824 795,69	-1342%

Сделаем анализ чувствительности ключевого показателя относительно изменений постоянных издержек в рамках заданного диапазона. Данные для расчетов и полученные результаты представлены в таблице 21.

Таблица 21 – Анализ чувствительности чистого дисконтированного дохода по отношению к изменению уровня постоянных затраты

Изменение фактора, %	Фактор (постоянные затраты), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
15	2 377 267,24	2 733 857,33	227 525,49	-509 667,17	-324%
10	2 377 267,24	2 614 993,97	227 525,49	-247 028,47	-209%
5	2 377 267,24	2 496 130,60	227 525,49	15 610,22	-93%
-5	2 377 267,24	2 258 403,88	227 525,49	540 887,62	138%

-10	2 377 267,24	2 139 540,52	227 525,49	803 526,31	253%
-15	2 377 267,24	2 020 677,16	227 525,49	1 066 165,01	369%

Последний этап расчета в рамках анализа является исследование степени влияния изменения ставки дисконтирования на величину чистого приведенного дохода. Данные для расчета, а также полученные результаты представлены в таблице 22.

Таблица 22 – Анализ чувствительности чистого дисконтированного дохода по отношению к изменению ставки дисконтирования

Изменение фактора, %	Фактор (Ставка дисконтирования), руб.		NPV, руб.		Процент изменения NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
15	17,00%	19,55%	227 525,49	178 199,72	-22%
10	17,00%	18,70%	227 525,49	194 223,04	-15%
5	17,00%	17,85%	227 525,49	210 660,25	-7%
-5	17,00%	16,15%	227 525,49	244 833,49	8%
-10	17,00%	15,30%	227 525,49	262 599,64	15%
-15	17,00%	14,45%	227 525,49	280 839,96	23%

Графические результаты проведения анализа чувствительности цветочного магазина представлены на рисунке 6.

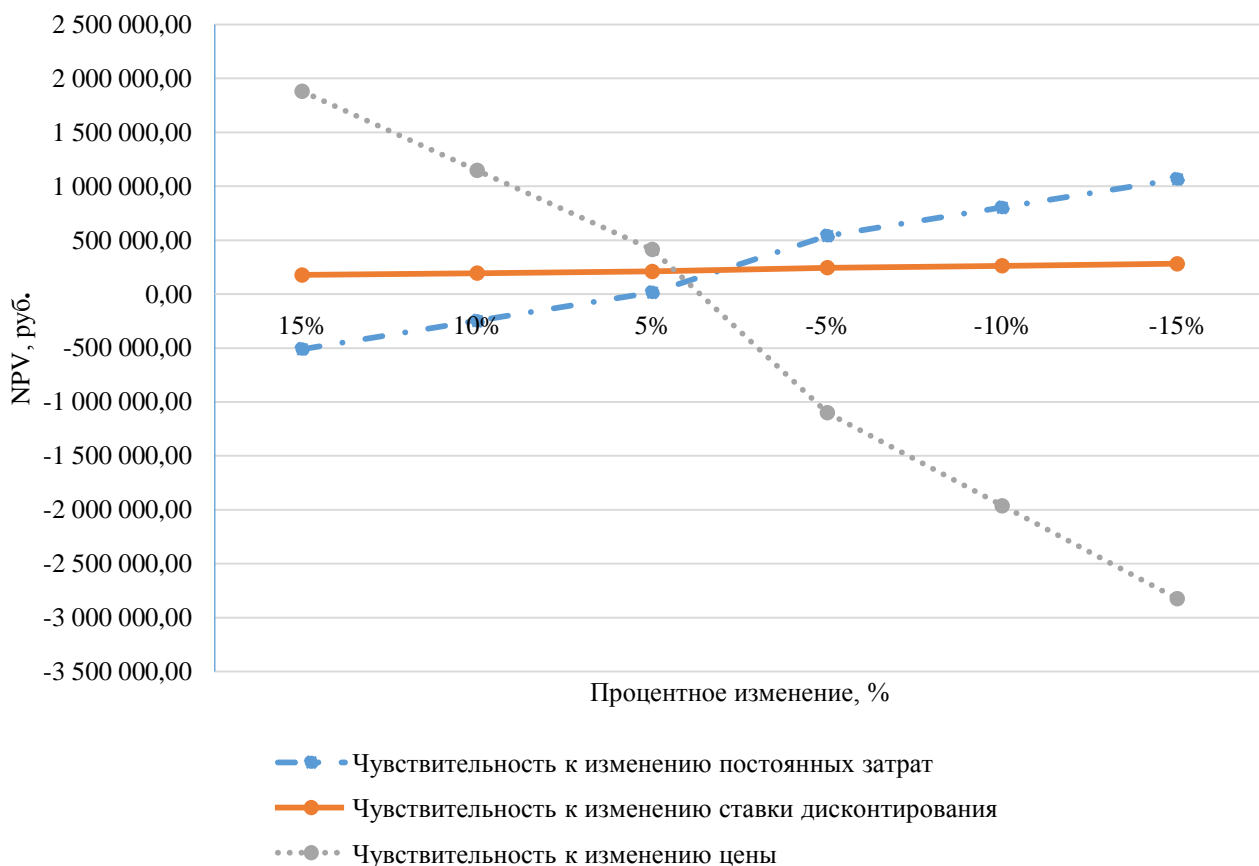


Рисунок 6 – Анализ чувствительности

Как видно из расчета и данного графика наибольшей чувствительностью чистый дисконтированный доход обладает к изменению уровня цены. Если цена снизится менее чем на 80 рублей, то проект может стать нецелесообразным.

Меньшей чувствительностью данный показатель обладает по отношению к изменению уровня ставки дисконтирования.

Анализ чувствительности позволил выделить наиболее важный фактор с точки зрения риска. Изменение цены является критическим фактором, поэтому в ходе реализации следует обратить особое внимание на него с целью сокращения риска инвестиционного проекта.

2.5 Основные направления минимизации выявленных проектных рисков

Управление риском проекта есть процесс подготовки и реализации мероприятий, цель которых снижение опасности принятия ошибочного решения и уменьшение возможных негативных последствий нежелательного развития событий в ходе реализации инвестиционных решений [20].

Применение разных методов оценивания риска позволяет уменьшить число ошибок и ограничивает иррациональную деятельность за счет оптимального выбора и грамотных инвестиционных решений. Рисками проекта нужно управлять. Управление рисками проекта представляет собой совокупность методов анализа и нейтрализации факторов риска, объединенных в систему планирования, мониторинга и корректирующих воздействий.

Анализ рисков инвестиционного проекта начинается с качественного анализа, который ставит своей целью идентификацию рисков, т.е. описание всех предполагаемых рисков проекта, а также стоимостная оценка их последствий и мер по его снижению.

В проведении качественного анализа рисков первым шагом является выявление или описание всех возможных рисков. Проводить анализ рисков инвестиционного проекта с точки зрения:

- 1 – истоков, причин возникновения данного риска;
- 2 – гипотетических негативных последствий, которые вызваны возможной реализацией проекта;
- 3 – конкретных мероприятий, позволяющих минимизировать риск.

При проведении качественного анализа риска инвестиционного проекта могут быть использованы метод анализа уместности затрат и метод аналогий.

Результатом качественного анализа рисков является выявление конкретных рисков и порождающих их причин, анализ и стоимостной эквивалент гипотетических последствий возможной реализации отмеченных рисков, предложение мероприятий по минимизации ущерба и, наконец, их стоимостная оценка.

Вторым шагом является количественный анализ рисков, целью которого является количественное определение размеров отдельных рисков и риска в целом. Методы определения критерия количественной оценки рисков инвестиционного проекта включают: статистические методы оценки, методы экспертных оценок, методы аналогий и комбинированные методы.

Для снижения внешних и внутренних факторов риска используются различные способы его снижения. Методы управления риском делятся на 4 группы:

1. Методы уклонения от рисков;
2. Методы локализации рисков;
3. Методы диссипации рисков;
4. Методы компенсации рисков.

Анализ рисков проекта состоял из проведения двух видов анализов: расчета точки безубыточности и анализа чувствительности проекта. Данные расчеты выявили, что основными источниками риска наступления неблагоприятных для цветочного магазина событий являются значительная зависимость от объема реализации букетов, а также высокая чувствительность чистого приведенного дохода (NPV) к изменению величины цены продаваемого товара. В ходе реализации проекта по созданию цветочного магазина необходимо всё время улучшать программу маркетинга, а также и сбытовую политику.

Для управления данными видами риска будут использоваться следующие методы:

1) Диссипация, которая включает диверсификацию рисков. Диверсификация деятельности будет выражаться в расширении ассортимента продукции и спектра предоставляемых услуг. Например, продажа сопутствующих товаров, таких как, поздравительные открытки, мягкие игрушки или сувениры, упаковка подарков, продажа комнатных растений и удобрений, флористические курсы и флористические услуги и другие виды деятельности.

Также можно использовать диверсификацию закупок сырья и материалов, что позволит защитить магазин от ненадежности поставки.

2) Цветочный кроссинг. Это великолепный способ привлечь в магазин постоянный поток посетителей. Цветочный кроссинг – это свободный обмен горшечными цветами.

В цветочном магазине ставится отдельный столик, на который каждый желающий может поставить принесенные им цветы или семена и бесплатно взять себе любое другое растение взамен. Это хорошая тематическая активность, которая обеспечивает приток постоянных посетителей.

Это вызовет интерес и дополнительную причину посещать магазин. Приходящие люди будут видеть ассортимент и обязательно что-то купят. Цветочный магазин дает посетителям что-то бесплатное, например, мини-букеты или возможность взять растение домой, и на подсознательном уровне они начинают испытывать благодарность, а также желание отплатить за доброту.

3) Создавать события. Цветочный магазин будет проводить бесплатные обучающие мастер-классы, образовательные мероприятия с рассказами о цветах и их уходе. Сделать акцент на маленькую селфи-зону, где клиентам будет интересно сфотографироваться и выложить фото, что позволит привлекать больше покупателей, предлагая им что-то уникальное, а также собрать аудиторию единомышленников, взаимодействуя с различными людьми и организациями.

4) Аудит покупателей. Нужно применять разные подходы, чтобы привлечь потребителей магазина. Если кто-то обратился в цветочный магазин, то он навсегда остаётся в базе. Будет максимально фиксироваться вся информация о клиенте, которая получается от него самого или опосредовано. Как минимум в базе будет имя и контакты. Все это поможет продавать и понимать, какие усилия следует тратить на клиента.

Правило распределения Паретто: 20% работы приносят 80% результата. А оставшиеся 80% прилагаемых усилий принесут только 20% улучшения. Перенеся правило распределения на покупателей, получается, что 80% клиентов приносят

только 20% выручки. Но 20% клиентов приносят 80% прибыли. Это значит, что нужно сосредоточиться на главной части покупателей. Зная клиентов, можно существенно оптимизировать маркетинговые расходы.

В России более 90% покупателей чувствительны к специальным предложениям, акциям, подаркам и скидкам. Однако лучше это делать не со всеми клиентами, а проводить такую работу в рамках программы лояльности. При этом, по данным исследователей, отток клиентов сокращается в среднем на 15%. У покупателей, вовлеченных в программу лояльности, средний чек повышается на 41%, а на привлечении лояльных покупателей бизнес может сэкономить до 12% в сравнении с привлечением первичного контакта.

5) Использование социальных сетей. Цветы такой продукт, который нельзя прятать. Их нужно демонстрировать во всей красе на сайте или группе в социальных сетях. Сделать эксклюзивные предложения, которые можно выкупить в ограниченное время по специальной цене. Рассылка регулярных обновлений о новых товарах, новостях и событиях компании. Промо коды, акции, розыгрыши все это позволит привлечь покупателей цветочной продукции.

б) Запоминающийся образ продавцов-консультантов. Внешнему виду персонала должен быть запоминающимся. Это будет приятно удивлять покупателей и заставит улыбнуться. Главное подчеркнуть характер бизнеса и дать понять клиентам, что важны все нюансы и во всему уделяется внимание. Это улучшит фирменную идентификацию, сформирует образ «полностью цветочного бизнеса», подчеркнет, что обращается внимание даже на мелкие детали.

Выводы по разделу два

Во второй главе данной работы были рассмотрены основные тенденции развития рынка цветов в России. Эксперты полагают, что, несмотря на снижение рентабельности, продажи цветов в России в среднесрочной перспективе будут

расти и также прогнозируют, что к 2019 году они достигнут 2,16 млрд. штук (+23,1% к 2014 году).

При проведении исследования рынка были описаны наиболее значимые аспекты будущей деятельности цветочного магазина, такие как потенциальные покупатели, характеристика оказываемых услуг, рынок сбыта, а также возможные конкуренты.

Вся данная информация была основой для последующего расчета текущих и капитальных затрат цветочного магазина. Все затраты, связанные с открытием, ремонтом арендуемого помещения, приобретением основных средств, маркетинговые затраты объединены в общую таблицу для удобства проведения расчетов и также для наглядности и возможности соотнесения всей приведенной в данной работе информации. Величина первоначальных инвестиций составляет 786 776 рублей для открытия цветочного магазина в г. Челябинск.

Также в главе рассмотрен уровень спроса и потенциальные доходы. Это позволило рассчитать ожидаемые размеры денежных поступлений от основной деятельности. Размер ожидаемой чистой прибыли в первом году составил 213 167 рублей 09 коп., во второй год – 447 546 рублей 09 коп., и в третий год – 809 085 рублей 09 коп. соответственно.

Была произведена оценка инвестиционной привлекательности открытия цветочного магазина с помощью простых и дисконтированных методов.

Результаты, полученные в ходе проведения анализа эффективности проекта ($NPV > 0$, $PI > 1$, $DPP <$ горизонта планирования), показали надежность объекта инвестиций, а следовательно целесообразность его реализации.

В данном разделе был проведен анализ рисков методом анализа чувствительности на изменение наиболее значимых для предприятия факторов.

Анализ чувствительности позволил выделить наиболее важный фактор с точки зрения риска. Изменение цены является критическим фактором, поэтому в ходе реализации следует обратить особое внимание на него с целью сокращения риска инвестиционного проекта.

В качестве возможных мероприятий по минимизации или нейтрализации выявленных рисков было предложено использовать диверсификацию, цветочный кроссинг, создавать события, аудит покупателей, использовать социальные сети и запоминающийся образ продавцов-флористов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проработанный бизнес-план представляет собой рабочий инструмент, с помощью которого осуществляется управление предприятием и контроль за его деятельностью. Бизнес-план эффективно помогает руководству фирмы в реализации конкретной маркетинговой, производственной, финансовой, технической и кадровой политики, в выявлении и устранении недостатков в управлении и сбоях в работе.

Бизнес-план предусматривает решение таких вопросов перед принятием решения, как оценка текущего состояния, выявление сильных и слабых сторон деятельности, формулирование целей деятельности на плановый период. В бизнес-плане раскрываются подробности функционирования фирмы и дается оценка ресурсов, которые необходимы для достижения целей фирмы. Также бизнес-план дает представление о фирме, прогнозирует цены и способы продвижения услуг или товара на рынок, будущей прибыли и экономических результатах.

В данной выпускной квалификационной работе был разработан план реализации цветочного магазина.

Цель проекта – открытие цветочного магазина в городе Челябинск, предназначенного для реализации цветов и букетов населению.

Эксперты полагают, что, несмотря на снижение рентабельности, продажи цветов в России в среднесрочной перспективе будут расти и также прогнозируют, что к 2019 году они достигнут 2,16 млрд. штук (+23,1% к 2014 году).

Цветочный магазин будет располагаться в центральном районе города Челябинск. Так как для клиентов одним из важных факторов при выборе цветочного магазина становится возможность легко и быстро до него добраться. Общая площадь составит 33 кв.м., первая линия, отдельный вход и есть парковка.

Затраты на ремонт, перепланировку и оборудование магазина с учетом стартовых расходов на регистрацию предприятия, маркетинговых мероприятий, а

также оборотных средств инвестиционного периода стоимость проекта составит 786 776 рублей.

Для реализации проекта планируется взять кредит на сумму 786 776 рублей в АО «Альфа-Банк» по ставке 17 % годовых со сроком на 3 года с уплатой аннуитетных платежей.

После этого были рассчитаны денежные потоки от реализации проекта. Притоком по проекту является выручка от реализации продукции. В состав расходов включены: затраты на сырье и материалы, заработная плата работникам и отчисления во внебюджетные фонды, проценты по кредиту и прочие.

Была рассчитана экономическая эффективность и оценена финансовая реализуемость проекта. Для оценки экономической эффективности были рассчитаны дисконтированные показатели: чистый дисконтированный доход (NPV), дисконтированный срок окупаемости (DPP), индекс доходности (PI) и внутренняя норма доходности (IRR). Данные расчёта показали, что реализация проекта целесообразна.

Анализ чувствительности позволил выделить наиболее важный фактор с точки зрения риска. Изменение цены является критическим фактором, поэтому в ходе реализации следует обратить особое внимание на него с целью сокращения риска инвестиционного проекта.

В качестве возможных мероприятий по минимизации или нейтрализации выявленных рисков было предложено использовать диверсификацию, цветочный кроссинг, создавать события, аудит покупателей, использовать социальные сети и запоминающийся образ продавцов-флористов.

Таким образом, полученные данные позволяют сделать вывод о необходимости и экономической целесообразности реализации предложенного инвестиционного проекта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Федеральный закон N 39-ФЗ от 25 февраля 1999 г. «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22142/
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 23.05.2018) Ст. 933 ГК РФ ч.2. Страхование предпринимательского риска. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/
- 3 Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (принят ГД ФС РФ 19.07.2000) (ред. от 30.12.2010). – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/
- 4 Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса / Ронда Абрамс; Пер. с англ. – М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. – 486 с.
- 5 Агарков, А.П. Теория организации. Организация производства на предприятиях. Интегрированное учебное пособие [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.П. Агарков, Р.С. Голов, А.М. Голиков. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2010. – 260 с.
- 6 Алешин, А.В. Управление проектами: фундаментальный курс [Электронный ресурс]: учебник / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони; под ред. Аньшина В.М., Ильиной О.Н. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 624 с.
- 7 Алиев, А.Т. Инвестиционный анализ [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.Т. Алиев, О.Ю. Осипенкова, К.В. Сомик, А.В. Титов. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2015. – 130 с.
- 8 Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г.В. Савицкая. – 5-е изд., испр. – М.: ИНФРАМ-М, 2009. – 536 с.

9 Бизнес-планирование и разработка инвестиционных проектов: Учебно-методическое пособие / Под общей редакцией Ю.В. Савельева, Е.В. Жирнель. – Петрозаводск, 2007. – 78 с.

10 Бизнес-планирование: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям «Экономика» и «Менеджмент» / В.З. Черняк, Ю.Т. Ахвледиани, Н.Д. Амаглобели и др. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 519 с.

11 Бизнес-планирование: Учеб. пособие / под ред. В.З. Черняк, Г.Г. Чараев. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 591 с.

12 Болдырев, Д.С. Организация стратегического планирования инвестиционной деятельности как основного инструмента развития предприятия / Д.С. Болдырев // Экономический анализ теория и практика. – 2013. – №1. 32 – 43 с.

13 Боронина, Л.Н. Основы управления проектами [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л.Н. Боронина, З.В. Сенук. – Екатеринбург: УрФУ, 2016. – 134 с.

14 Буров, В.П. Бизнес-план фирмы. Теория и практика: Учеб. пособие / В.П. Буров, А.Л. Ломакин, В.А. Морошкин. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 192 с.

15 Воробьева, Т.В. Управление инвестиционным проектом [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.В. Воробьева. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/100531>

16 Голова, А.Г. Управление продажами [Электронный ресурс]: учебник / А.Г. Голова. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2017. – 280 с.

17 Дейнека, А.В. Управление персоналом [Электронный ресурс]: учебник / А.В. Дейнека. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2010. – 292 с.

18 Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии // Учебник для бакалавров / И.А. Дубровин. – М.: Изд-во Дашков и К, 2013. – 188 с.

19 Ермолаева, С.Г. Рынок труда [Электронный ресурс]: учебное пособие / С.Г. Ермолаева. – Электрон. дан. – Екатеринбург: УрФУ, 2015. – 108 с.

20 Жариков, В.Д. Основы бизнес-планирования в организации: учебное пособие / В.Д. Жариков, В.В. Жариков, В.В. Безпалов. – М.: КНОРУС, 2016. – 200 с.

21 Инвестиционный анализ: учебное пособие / коллектив авторов; под ред. И.С. Межова. – М.: КНОРУС, 2016. – 416 с.

22 Кузнецов, Б.Т. Инвестиционный анализ: учебник и практикум для академического бакалавриата / Б.Т. Кузнецов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 361 с.

23 Литовченко, А.И. Основы бизнеса в РФ [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А.И. Литовченко. – Электрон. дан. – Томск: ТГУ, 2015. – 56 с.

24 Методические указания по дисциплине «Инвестиции» для студентов заочного отделения направления «Экономика» / сост. Л.С. Воробьева. – СПб.: Изд. ГУАП, 2016. – 79 с.

25 Мочалова, Л.А. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Л.А. Мочалова, А.В. Касьянова, Э.И. Рау. – 2-е изд. – М.: КНОРУС, 2016. – 384 с.

26 Основы функционирования малого бизнеса [Электронный ресурс]: учебник / А.В. Казакова [и др.]; под общ. ред. А.В. Шарковой, Д.В. Швандар. – Электрон. дан. – М.: Дашков и К, 2017. – 196 с.

27 Планирование на предприятии: Учебник / Р.В. Савкина. – М.: Дашков и К, 2013. – 324 с.

28 РБК. Цветы нации: как устроен цветочный бизнес в России [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.rbc.ru/business/07/03/2017/58bd68479a7947ffc224a695>

29 Сергеев, А.А. Бизнес-планирование: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / А.А. Сергеев. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2016. – 463 с.

30 Стрекалова, Н.Д. Бизнес-планирование: учебное пособие / Н.Д. Стрекалова. – СПб.: Питер, 2012. – 352 с.

31 Торосян, Е.К. Бизнес-планирование: Учебное пособие / Е.К. Торосян, Л.П. Сажнева, А.В. Варзунов. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

32 Троянова, Е.Н. Проблемы бизнес планирования на предприятиях в условиях экономического кризиса / Е.Н. Троянова, А.В. Рыжов // Приоритетные модели общественного развития в эпоху модернизации: экономические, социальные, философские, политические, правовые аспекты. – 2016. – С. 96 – 98.

33 Ушаков, И.И. Бизнес-план / И.И. Ушаков. – СПб.: Питер, 2005. – 223 с.

34 Халтаева, С.Р. Бизнес-планирование: Учебное пособие / С.Р. Халтаева, И.А. Яковлева. – Улан-Удэ, 2005. – 170 с.

35 Харченко, О.Н. Учет и налогообложение деятельности субъектов малого предпринимательства [Электронный ресурс]: учебное пособие / О.Н. Харченко. – Электрон. дан. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 624 с.

Расчет графика аннуитетных платежей

Таблица А.1 – График аннуитетных платежей

№	Дата платежа	Сумма, руб.	Погашение основного долга, руб.	Выплата процентов, руб.	Остаток, руб.	Описание
1	01.10.2018	28 050,71	17 057,40	10 993,31	769 718,60	Ежемесячный платеж за 10/2018
2	01.11.2018	28 050,71	16 937,24	11 113,47	752 781,36	Ежемесячный платеж за 11/2018
3	01.12.2018	28 050,71	17 532,40	10 518,31	735 248,96	Ежемесячный платеж за 12/2018
4	01.01.2019	28 050,71	17 434,93	10 615,78	717 814,03	Ежемесячный платеж за 01/2019
5	01.02.2019	28 050,71	17 686,66	10 364,05	700 127,37	Ежемесячный платеж за 02/2019
6	01.03.2019	28 050,71	18 920,28	9 130,43	681 207,09	Ежемесячный платеж за 03/2019
7	01.04.2019	28 050,71	18 215,20	9 835,51	662 991,89	Ежемесячный платеж за 04/2019
8	01.05.2019	28 050,71	18 786,99	9 263,72	644 204,90	Ежемесячный платеж за 05/2019
9	01.06.2019	28 050,71	18 749,45	9 301,26	625 455,45	Ежемесячный платеж за 06/2019
10	01.07.2019	28 050,71	19 311,47	8 739,24	606 143,98	Ежемесячный платеж за 07/2019
11	01.08.2019	28 050,71	19 298,99	8 751,72	586 844,99	Ежемесячный платеж за 08/2019
12	01.09.2019	28 050,71	19 577,63	8 473,08	567 267,36	Ежемесячный платеж за 09/2019
13	01.10.2019	28 050,71	20 124,51	7 926,20	547 142,85	Ежемесячный платеж за 10/2019
14	01.11.2019	28 050,71	20 150,87	7 899,84	526 991,98	Ежемесячный платеж за 11/2019

Продолжение таблицы А.1

№	Дата платежа	Сумма, руб.	Погашение основного долга, руб.	Выплата процентов, руб.	Остаток, руб.	Описание
15	01.12.2019	28 050,71	20 687,26	7 363,45	506 304,72	Ежемесячный платеж за 12/2019
16	01.01.2020	28 050,71	20 741,15	7 309,56	485 563,57	Ежемесячный платеж за 01/2020
17	01.02.2020	28 050,71	21 059,13	6 991,58	464 504,44	Ежемесячный платеж за 02/2020
18	01.03.2020	28 050,71	21 793,86	6 256,85	442 710,58	Ежемесячный платеж за 03/2020
19	01.04.2020	28 050,71	21 676,16	6 374,55	421 034,42	Ежемесячный платеж за 04/2020
20	01.05.2020	28 050,71	22 183,84	5 866,87	398 850,58	Ежемесячный платеж за 05/2020
21	01.06.2020	28 050,71	22 307,70	5 743,01	376 542,88	Ежемесячный платеж за 06/2020
22	01.07.2020	28 050,71	22 803,80	5 246,91	353 739,08	Ежемесячный платеж за 07/2020
23	01.08.2020	28 050,71	22 957,25	5 093,46	330 781,83	Ежемесячный платеж за 08/2020
24	01.09.2020	28 050,71	23 287,81	4 762,90	307 494,02	Ежемесячный платеж за 09/2020
25	01.10.2020	28 050,71	23 765,96	4 284,75	283 728,06	Ежемесячный платеж за 10/2020
26	01.11.2020	28 050,71	23 965,34	4 085,37	259 762,72	Ежемесячный платеж за 11/2020
27	01.12.2020	28 050,71	24 431,07	3 619,64	235 331,65	Ежемесячный платеж за 12/2020
28	01.01.2021	28 050,71	24 661,89	3 388,82	210 669,76	Ежемесячный платеж за 01/2021

Окончание таблицы А.1

29	01.02.2021	28 050,71	25 008,98	3 041,73	185 660,78	Ежемесячный платеж за 02/2021
30	01.03.2021	28 050,71	25 629,49	2 421,22	160 031,29	Ежемесячный платеж за 03/2021
31	01.04.2021	28 050,71	25 740,12	2 310,59	134 291,17	Ежемесячный платеж за 04/2021
32	01.05.2021	28 050,71	26 174,31	1 876,40	108 116,86	Ежемесячный платеж за 05/2021
33	01.06.2021	28 050,71	26 489,68	1 561,03	81 627,18	Ежемесячный платеж за 06/2021
34	01.07.2021	28 050,71	26 910,17	1 140,54	54 717,01	Ежемесячный платеж за 07/2021
35	01.08.2021	28 050,71	27 260,69	790,02	27 456,32	Ежемесячный платеж за 08/2021
36	01.09.2021	27 852,74	27 456,32	396,42	0,00	Ежемесячный платеж за 09/2021

Функция ВСД для расчета IRR

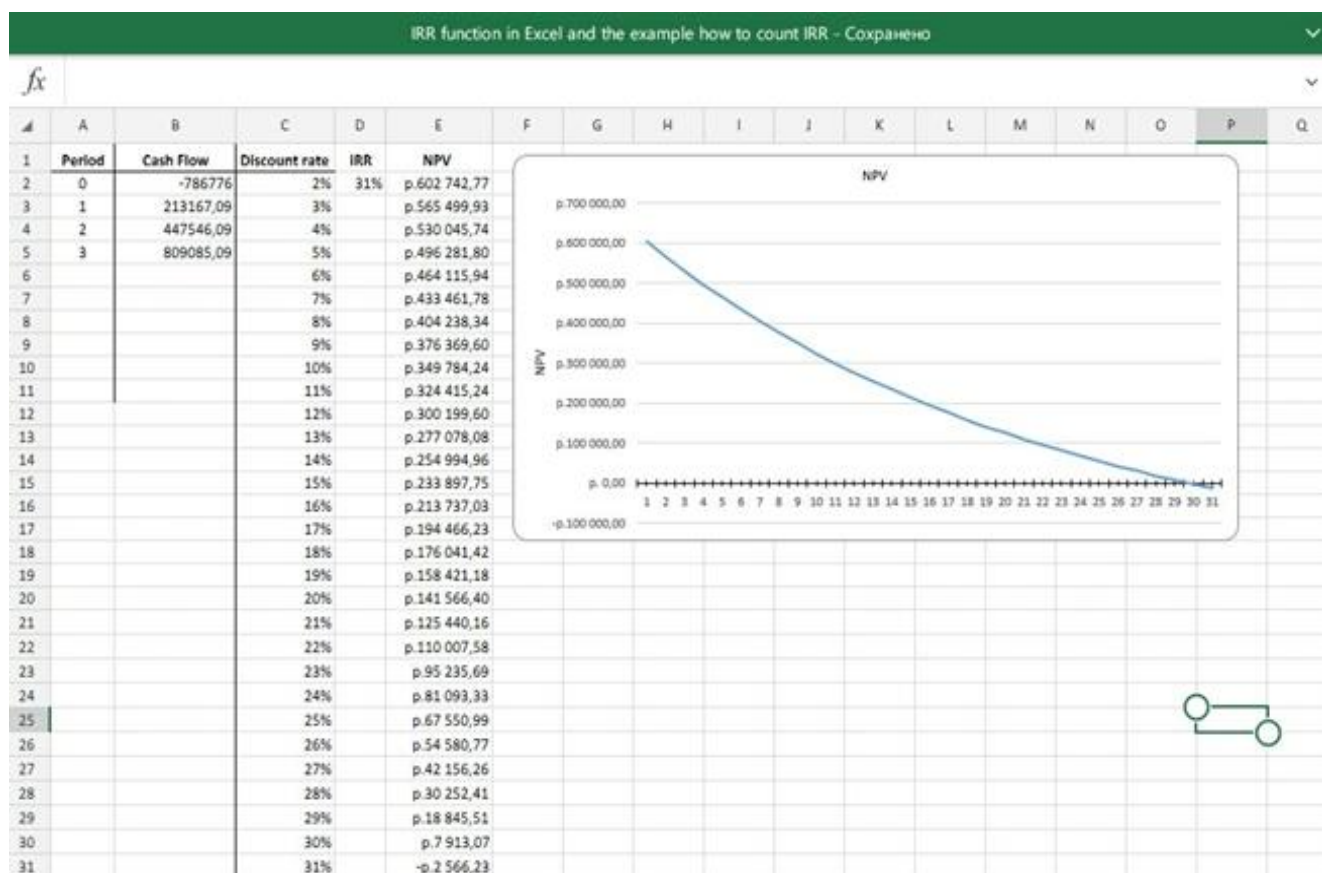


Рисунок Б.1 – Расчет внутренней нормы доходности (ВСД)