

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 «Прикладная экономика»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой, д.э.н.
доцент

_____ Т.А. Худякова
« ____ » _____ 2020 г.

Разработка инвестиционного предложения по открытию
нового ателье-магазина на примере ИП Холматова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ– 38.03.01.2020.776.ПЗ ВКР

Руководитель работы
к.э.н, доцент

_____ С.И. Бородин
« ____ » _____ 2020 г.

Автор работы
студент группы ЭУ-440

_____ К.Н. Султанова
« ____ » _____ 2020 г.

Нормоконтролёр,
ст. преподаватель

_____ Н.В. Тихонова
« ____ » _____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Султанова К.Н. Разработка инвестиционного предложения по открытию нового ателье-магазина на примере ИП Холматова. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-440, ПЭ, 2020 г, 84 с., 2 ил., 11 табл., библиографический список – 75 наим., 1 приложение, 15 л. раздаточного материала ф. А4.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью разработки инвестиционного предложения по открытию нового ателье-магазина на примере ИП Холматова.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит описание сущности и понятия инвестиционной привлекательности проекта, факторы, влияющие на неё, а также основные методы оценки инвестиционной привлекательности предлагаемого проекта.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает стратегический анализ, оценку конкурентоспособности и экономический анализ деятельности проекта

В результате проведенной работы был создан проект по открытию ателье-магазина, который содержит описание самой идеи ателье-магазина, анализ экономической эффективности и коммерческой состоятельности, а также оценка инвестиционной привлекательности проекта.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	7
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА	9
1.1 Сущность и понятие инвестиционной привлекательности проекта.....	9
1.2 Государственное регулирование инвестиционной деятельности и методы оценки инвестиционной привлекательности	14
1.3 Зарубежный и российский рынок ателье по пошиву одежды	25
2 ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АТЕЛЬЕ-МАГАЗИНА	31
2.1 Общая характеристика ателье-магазина ИП Холматова.....	31
2.2 Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия.....	33
3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ОТКРЫТИЮ АТЕЛЬЕ-МАГАЗИНА	49
3.1 Резюме проекта.....	49
3.2 Организационный план	50
3.3 План маркетинга.....	56
3.4 План производства	58
3.5 Финансовый план	62
3.6 Обоснование экономической эффективности проекта	64
3.7 Анализ рисков проекта.....	68
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	73
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	75
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ А	84

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. Инвестиционная деятельность имеет большое значение, поскольку создает основы для стабильного развития экономики в целом, отдельных ее отраслей, хозяйствующих субъектов. То есть инвестиционная деятельность является залогом успешного развития экономики любой страны.

Переход к рыночной экономике требует от предприятия повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства, инициативы и так далее.

Важная роль в реализации этой задачи отводится инвестиционному анализу, так как результаты в любой сфере бизнеса зависят от наличия и эффективности использования инвестиционной деятельности предприятия. Поэтому вопрос о наличии инвестиций является отправным моментом и конечным результатом деятельности любого субъекта хозяйствования.

Для анализа инвестиционной привлекательности определяется уровень каждого показателя и его динамика за ряд периодов. Инвестиционная привлекательность важна для инвесторов, так как анализ предприятия, особенно вновь открывающегося, и его инвестиционной привлекательности позволяет свести риск неправильного вложения средств к минимуму.

Все предприятия в той или иной степени связаны с инвестиционной деятельностью. Любая фирма в результате своего функционирования сталкивается с необходимостью вложения средств в свое развитие. Иначе говоря, чтобы фирма эффективно развивалась, ей необходимо наличие четкой политики своей инвестиционной деятельности. В любой эффективно действующей фирме вопросы управления инвестиционным процессом занимают одно из самых главных мест. Без инвестиций невозможны современное создание капитала, обеспечение конкурентоспособности товаропроизводителей на внешних и внутренних рынках.

Реализация инвестиционных проектов в данной сфере достаточно актуальна.

Несмотря на обилие магазинов модной одежды в нашем городе, всё ещё остаётся огромный контингент людей, которые хотят носить эксклюзивную, пошитую специально по их желаниям и размерам одежду. Именно поэтому открытие швейного ателье-магазина хороший способ начать свой бизнес.

Поэтому можно сказать, что тема данной выпускной квалификационной работы является актуальной, а рассматриваемый в ней проект – перспективным.

Цель работы – проанализировать инвестиционное предложение по созданию ателье-магазина в городе Челябинск.

Задачи работы:

- изучить сущность, методы и критерии инвестиционного предложения;
- проанализировать экономическую эффективность проекта;
- разработать концепцию проекта ателье-магазина;
- провести расчёты инвестиционной привлекательности проекта по созданию ателье-магазина.

Объект исследования выпускной квалификационной работы является ателье-магазин ИП Холматова и его деятельность.

Предмет исследования является проект создания ателье-магазина и оценка его инвестиционной привлекательности.

Практическая значимость работы выражается в разработанном и просчитанном проекте открытия собственного ателье-магазина, на примере уже существующего ателье-магазина ИП Холматова.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОЛОЖЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

1.1 Сущность и понятие инвестиционной привлекательности проекта

Предприятие может существовать и при этом эффективно функционировать только при условии точно и корректно настроенного руководства капиталом, то есть основными видами финансовых средств (инвестиционных ресурсов) в виде денежных и материальных ресурсов, всевозможных разновидностей финансовых инструментов.

Капитал предприятия можно рассматривать и как источник, и как результат работы предприятия. Финансовые ресурсы организации могут направляться и на финансирование текущих расходов, и на долгосрочные вложения финансовых ресурсов, представляющие собой инвестиции, целью которых является увеличение активов и получение прибыли.

В экономической литературе используется термин «инвестиционная привлекательность проекта». Он применяется для установления уровня эффективности внедряемого инвестиционного решения или инвестиции. Это определение встречается в экономических трудах и статьях относительно недавно, термин сравнительно новый. Применение данное определение нашло в тех экономических ситуациях, когда прodelывают оценку и характеризуют инвестируемый объект, при соотношении рейтингов либо при проведении сравнения процессов. В экономике современного периода отсутствует единообразный подход к трактовке данной экономической категории. Это становится ясно при разборе различных точек зрения на обозначение определения инвестиционной привлекательности.

Изучая экономическую литературу различного рода происхождения, видно, что инвестиционная привлекательность – это совокупность объективных признаков, свойств, средств и возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции [12]. Наряду с этим определением можно найти и такие, которые характеризуют её как «оценку эффективности

использования собственного и заемного капитала, анализ платежеспособности и ликвидности (аналогичное определение – структура собственного и заемного капитала и его размещение между различными видами имущества, а также эффективность их использования) [22].

Анализируя рассмотренные определения, можно подытожить, что, несмотря на тип подхода к трактовке, в большинстве случаев термин «инвестиционная привлекательность» применяют для определения экономической рациональности вложений в какой-то проект, подбора других вариантов и расчёта эффективности размещения ресурсов.

Экономическая теория классифицирует инвестиционные проекты по нескольким различным признакам.

По степени срочности они бывают первоочередные (неотложные), так как несут максимальную привлекательность предприятию непосредственно в анализируем временной промежуток, и отсрочиваемые на более продолжительный реализационный срок.

По степени связанности инвестиционные проекты делятся на альтернативные, позволяющие выбрать лучший проект из существующих вариантов, независимые, которые могут реализовываться предприятием одновременно и взаимосвязанные проекты, при которых принятие одного проекта находится в зависимости от принятия другого проекта. При взаимосвязанных инвестиционных проектах принимается одно решение на оба проекта. К примеру, о строительстве завода и вытекающей из этого потребности создавать инфраструктуру производства (фактор связи, дорожное полотно, водоснабжение, энергоснабжение и прочее). Такая классификация не является окончательной и единственно верной.

Отталкиваясь от других критериев, в любой момент можно определить проект. К примеру, рассматривая за основу ценовую стратегию инвестиционные идеи могут быть ориентированы на внедрение и укрепление определенной продукции (товара, работы, услуги) на рынке; в зависимости от рискованного уровня могут быть без рисковые, с малым риском, средним, высоким риском.

Инвестиционные проекты можно классифицировать по следующим группам критериев.

По назначению инвестирования:

- позволяющие нарастить объема выпуска продукта;
- обеспечивающие ассортиментный рост;
- обуславливающие качественный рост выпускаемой продукции;
- дающие возможность снизить себестоимости продукции;
- позволяющие воплотить социальные программы предприятия

(максимизация условий труда, решение экологических вопросов и прочее).

По мере связи реализации с другими аспектами предприятия:

- зависимые от воплощения прочих проектов;
- независимые от осуществления других проектов компании.

По затрачиваемому временному периоду на реализацию:

- краткосрочные проекты – период реализации менее 1 года;
- среднесрочные проекты – период реализации до 3 лет;
- долгосрочные проекты – период реализации превышает три года.

По требуемому объему ресурсов инвестирования:

- малые (до 100 000 \$ США);
- средние (от 100 000 до 1 000 000 \$ США);
- крупные (свыше 1 000 000 \$ США).

По используемому ресурсу для финансового обеспечения:

- при использовании внутренних источников;
- за счет акционирования (первичной или добавленной эмиссии акций);
- с помощью привлечения средств кредитования;
- смешанное финансирование.

Учитывая уровень ликвидности, инвестиционные проекты делят на:

- высоколиквидные: инвестируемый объект переходит в денежный эквивалент за короткий временной промежуток (до 1 месяца);
- среднеликвидные: конвертируются в деньги за срок до 6 месяцев;

– низколиквидные: преобразование в денежную форму происходит за более продолжительный срок (от 6 месяцев и дольше);

– неликвидные: проекты нельзя учитывать как самостоятельный инвестиционный объект из-за ряда причин (устаревшая технология, падение спроса на рынке аналогичной продукции и др.).

Существуют различные классификации инвестиционных проектов [25].

Рассмотрим классификацию, предложенную Худяковой Т.А. и Шмидт А.В., представленную в Приложении А – Классификация инвестиционных проектов [99]. Данная классификация не является основной и в работах других экономистов можно встретить иные типы классификации инвестиционных проектов.

Когда стратегическое решение об инвестировании какого-либо проекта принято, данный шаг обоснован, переходят к самому трудному и кропотливому этапу – оценка финансовой составляющей проекта. К основному аспекту анализа этого этапа относят предсказание денежного потока. А в современных реалиях мирового финансового кризиса корректная оценка предполагаемого денежного потока становится особенно актуальной.

Если поток будет просчитан неправильно, прогнозируемый результат будет недостоверным, каким бы методом оценки инвестиционного проекта он не просчитывался. Результатом подобной ошибки может стать отказ от эффективного варианта из-за того, что он будет рассчитан как убыточный. А при этом невыгодный экономически проект получит показатель сверхприбыльного. Отсюда можно сделать вывод, что для избежания неверных прогнозов нужно использовать совокупность ключевых показателей оценки: чистый доход, чистый дисконтированный доход, срок окупаемости, внутренняя норма рентабельности, индекс доходности затрат инвестиций.

Рассмотреть отдельные характеристики и нюансы инвестиционного проекта можно с помощью обязательного использования каждого из этих методов. Следовательно, только при комплексном применении всех основных методов

можно максимально минимизировать риски и убытки.

Поэтому реалистично показать инвестиционную привлекательность проекта можно только за счёт профессионального расчёта. Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что необходимо оценивать проект ещё на стадии идеи. Особенно это становится актуально в условиях мирового финансового кризиса.

В качестве главного источника оценки инвестиционной привлекательности выступает бухгалтерская (финансовая) отчётность предприятия за два последних календарных года и последний отчетный период [22].

При проведении оценки рассматриваются следующие характеристики предприятия:

- обобщенная характеристика технической базы, включающая оценку типа технологии, обладания современным оборудованием, наличие собственного транспорта и ведение складского учёта, территориальное расположение, наличие или отсутствие вблизи транспортных коммуникаций;

- параметры технической базы предприятия: ситуация с текущим технологическим состоянием, коэффициент физического и морального износа основных фондов, стоимость основных фондов;

- перечень выпускаемой продукции;

- производственная мощность – это максимально возможное производство продукции за единицу времени. Производственная мощность даёт характеристику функционирования основных фондов в ситуации, при которой есть возможность максимального использования потенциалов, заложенных в средствах труда;

- отраслевое положение предприятия, его место на рынке;

- характеристика организационной структура компании. Например, если предприятие очень крупное и имеет десятки цехов, лабораторий и отделов, то создается, как правило, иерархическая структура управления:

- владельцы предприятия и его уставной фонд. Уставной фонд – сумма вкладов учредителей предприятия, способная обеспечить его жизнедеятельность. В документах фиксируется неизменный размер уставного фонда;

– состав затрат на производство. Затраты производства – это сумма затрат материальных средств и требуемого труда. Эта сумма обозначает, сколько стоит производство продукции и определяет денежное выражение затрат, связанных с использованием сырья, топлива, энергии и т.д.;

– объем прибыли и направленность ее использования. Прибыль (убыток) представляет собой конечный финансовый результат хозяйствования предприятия и определяется как разница между выручкой от реализации продукции (работ, услуг) без налога на добавленную стоимость и акцизами и затратами на производство и реализацию, включаемыми в себестоимость продукции (работ, услуг);

– мониторинг финансового состояния предприятия. Финансовое состояние – это совокупность показателей, показывающих наличие, размещение и использование ресурсов финансового порядка. Оценив финансовое состояние компании, можно определить конкретные направления деятельности, установить максимально важные и наиболее слабые позиции в финансовом состоянии предприятия [35].

1.2 Государственное регулирование инвестиционной деятельности и методы оценки инвестиционной привлекательности

Нормы права в сфере инвестиционной деятельности могут иметь запрещающий, обязывающий, дозволяющий и стимулирующий характер. В развитых странах правовое обеспечение инвестиционной деятельности направлено на стимулирование инвестиционного процесса и его координацию в целях сбалансированного развития национальной экономики.

Правовое регулирование инвестиционной деятельности в Российской Федерации осуществляется двумя законодательствами: первое – это специальное инвестиционное законодательство; второе – гражданское и хозяйственное.

Инвестиционное законодательство контролирует и направляет порядок привлечения отечественных и иностранных инвестиций. Специальное правовое

регулирование инвестиционной деятельности представлено нормативно-правовыми актами, поэтому носит комплексный характер.

Государство регулирует инвестиционную деятельность для развития рыночных отношений в стране. Регулирующая роль государства возрастает в законодательном порядке формы и методы административного и экономического характера, используемые органами управления всех уровней для осуществления инвестиционной политики, обеспечивающей государственные задачи социально-экономического развития страны, безопасных условий для вложения в различные инвестиционные объекты.

Участие государства в регулировании инвестиционной деятельности:

- выступает в качестве системообразующего института;
- является субъектом инвестиционного процесса, выделяя бюджетные средства на конкурсной основе непосредственным заказчикам проектов;
- определяет стратегию поведения инвесторов на рынке инвестиционных товаров, а также объем и структуру бюджетных инвестиций.

Государственное регулирование инвестиционной деятельности осуществляется с помощью методов прямого и косвенного воздействия. Методы прямого воздействия реализуются инструменты правового (законодательного) регулирования, административного и экономического влияния. Косвенное регулирование осуществляется только экономическими средствами [8].

Методы прямого воздействия условно можно разделить на три группы, которые указаны на рисунке 1.

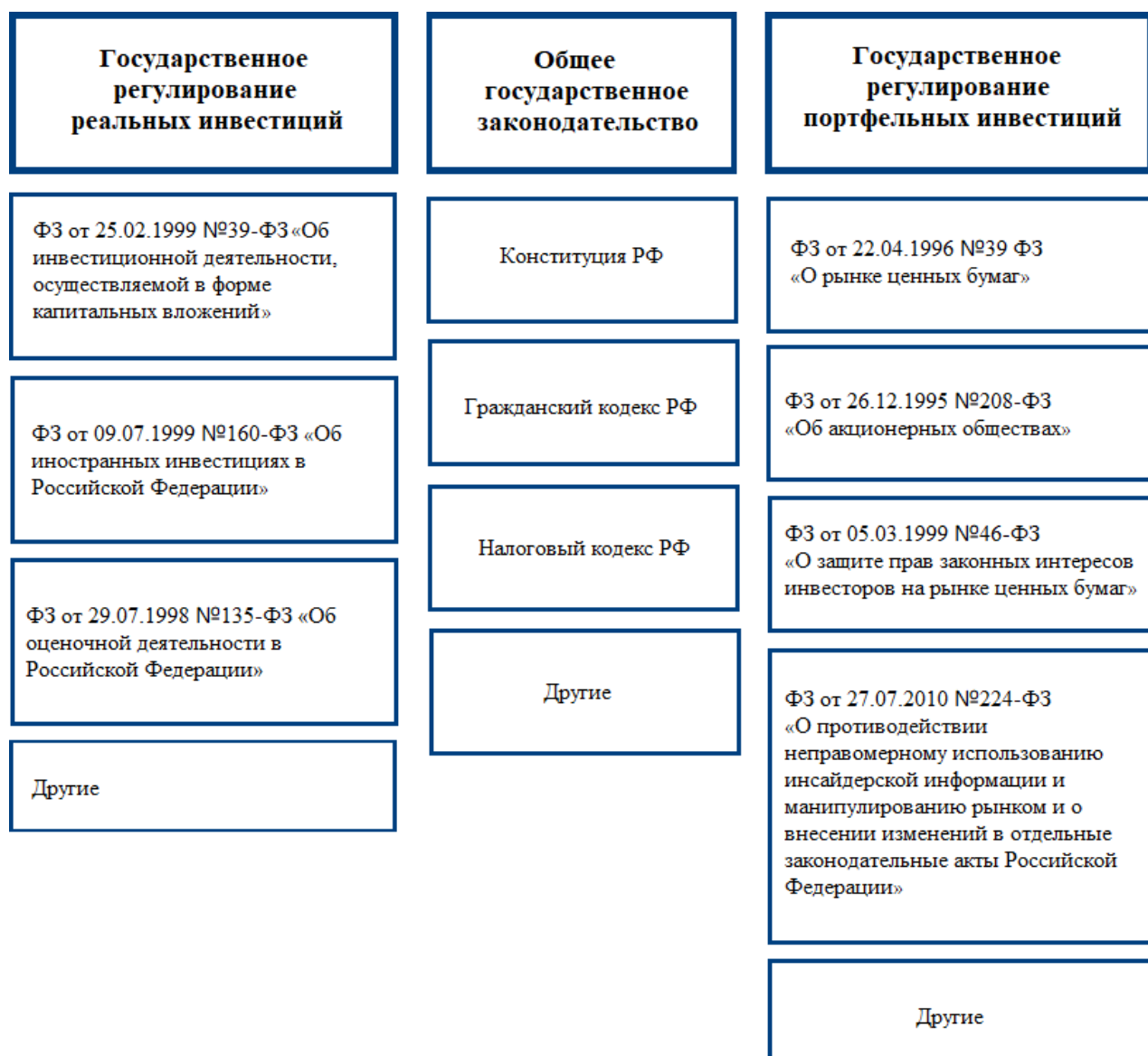


Рисунок 1 – Государственное законодательство в сфере инвестиционной деятельности

Для расчётов инвестиционной привлекательности используются различные критерии, которые подразделяются на две группы, отталкиваясь от критерия учёта или не учёта параметра времени:

- основанные на дисконтированных оценках(динамические);
- основанные на учетных оценках(статистические) [55].

В критерии первой группы включают:

- чистый дисконтированный доход (NPV);
- внутренняя норма рентабельности (IRR);
- дисконтированный срок окупаемости (DBP);

- дисконтированный индекс доходности (DPI);
- модифицированная внутренняя норма прибыли (MIRR);
- чистая терминальная стоимость (NTV).

Вторая группа включают в себя такие показатели:

- срок окупаемости (PB);
- норма прибыл (ARR);
- недисконтированный индекс доходности (PI).

Для инвестиционных проектов, которые не требуют больших затрат средств и не оказывающие большое влияние на выпуск продукции, применяются простые методы оценки эффективности. Более масштабные инвестиционные проекты требуют более сложных расчетов, также учета множества факторов.

В том случае, когда отдача вложенных средств на требуемом уровне и возвращена сумма вложений, инвестиционный проект признается эффективным.

В процессе осуществления оценки учитываются следующее.

- оценка объема инвестиционных затрат должна охватывать все задействованные при реализации проекта ресурсы;
- оценка окупаемости инвестиционных средств должна быть осуществлена на основе чистого денежного потока;
- суммы инвестиционных затрат должны быть продисконтированы.

Стоит отметить, что методы, основанные на учетных оценках (простые), не учитывают в своих расчетах изменение временной стоимости денег и, соответственно, дают завышенные результаты. Кроме того, данные методы просты в расчете и достаточно иллюстративны, вследствие чего довольно часто используются для быстрой оценки проектов на предварительных стадиях их анализа. Итак, к простым методам относятся: чистый доход, простая норма прибыли, недисконтированный период окупаемости, недисконтированный индекс доходности.

Рассмотрим данные показатели подробнее:

- чистый доход (NV)

Чистый доход (NetValue, NV) – накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период [34].

Данный показатель характеризует эффективность инвестиций в абсолютных значениях (без учета временной стоимости денег) и рассчитывается по формуле (1) [52]:

$$NV = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (1)$$

где CF – денежный поток i-го периода;

I_i – инвестиции i-го периода;

T – горизонт расчета проекта.

Критерием приемлемости проекта является положительный чистый доход, то есть $NV > 0\$$

– простая (бухгалтерская) норма прибыли (ARR)

Данный коэффициент называют также учетной нормой прибыли или коэффициентом рентабельности проекта. Данный показатель характеризует среднюю величину прибыльности проекта и рассчитывается по формуле (2) [26]:

$$ARR = \frac{\overline{Pr}}{I} \cdot 100\%, \quad (2)$$

где \overline{Pr} – среднегодовая чистая прибыль (за минусом отчислений в бюджет) от реализации проекта;

I – инвестиции.

Показывает среднюю величину прибыльности проекта. Смысл показателя заключается в приблизительной оценке того, какая часть инвестированного капитала возвращается в виде прибыли в течение одного интервала планирования. Достоинством показателя является простота расчета, недостатком – игнорирование факта ценности денег во времени. Чем выше значение данного показателя, тем лучше;

– недисконтированный период окупаемости (PB)

Данный показатель характеризует время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока, генерируемого инвестиционным

проектом [99], и рассчитывается по формуле (3):

$$PB = \frac{I}{Pr}. \quad (3)$$

Критерием приемлемости проекта является меньший срок окупаемости проекта чем горизонт расчета проекта, то есть $PB < T$;

– недисконтированный индекс доходности (PI)

Данный показатель характеризует доход на единицу инвестиционных затрат и рассчитывается как отношение доходов по проекту к стоимости первоначальных инвестиций по формуле (4) [15]:

$$PI = \frac{NV}{I} + 1. \quad (4)$$

Критерием приемлемости проекта является индекс доходности, больший единицы, то есть $PI > 1$. Если индекс доходности больше единицы, то проект принимается, если индекс доходности меньше единицы, то проект отклоняется.

Далее разберем подробнее дисконтированные показатели оценки эффективности инвестиционного проекта.

Дисконтированные методы строятся на учете фактора временной стоимости денег в формате ставки дисконтирования и показывают более точные результаты:

– чистый дисконтированный доход (NPV)

Является одним из наиболее широко используемых в современной экономике методов. Показывает общий экономический эффект от инвестиционного проекта. Данный показатель отражает прогнозную оценку прироста экономического потенциала предприятия в случае принятия рассматриваемого проекта и определяется путем сопоставления величины дисконтированных инвестиций с общей суммой дисконтированных денежных поступлений, порождаемых ими в течение расчетного периода по формуле (5) [28]:

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

где CF_i – денежный поток за i -й период;

r – ставка дисконтирования;

I_i – суммарные приведенные инвестиционные затраты;

T – горизонт планирования.

Ставка дисконтирования – это процентная ставка, которая используется для того, чтобы переоценить стоимость будущего капитала на текущий момент.

NPV показывает эффективность вложения в инвестиционный проект: величину денежных средств, которую инвестор ожидает получить от проекта, после того, как денежные притоки окупят его первоначальные инвестиционные затраты и периодические денежные оттоки, связанные с осуществлением проекта.

Одним из подходов при определении ставки дисконтирования является формула Фишера. Воспользуемся его полной формулой (6):

$$(1 + r) = (1 + r_m) \cdot (1 + j) \cdot (1 + R), \quad (6)$$

где r_m – минимальная реальная доходность;

j – уровень инфляции;

R – рискованная премия.

Если $NPV < 0$, отрицательное значение, наоборот, свидетельствует о неэффективности их использования, то есть то данный инвестиционный проект не обеспечивает покрытие будущих расходов.

Если $NPV = 0$, то данный инвестиционный проект обеспечивает лишь безубыточность инвестирования денежных средств, то есть проект ни прибыльный, ни убыточный.

Метод расчета чистого дисконтированного дохода в отечественной экономической литературе употребляется в следующих вариациях: чистая приведенная стоимость, чистая текущая стоимость, дисконтированный денежный доход, дисконтированная прибыль, действительная стоимость, чистая современная стоимость. Термин «чистый» в обобщенной трактовке имеет следующий смысл: каждая сумма денег определяется как алгебраическая сумма входных (положительных) и выходных (отрицательных) потоков [85];

– дисконтированный индекс доходности (DPI)

Определяет ликвидность той или иной денежной инвестиции, формула расчета (7) [65]:

$$DPI = \frac{NPV}{I} + 1, \quad (7)$$

где NPV – чистый дисконтированный доход;

I_i – первоначальные инвестиции.

Желаемое значение дисконтированного индекса доходности больше или равно единице;

– дисконтированный срок окупаемости (DPB)

Данный показатель характеризует продолжительность периода, в течение которого сумма чистых доходов, дисконтированных на момент завершения инвестиций, равна сумме инвестиций, при этом инвестиции также дисконтируются также с учетом фактора времени. Проект приемлемый по критерию PP, может отказаться не приемлемым по критерию DPB [4].

Дисконтированный срок окупаемости рассчитывается по формуле (8) [79]:

$$DPB = \sum \frac{CF}{(1+r)^i} \geq 1, \quad (8)$$

где CF_i – приток денежных средств в период t ;

r – ставка налога на прибыль, в долях.

Считается, что чем больше период окупаемости, тем выше риск проекта.

Очевидно, что в случае дисконтирования срок окупаемости увеличивается.

Положительными сторонами метода дисконтированного срока окупаемости (DPP), является то, что он позволяет судить о ликвидности и рискованности проекта. Кроме того, критерий DPP учитывает возможность реинвестирования доходов и временную стоимость денег. Недостаток – игнорирует денежные поступления после истечения срока окупаемости проекта;

– внутренняя норма доходности (IRR)

Синонимы: внутренняя норма прибыли, внутренний коэффициент окупаемости инвестиций. Является относительным показателем, т.е. не зависящим от объемов проекта.

Внутренняя норма доходности – максимальная ставка платы за привлекаемые источники финансирования проекта, при которой последний остается безубыточным [38]. Другими словами, отражает ставку процента, при которой приведенная стоимость всех денежных потоков инвестиционного проекта (т.е. NPV) равна нулю. Это означает, что при такой ставке процента инвестор сможет возместить свою первоначальную инвестицию, но не более того.

Для определения способа вычисления внутренней нормы доходности используется уравнение (9) [47]:

$$NPV = -IC + \sum \frac{CF}{(1+IRR)^i} = 0. \quad (9)$$

Получим (10):

$$NPV (IRR) = \sum \frac{CF}{(1+IRR)^i} - \sum \frac{I}{(1+IRR)^i} = 0. \quad (10)$$

Практическое применение данного метода сводится к последовательной интеграции, с помощью которой находится дисконтирующий множитель, обеспечивающий равенство $NPV = 0$.

Смысл расчета этого показателя в том, что он позволяет определить максимально допустимый относительный уровень расходов, которые могут быть ассоциированы с данным проектом. Например, если проект полностью финансируется за счет ссуды коммерческого банка, то значение показателя показывает верхнюю границу допустимого уровня банковской процентной ставки, превышение которого делает проект убыточным [33].

Можно вычислить значение IRR «вручную» методом подбора (подстановки) ставки дисконтирования r в формуле NPV (5), пока не будет достигнуто значение $NPV = 0$.

Кроме того, осуществить расчет данного показателя можно с помощью Excel, воспользовавшись специально предназначенной формулой для расчета (11) [68]:

$$IRR = ВСД(CF_0; CF_i; IRR). \quad (11)$$

Проект принимается, когда значение показателя $IRR >$ ставки дисконтирования r . В таком случае проект окупает затраты, обеспечивает прибыль, заданную ставкой дисконтирования, и обеспечивает запас прибыли в абсолютной величине, равной NPV, а в относительной равной $(IRR - r)$.

В случае, если значение $IRR = r$, то проект ни прибыльный, ни убыточный.

В случае, если значение $IRR < r$, проект следует отвергнуть, как убыточный, так как он не только не обеспечивает запас прибыли (дополнительную доходность), а даже не обеспечивает прибыль, заданную ставкой дисконтирования [56].

Внутренняя норма доходности отражает устойчивость компаний к неблагоприятным изменениям, поэтому те компании, которые имеют наибольшую величину IRR, являются более привлекательными для инвесторов. Также IRR должна быть больше нуля, а также превышать ожидаемую норму дохода инвестора.

Формальное определение внутренней нормы доходности заключается в том, что это процентная ставка, при которой сумма дисконтированных притоков денежных средств равна сумме дисконтированных оттоков.

Внутренняя норма доходности при сравнительной оценке эффективности инвестиций должна использоваться только в сопоставлении с другими показателями. С учетом этого данный показатель может служить индикатором уровня риска по инвестиционному проекту: превышение внутренней нормы доходности над заданной нормой дисконта свидетельствует о более высокой надежности проекта и уменьшает опасность возможных ошибок при оценке потока денежных поступлений [20].

Каждое предприятие в течении цикла своего функционирования так или иначе

участвует в инвестиционной деятельности. И для каждого из них тонкими и спорными моментами в итоге становятся определение вида инвестиций

инвестиционной стоимости идеи, большое количество потенциально возможных проектов, дефицитность финансовых ресурсов, которые можно использовать для инвестирования, принятия постоянной рискованности любого решения.

Какие бы методы не были применены, пусть даже самые изощренные, стопроцентной точности они дать не могут. Главная цель заключается в том, чтобы дать максимально объективные и не единожды проверяемые унифицированные показатели рассматриваемого проекта.

Поэтому именно применение динамических (дисконтированных) методов даст наибольшую точность, так как они учитывают денежные потоки, возникающие при реализации проекта. Принцип «завтрашние деньги дешевле сегодняшних» лучше всего отражается при дисконтировании. А также при дисконтировании учитывается возможность каких-то других вложений по ставке дисконта.

Предсказывание и планирование положительных (доходов по проекту) и отрицательных (расходов по проекту) денежных потоков выступает общей схемой любого дисконтированного метода на плановый период. Также очень важно сопоставлять полученные сальдо потоков с инвестиционными затратами. При этом, если оценивать риск проекта определенными методами учёта неточностей, которые дадут возможность уменьшить воздействие неверных прогнозов на итоговый результат, можно значительно нарастить обоснованность и корректность аналитических результатов.

Изученные в данном разделе методы оценки и критерии эффективности основываются на дисконтировании денежных потоков, связанных с реализацией инвестиционного проекта. Но вопреки тому, что данные методы имеют под собой теоретическое и математическое обоснование, к их трактовке нужно подходить с осторожностью. Причиной тому является прогнозность значений первоначальных данных. Эти значения опираются на ожиданиях, персональных

оценках и, порой, вообще на догадках.

Можно сделать вывод, что полученные при проведении инвестиционного анализа результаты представляют собой отправную точку, определенные сигнальные индикаторы, которые позволяют понять тонкие стороны проекта и тщательно их проработать в дальнейшем.

1.3 Зарубежный и российский рынок ателье по пошиву одежды

Одна из самых развивающихся отраслей легкой промышленности на сегодняшний день – швейная промышленность. Она относится к группе обрабатывающих производств, которая занимает большую долю в структуре ВВП России. По данным Федеральной службы государственной статистики, на 2017 год доля составляла 13,7%, являясь второй по величине в структуре после торговли оптовой и розничной. На 2018 год доля выросла и составила 14,3%, заняв первое место в структуре ВВП [25].

Швейная промышленность является второй по объему производства валового продукта среди всех отраслей легкой промышленности. По статистике, рост объемов производства одежды и текстильных изделий имел положительную динамику. Исключением стал 2019 года, когда объемы незначительно упали на 2,13% относительно предыдущего года.

В целом стоит отметить, что отрасль перспективна и имеет потенциал для развития. Сейчас на рынке одежды в России основную долю занимают сетевые магазины, чья одежда разрабатывается и производится за рубежом. Их конкурентным преимуществом служит репутация и узнаваемость бренда, история компании. Такие магазины пользуются популярностью за счет своей популярности и хорошей репутации компании. Также с 2013 года возросла популярность шоу-румов, малометражных магазинов, реализующих модную одежду разных производителей для повышения популярности и спроса на нее. С ростом популярности на подобные магазины сформировалось общественное мнение, что одежда, купленная в шоу-румах или просто частных магазинах,

позволит человеку отличаться от общей массы людей, покупающих одежду в сетевых магазинах одежды.

Статистика показывает, что производство одежды является выгодной отраслью легкой промышленности, валовая добавленная стоимость ежегодно растет, что прямо связано с ростом отрасли. Динамика роста валовой добавленной стоимости и ее темп прироста отражены на рисунке 2.



Рисунок 2 – Рост отрасли производства текстильных изделий, одежды

По данным государственной регистрации организаций, юридических лиц и их территориально-обособленных подразделений по виду экономической деятельности, число предприятий-производителей одежды, в период с 2016 по 2018 года сократилось на 15% (2 436 предприятий), что связано с выходом на рынок крупных зарубежных брендов [51].

Динамика количества производителей одежды в России представлена на рисунке 3.

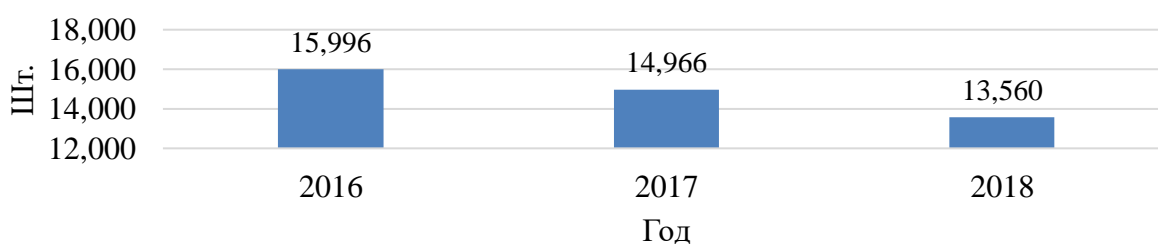


Рисунок 3 – Количество производителей одежды в России, шт.

Российские производители столкнулись с массовым оттоком потребителей к более «именитым» конкурентам. Это послужило началом реструктуризации рынка и изменению потребительских предпочтений, к которым местные

производители вынуждены были приспособливаться.

Отдельно стоит отметить повышение ставки НДС с 18% до 20% с 1 января 2019 г. Введение схемы возврата НДС для иностранных туристов с октября 2018 г. вряд ли поможет уравновесить негативные последствия такого шага для предпринимателей и потребителей [49].

Реальный располагаемый доход населения, в 2017 г. опустившийся до уровня 2012 г., начал восстанавливаться, и в новом году, прогнозируют эксперты, продолжит расти, что означает новые возможности для бизнеса.

Несмотря на возможное ускорение инфляции в результате повышения НДС и потенциального ослабления рубля, рост доходов от сырьевого экспорта позитивно отразится на размерах зарплат россиян, а увеличение налоговых поступлений в бюджет позволит государству улучшить программы социальной поддержки.

Тем не менее, необходимо отметить, что росту объемов продаж в розничном секторе будет препятствовать целый ряд факторов.

Первый из них – почти повсеместный широкий разрыв в доходах россиян. Так, например, размер ВВП на душу населения в Москве и Подмосковье на 87% превышает средний по стране в рублевом выражении.

Второй – высокий уровень бедности в удаленных сельских районах: только треть потребителей располагает достаточным доходом (или может взять кредит) для приобретения товаров длительного пользования. Продуктовый ритейл имеет возможность торговать по ценам, доступным для слоев населения со средним и низким доходом, заменяя дорогие импортные продукты на полках на дешевые местные аналоги, но в других категориях розничного сектора бизнес такой гибкостью не обладает.

Так, ритейлеры, продающие товары для дома, брендовую одежду, обувь и аксессуары, пострадали в кризис сильнее всего – настолько, что некоторым иностранным компаниям пришлось покинуть российский рынок.

При рассмотрении перспектив отрасли легкой промышленности Европы,

особое внимание привлекает рынок ЕС. В период с 1988 по 2000 гг. дефицит торгового баланса ЕС по позиции легкой промышленности увеличился с 6,5 млрд. евро до 27 млрд. евро, причиной чему стало увеличение торговли со странами Центральной и Восточной Европы (в основном, Польшей, Венгрией, Словакией, Чехией, Болгарией, Румынией, Словенией, Эстонией, Литвой и Латвией) и странами региона Магриб (Тунис, Алжир, Марокко). В основном этому способствовало использование такого преимущества этих стран, как низкий уровень оплаты труда при высоком качестве продукции.

В производстве полуфабрикатов для легкой промышленности большое значение имеет обеспеченность сырьем – хлопком, шерстью, кожсырьем, химическими волокнами. Это также важный фактор, влияющий на размещение предприятий этой отрасли. В настоящее время все большее влияние на производство продукции легкой промышленности оказывает научно-технический прогресс. Так, текстильная промышленность в последние десятилетия существенно изменила свою структуру. Если раньше главной отраслью текстильной промышленности мира была хлопчатобумажная, за которой следовали шерстяная, льняная и переработка искусственных волокон, то в настоящее время в мировом производстве тканей значительно возросла доля химических волокон, а доля хлопка, шерсти и особенно льна уменьшилась. На состояние отрасли важное влияние оказало создание смесовых тканей из натуральных и химических волокон, промышленное производство трикотажа. Это напрямую связано с развитием швейной промышленности за рубежом.

На развитие легкой промышленности большое влияние оказывает рост благосостояния населения и, соответственно, спроса. Мировой рынок одежды и текстиля является крайне фрагментированным и разнообразным: от пряжи, ниток и тканей до готовой одежды от всемирно известных поставщиков. Он включает в себя все виды розничной торговли и даже магазины домашнего текстиля. В мире существует не поддающееся никакому учету число торговых точек по сбыту изделий группы текстиля.

Вместе с тем основной объем производства и коммерческие обороты сосредоточены в руках нескольких десятков глобальных компаний, в числе которых можно выделить ChristianDior, Nike и Inditex (в эту группу входят: Zara, Pull&Bear, MassimoDutti, Bershka, Stradivarius, Oysho и Uterque), которые широко представлены и в России.

Швейная промышленность по стоимости произведенной продукции близка к текстильной. В швейной промышленности выделяются два вида сегментов. Первый – производство модных и дорогих товаров, ориентированное на ограниченный круг потребителей. Оно требует высокой квалификации работников и относительно сложной техники и характерно для развитых стран, где большую роль играют мастерские и дома мод, в которых и формируются современные тенденции стиля и моды. В швейной промышленности мира выделяются: Рим и Милан как центры массовой моды (готовое платье), Париж – центр высокой моды. Вместе с тем такой вид производства присущ и развивающимся странам, в первую очередь азиатским, где работают не только фабрики конвейерного типа, но и ремесленные предприятия, получающие материал и заказы от крупных фирм, а также шьющие по индивидуальным заказам в рекордно короткие сроки. Второй вид – выпуск продукции массового потребления, предназначенной для экспорта. Эта продукция отличается относительной простотой изделий, разнообразием расцветок и моделей. Решающую роль здесь играют несложность технологии и дешевизна используемой рабочей силы. Этот вид производства сосредоточен большей частью в развивающихся странах, многие из них, и прежде всего Китай, Индия, превратились в производителей и экспортеров одежды мирового уровня.

Главным мировым экспортером одежды, как и текстиля, выступает Китай. С большим отрывом от него идут все страны ЕС, а за ними – азиатские страны, при этом растет доля стран с совсем дешевым трудом. Например, доля Бангладеш в 2000 г. составляла 2,6% мирового экспорта, а в 2015 г. – 6,4%, доля Вьетнама – 0,9% и 5,5% соответственно. В последние годы все больше одежды поступает

на мировой рынок из Камбоджи [38].

Вывод по разделу один

Изучив в данной главе всё, что связано с сущностью и понятием инвестиционного предложения, изучив основные факторы, которые оказывают непосредственное влияние на уровень и потенциал привлекательности проекта, а также разобрав основные методы оценки, можно сделать вывод, что это очень ёмкий и сложный показатель, правильное и грамотное изучение которого влияет на корректное функционирование и дальнейшее развитие предприятия.

Важно отметить роль государства в инвестиционной деятельности. Нормы права могут носить стимулирующий, позволяющий, обязывающий или запрещающий. В России существует специальное инвестиционное законодательство, а также гражданское и хозяйственное. Все они регулируют инвестиционную деятельность в стране. Существует также два вида воздействия государства на инвестиционную деятельность: прямое и косвенное. Прямое воздействие осуществляется посредством инструментов законодательного, административного и экономического влияния, косвенное – с помощью экономических средств.

Многообразие методов оценки инвестиционной привлекательности проектов принято разделять на две группы: недисконтированные и дисконтированные. Результаты, полученные при проведении данных расчётов, должны стать основой для принятия инвестиционного решения. При неправильной оценке факторов и проведении неполного анализа критериев, возникают большие риски для собственников бизнеса и для инвесторов направить денежные средства в заведомо неприбыльный и финансово тяжёлый проект, а, следовательно, потерять вложенный капитал. Всего этого можно избежать при грамотном изучении инвестиционной привлекательности внедряемого проекта.

2 ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АТЕЛЬЕ-МАГАЗИНА

2.1 Общая характеристика ателье-магазина ИП Холматова

Ателье расположено по адресу: 454047, г. Челябинск, ул. Черкасская, 17.

Организационно-правовая форма – Индивидуальный предприниматель (ИП Холматова).

Режим налогообложения – УСН (упрощенная система налогообложения) «Доходы», размер налоговой ставки 6%.

За счет сложившегося имиджа ателье, индивидуального подхода к клиентам, своевременному и качественному выполнению заказов, оптимизации взаимоотношений с поставщиками, а также благодаря использованию эффективных маркетинговых и рекламных средств, на сегодняшний день ателье ИП Холматова является успешным ателье-магазином по ремонту и пошиву одежды в г. Челябинск.

Основной вид деятельности – ОКВЭД 18.24 – пошив аксессуаров и другой одежды (для ателье основным выбран этот код). Основной целью предприятия является получение прибыли, а также удовлетворение запросов потребителей.

Ателье оказывает широкий спектр услуг по ремонту и пошиву одежды. Расположено в торговом центре «Невский», на улице Черкасская, 17, высокая проходимость, хорошая репутация и невысокие цены позволяют проекту приносить стабильную прибыль.

Несмотря на большое количество розничных магазинов одежды, есть люди, которые хотят носить уникальную одежду, сшитую из качественных тканей. Ателье принимает заказы как на индивидуальный пошив любого размера, так и, замену замков, и на другие работы одежды, принесенную клиентом. Также обладатели нестандартных типов фигур обращаются в ателье для подгонки стандартного кроя одежды под тип своей фигуры.

Многие потребители нуждаются в мелком ремонте своей одежды, это обходится дешевле, чем покупка в розничных магазинах новой продукции, также можно продлить срок службы своим любимым вещам.

В ателье учтены все требования, которые предъявляют к модной одежде клиенты; качественные ткани, комфорт и широкий ассортимент предоставляемых услуг.

Целевая аудитория – мужчины и женщины, проживающие в крупных городах, со средними доходами, относящиеся по сфере деятельности к студентам, офисным сотрудникам или руководителям среднего звена. Они ориентированы на покупку одежды преимущественно в торговых центрах с периодичностью раз в 2–3 месяца.

Преимуществом данного ателье является его расположение в ТЦ города Челябинска в ТЦ расположено большое количество магазинов розничной продажи одежды так люди могут воспользоваться услугами данного ателье сразу после покупки. Так как зачастую купленные вещи требуют доработки и не всегда отвечают по всем критериям покупателей. Так же наличие транспортных развязок, остановок общественного транспорта и автостоянок является конкурентным преимуществом ателье.

Для функционирования ателье задействован следующий персонал:

- директор;
- бухгалтер;
- администратор;
- швеи.

На рисунке 2.1 представлена организационная структура ИП.

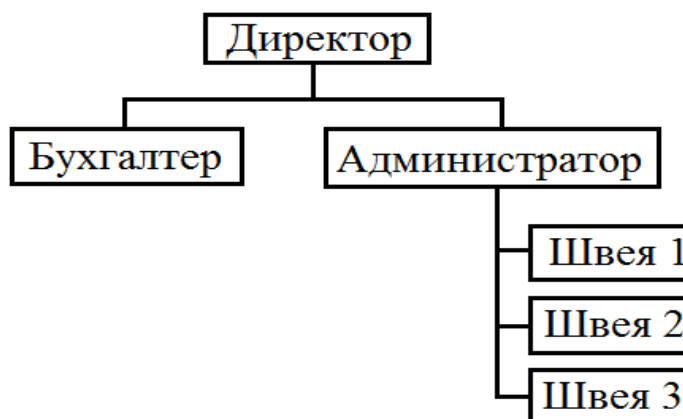


Рисунок 2.1 – Организационная структура ИП

Организационная структура относится к линейно-функциональному типу, так как присутствует четкая иерархия, в которой сотрудники подчиняются своим непосредственным начальникам, а конкретные функции выполняются отдельными вертикальными подсистемами. Абсолютным преимуществом данной структуры является отсутствие дублированных функций. Также, на основе масштаба предприятия, характеризуется полной управляемостью.

За счет постоянной оптимизации ассортимента предлагаемых услуг, внедрения современных логистических и информационных технологий, оптимизации взаимоотношений с поставщиками, а также благодаря использованию эффективных маркетинговых и рекламных средств, на сегодняшний день ателье ИП Холматова является успешным ателье по пошиву и ремонту одежды в городе Челябинск.

2.2 Стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия

Проведем стратегический анализ данного предприятия, анализ среды принято рассматривать, как состоящий из двух сфер: внутреннюю и внешнюю. Внешняя среда, в свою очередь, подразделяется на микросреду (или рабочую, или непосредственное / ближнее окружение) и макросреду (или общую, или непосредственное деловое / дальнее окружение).

Анализ внешней среды – процесс стратегического управленческого анализа, предназначенный для контроля факторов, внешних по отношению к организации, с целью определения возможностей и угроз.

Анализ внешней среды включает рассмотрение внешних элементов окружения компании. Важнейшее направление анализа внешней среды – выявление и понимание существующих и потенциальных возможностей и угроз, с которыми сталкивается компания. Возникновение возможностей обуславливается тенденциями или событиями, способными (при условии правильной с точки зрения стратегии реакции) привести к значительному росту объема продаж и прибыли [29].

Четыре группы факторов объединены в сводную таблицу PEST-матрицу (политические (Political), экономические (Economic), социальные (Social), технологические (Technological)).

Результаты макроэкономического анализа по выявлению факторов внешней среды представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Результаты макроэкономического анализа

Политические факторы (P)	Экономические факторы (E)
– поддержка малого и среднего предпринимательства – относительная политическая стабильность	– повышение реальных доходов населения – ужесточение налогового бремени – повышение уровня инфляции в 2019 г.
Социокультурные факторы (S)	Технологические факторы (T)
– повышение к качеству одежды со стороны потребителя – растущая тенденция шить одежду на заказ – растущий рынок швейного производства для внутреннего потребления	– совершенствование швейной техники – доступность технологического оборудования

С помощью PEST-анализа были выявлены следующие факторы:

1) политические факторы:

– поддержка малого и среднего предпринимательства. «Содействие развитию малого и среднего предпринимательства в городе Челябинске в 2018–2020 годах» (муниципальная программа). Целью муниципальной программы является обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства в городе Челябинске. В рамках данного проекта будущий предприниматель может получить субсидию на Start-Up. При этом субсидия должна тратиться по назначению и может иметь разные виды направленности: обучение работников на курсах; выплаты по кредитам; для арендных платежей; обновления основных средств; гранты на реализацию бизнес-плана; на патентование.

Государство также оказывает поддержку в виде финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства; информационно-консультационной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;

имущественной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства
ФЗ № 209 и Распоряжению Администрации г. Челябинска от 20.04.2017 N 4715;

– относительная политическая стабильность

Политическая стабильность – это устойчивое состояние политической системы, позволяющей эффективно функционировать и развиваться в условиях внешних и внутренних изменений, сохраняя при этом свою структуру, характеризующееся наличием необходимых условий и факторов, обеспечивающих сохранение обществом своей идентичности, гражданского мира и согласия на основе достижения баланса интересов различных социальных субъектов и политических сил, своевременного легитимного разрешения возникающих проблем и противоречий в сфере политики с помощью предусмотренных законом механизмов и средств;

2) экономическая среда:

– повышение реальных доходов населения

Реальные располагаемые денежные доходы россиян (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на инфляцию) в третьем квартале 2019 года выросли на 3% в годовом выражении, следует из оценки Росстата (по данным исследования на 17.10.2019 г.), хотя по итогам первого полугодия реальные доходы россиян сокращались, согласно пересмотренной оценке на 1,2%.

Рост реальных располагаемых доходов зафиксирован впервые за последние четыре квартала и стал самым быстрым по крайней мере с начала 2018 года.

Проблема же заключается в том, что рост реальных доходов совсем незначителен, хотя и отмечается положительная динамика;

– ужесточение налогового бремени

Повышение налогов в 2020 году. Для компаний и ИП на УСН с 1 января 2020 года многое поменяется в законодательстве. Последние новости такие: утвердили новые лимиты и ставки по налогу, новые суммы взносов и многое другое.

Рассматривается еще один новый законопроект.

Документ Минэкономразвития с новыми коэффициентами-дефляторами (К1) на налоги опубликован на портале нормативно-правовых актов. Для единого налога на вмененный доход (ЕНВД) министерство предложило коэффициент 2,009, для заменяющего налоги патента – 1,592, для торгового сбора – 1,382.

Стоит отметить один из положительных факторов: отмена госпошлины за электронную регистрацию организации и ИП в соответствии с ФЗ N 234 от 29.07.2018.

Не стоит забывать о введенном НДС с 2019 года. Косвенные налоги, поэтому все издержки связанные с повышением НДС перекладываются на потребителя. В большей степени повышенный уже с 2019 года НДС влияет на закупку оборудования, ткани;

– повышение уровня инфляции в 2019 году

Всероссийская служба статистики – Росстат – занимается ежегодным расчетом и прогнозированием темпов роста инфляции в стране. По официальным данным на в октябре 2019 года уровень инфляции в России составил 3,77% (в годовом исчислении, за последние 12 месяцев), что на 0,22 больше аналогичного предшествующего периода. Ожидается, что также на конец 2019 года этот показатель будет больше прошлого года;

3) социальные факторы:

– повышение к качеству одежды со стороны потребителя

Сейчас все больше потребителей (в частности, среди представительниц женского пола) обращают внимание на качество продукции. При чем обращают внимание на такие показатели как гигиенические факторы (одежда должна обеспечивать нормальную жизнедеятельность), эксплуатационные факторы (удобство в носке), эстетические (эстетическая красота, оригинальность пошива), экономические (доступная для заказа);

– растущая тенденция шить одежду на заказ

Все больше появляется тенденция покупать не только готовые, уже пошитые сорочки, а именно сшитые по собственным меркам, определенного цвета

или ткани. Сейчас представительницы прекрасного пола все больше любят заказывать сразу комплектом;

– растущий рынок швейного производства для внутреннего потребления

Из-за того, что доллар постоянно скачет и в основном поднимается в цене, повышается стоимость готовых швейных товаров, особенно иностранного производства. Именно по этой причине в последнее время в России стал популярен такой бизнес, как пошив различной одежды.

Что касается распределения спроса на отечественную швейную продукцию, то первое место занимает одежда из хлопчатобумажной ткани (порядка 30%), затем отмечен высокий спрос на отечественное постельное белье из льна или хлопка (12–15%), далее востребовано белье столовое, полотенца, интерьерные изделия, шторы — это примерно 10%;

4) технологическая среда:

– совершенствование швейной техники

На данный момент существует большое количество выбора швейных машин.

Классификация швейных машин очень большая: вышивальные, компьютерные, вязальные и оверлоки для обметывания краев изделий. Вышивальные швейные машины предназначены для вышивки на одежде и прочих изделиях, как искусственных, так и натуральных.

С их помощью на ткань можно наносить всевозможные рисунки любой сложности, размера, цветовой гаммы. Компьютерные швейные машины значительно «умнее» обычных машин. Отличаются ЖК дисплеем, программируемым положением иглы в конце шитья. Способны выполнять в среднем 55–70 операций (в зависимости от производителя, целей использования и т.п.).

Таким образом, при выборе можно выделить несколько критериев: техническая характеристика машины, конструктивно-кинематическая схема механизма иглы и нитеперетягивателя, способы заправки верхней нити;

– доступность технологического оборудования

Данное технологическое оборудование (в частности, швейных машин) представлено большим количеством по разным техническим критериям, в зависимости от целей использования.

Если на макроокружение компании трудно оказывать значительное влияние или контролировать его процессы, то динамика микроокружения может напрямую зависеть от выбора ее стратегии.

Таким образом, анализ предприятия показал, что макросреда благоприятна для открытия нового ателье по пошиву и ремонту одежды.

Изучение внешней микросреды организации направлено на анализ состояния тех составляющих внешней среды, с которыми организация находится в непосредственном взаимодействии.

Анализ микросреды организации проведем согласно модели пяти сил Портера.

В модели Портера предполагается, что существует пять основных сил, которые формируют структуру отрасли:

- уровень конкурентной борьбы;
- угроза появления новых игроков;
- угроза со стороны товаров-заменителей;
- рыночная власть покупателей;
- рыночная власть поставщиков.

1) Рыночная власть поставщиков – достаточное количество поставщиков как швейного оборудования, так и поставщиков ткани. Поэтому можно говорить о низком уровне влияния.

2) Рыночная власть потребителя – на сегодняшний день растет спрос потребителя на заказ по индивидуальным меркам пошива одежды. Стоит отметить тот факт, что повышение доходов потребителя может оказать влияние на объемы продаж (впрочем, как обратная зависимость). В связи с этим, рыночную власть потребителя также можно оценить как среднюю.

3) Уровень конкурентной борьбы – можно наблюдать различное число предложений на рынке готовых изделий домашней одежды в разной ценовой

категории, но при этом и разного качества, не всегда устраивающего покупателя либо по цене, либо по качеству. Поэтому уровень конкурентной борьбы можно оценить как средний.

4) Угроза появления новых игроков – в России рынок пошива по индивидуальным меркам растет. При этом открытие студии по пошиву не требует серьезных капитальных вложений, вход в отрасль достаточно свободный, хотя требует продуманности оригинальности пошива, умения рукодельницы, качество выбираемых тканей, так как есть рукодельницы, которые также шьют на заказ без создания юридического лица.

5) Опасность появления товара-субститута (заменителя) – заменителем может выступать только унифицированный магазинный товар массового производства по низкой цене. В целом данную угрозу можно оценить как низко-вероятностную, потому как вещи хорошего качества будут цениться всегда. Таким образом, модель 5 сил конкуренции Портера используется для понимания структуры отрасли, анализа ее привлекательности с точки зрения получения прибыли, оценки конкуренции и разработки стратегии бизнеса.

Результаты микроэкономического анализа представлена в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Результаты микроэкономического анализа

Рыночная власть потребителей (средняя)	Рыночная власть поставщиков (низкая)
– существует заинтересованность потребителя в данных услугах, в частности товаров – зависимость спроса на услуги от доходов населения	– большое количество поставщиков швейного оборудования, ткани
Угроза появления новых игроков (средний)	Угроза появления товаров-заменителей (низкий)
– вход в отрасль свободный, не требует значительных капитальных вложений, требует только мастерство и опыт в этой сфере	– заменителем может выступать только унифицированный магазинный товар массового производства по низкой цене
Уровень конкурентной борьбы (средний)	
– можно наблюдать различное число предложений на рынке готовых изделий домашней одежды в разной ценовой категории, но при этом и разного качества	

В рамках анализа конкурентоспособности, рассмотрим рынок ателье в Челябинске. Анализируя рынок ателье в Челябинске, мы можем

воспользоваться электронным справочником «2ГИС», по нашему запросу «ателье по пошиву и ремонту одежды» выдал нам 469 организаций в нашем городе. Основная масса ателье находится в Калининском районе – 104 организации. Затем в Курчатовском районе – 76 организаций, далее в Центральном районе города находится 72 организации. В Советском районе города – 63 ателье по пошиву одежды. В Ленинском районе найдено 49 организаций. 48 ателье в Тракторозаводском районе. И наконец в Metallургическом районе обнаружено 38 ателье по пошиву и ремонту одежды [50].

Объем услуг по пошиву одежды в г. Челябинске представлен в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Объем услуг по пошиву одежды в г. Челябинске

Год	Челябинская область
	Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий: тысяча рублей объем бытовых услуг населению (значение показателя за год)
2015	255 340,3
2016	219 229,7
2017	262 207,5
2018	308 839,1
2019	318 354,8

Для того, чтобы понять, каков объем услуг на рынке пошива лучше всего представить данную таблицу в виде столбчатой диаграммы, которая представлена на рисунке 2.2.

Из рисунка видно, что в 2016 году был спад на услуги ателье по пошиву, но после 2017 года объем услуг стабильно растёт. Стоит отметить, что ИП Холматова имеет в 2019 году 10% продаж от общих продаж по рынку Челябинска, что является хорошим показателем для предприятия такого масштаба. Следовательно, можно говорить о высокой конкурентоспособности ИП Холматова на рынке перед ее основными конкурентами.

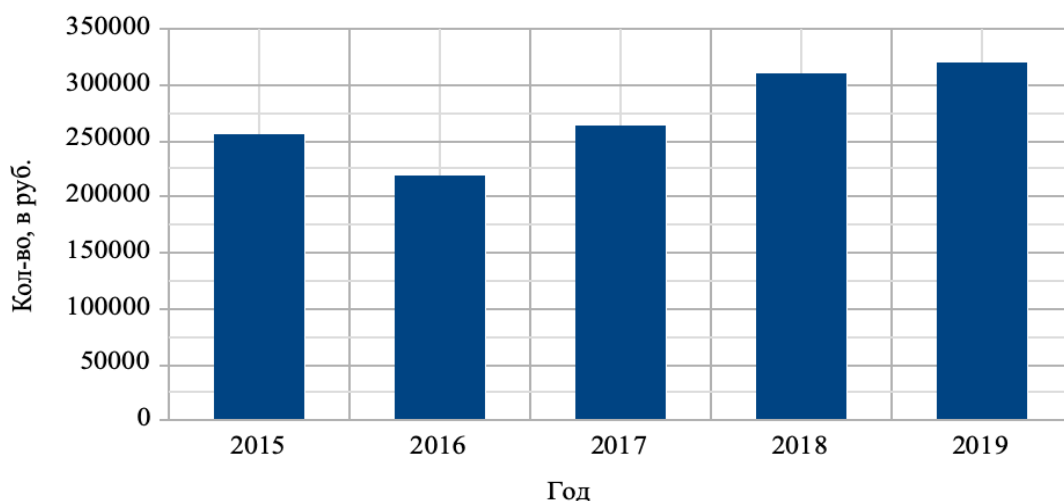


Рисунок 2.2 – Объём услуг на рынке пошива

Из рисунка видно, что в 2016 году был спад на услуги ателье по пошиву, но после 2017 года объём услуг стабильно растёт.

Для того, чтобы определить основных игроков рынка ремонта и пошива одежды, необходимо провести анализ конкурентов. Основные характеристики для сравнения каждого из предприятий будут представлены относительно ассортимента предоставляемых услуг, узкой направленности деятельности, целевой аудитории, стоимости услуг, масштабов организации.

В данном анализе будут подвергнуты сравнению предприятия, находящиеся на территории города Челябинска, производящие симметричные виды услуг; организации наиболее популярные в поисковой системе Интернет. Результаты представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – Анализ конкурентов

Предприятие	Ассортимент	Дополнительные услуги	Целевая аудитория	Стоимость продукции	Масштаб
ИП «Холматова»	Индивидуальный пошив одежды, ремонт изделий	Выезд к клиенту, консультация, производство выкроек	Обычные жители города 20–50 лет	Средняя	Индивидуальное предприятие

Окончание таблицы 2.4

Предприятие	Ассортимент	Дополнительные услуги	Целевая аудитория	Стоимость продукции	Масштаб
ООО ШП «Урал»	Индивидуальный пошив одежды, ремонт изделий	Выезд к клиенту, консультация, работа со специфическими материалами	Обычные жители города 20–50 лет. Люди сцен, спортивные команды	Высокая	Микропредприятие
ИП «Ольга»	Индивидуальный пошив одежды, ремонт изделий	Выезд к клиенту, консультация	Обычные жители города 20–50 лет. Люди сцен	Средняя	Индивидуальное предприятие
ИП «4 сезона»	Индивидуальный пошив одежды, ремонт изделий	Консультация	Обычные жители города 20–50 лет	Низкая	Индивидуальное предприятие

Для большей наглядности, на рисунке 2.3 представлена диаграмма по результатам анализа конкурентов.

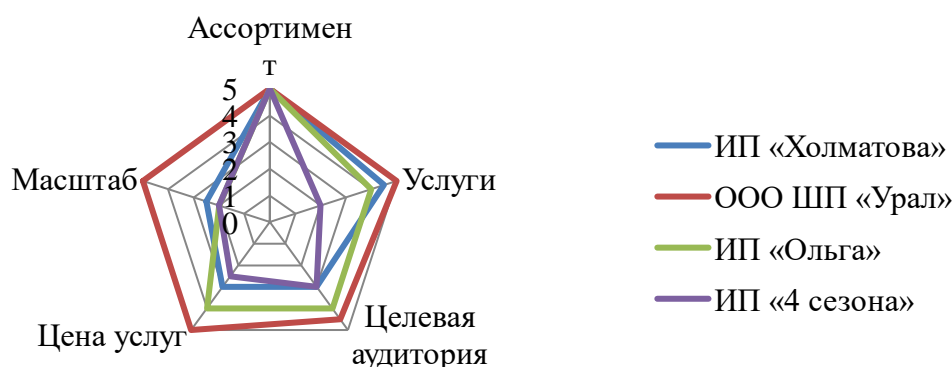


Рисунок 2.3 – Анализ конкурентов

Анализ конкурентов показал большие возможности для развития индивидуальных предпринимателей, их бизнеса, за счет расширения собственного списка предоставляемых дополнительных услуг, снижения себестоимости изделий и поиска потенциально-новых потребителей на рынке пошива одежды. Если говорить в целом, то данные услуги будут пользоваться всегда большим спросом, особенно в условиях развития моды, расширения

потребительских предпочтений и ограниченности в выборе одежды в магазинах.

Для анализа внутренней среды, выявления сильных и слабых сторон организации рассмотрим внутреннюю среду организации через анализ маркетинг-микс «4Р», результаты анализа представлены в таблице 2.5.

Таблица 2.5 – Анализ внутренней среды

Продукт	Место
– высокое качество – неизвестность торговой марки – индивидуальный подход к клиенту – репутация на рынке – широкий ассортимент	– Челябинск, ул. Черкасская, 17
Цена	Продвижение
– среднерыночные цены	– недостаточно полное изучение вкусов потребителей

Для анализа финансово-хозяйственной деятельности и оценке деятельности компании проанализируем финансовую отчетность за 2017–2019 годы – последние отчетные периоды. Рассмотрим деятельность ИП Холматова на примере отчета о финансовых результатах, представленном в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Отчет о финансовых результатах ИП Холматова

В тыс. руб.

Статья	На конец 2017 г.	На конец 2018 г.	На конец 2019 г.
Выручка	3 059	3 758	5 028
Себестоимость продаж	2 162	2 820	3 967
Валовая прибыль (убыток)	897	938	1 061
Управленческие расходы	600	600	600
Коммерческие расходы	0	22	35
Прибыль (убыток) от продаж	297	316	426
Проценты к уплате	96	42	0
Проценты к получению	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0
Прибыль (убыток) до налогообложения	201	274	426
Текущий налог на прибыль	40	55	85
Чистая прибыль (убыток)	161	219	341

Исходя из данных финансовой отчетности ИП Холматова, можно сделать вывод о том, что предприятия наращивает объемы производства и сбыта, что положительно влияет на ее финансово-экономическое состояние. Деятельность компании можно оценить как успешную; ателье можно считать конкурентоспособным, так как очевиден приток потребителей услуг и соответствующее увеличение объема заказов.

За отчетный период, 2019 год, выручка компании увеличилась на 721 тыс. руб., что на 22 тыс. руб. больше прироста выручки компании за предыдущий отчетный период, 2017–2018 годы. Отмечается рост прямых затрат, что связано с ростом производства и оказываемых услуг, а также материалов, задействованных в производственно-технологическом процессе. Это подтверждает рост прибыли компании за счет наращивания темпов основной деятельности.

В целом организацию ИП Холматова можно оценить как прибыльную, так как за представленные отчетные периоды компания не несет убытков, ее чистая прибыль положительна и гораздо больше нуля. Рентабельность продаж компании оценивается как среднерыночная, так как в данной отрасли средняя рентабельность продаж равна примерно 9,76%, а рентабельность компании составляет 8,47%. Такой уровень рентабельности является приемлемым для компаний подобного типа и вида деятельности, так как ателье без «громкого имени» получают прибыль не за счет высокорентабельной продукции, а за счет большого объема производства товаров и оказания услуг.

В результате проведенного анализа внешней и внутренней сред, конечным этапом стратегического анализа формируем SWOT-матрицу, в которую вносим соответствующие доминирующие факторы. SWOT-анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории.

Для того, чтобы построить простую матрицу SWOT, первым делом, детально изучается бизнес, согласно выбранными нами критериями, что мы уже и сделали.

После этого перечисленные факторы собираются и структурируются, и уже выводы по каждому направлению аналитики вносятся в отдельный квадрант матрицы SWOT. Для оценки взаимовлияния факторов необходимо поочередно сравнить каждый фактор внешней среды с фактором внутренней среды. На пересечении факторов проставляется соответствующая экспертная оценка их взаимного влияния в баллах. Если взаимовлияние факторов высокое – проставляется максимальная оценка, если факторы не оказывают влияние друг на друга – проставляется минимальный балл. SWOT-матрица представлена в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – SWOT-матрица

Сильные стороны (S)	Слабые стороны(W)
<ul style="list-style-type: none"> – высокое качество – индивидуальный подход к клиенту – репутация на рынке 	<ul style="list-style-type: none"> – неизвестность торговой марки – недостаточно полное изучение вкусов потребителей
Возможности (O)	Угрозы(T)
<ul style="list-style-type: none"> – повышение к качеству одежды со стороны потребителя. – растущая тенденция шить одежду на заказ. – растущий рынок швейного производства для внутреннего потребления – доступность оборудования 	<ul style="list-style-type: none"> – зависимость от доходов населения – появление новых конкурентов

Далее проведем количественную оценку взаимовлияния факторов внутренней и внешней среды по пятибалльной шкале.

Таблица 2.8 – Количественная оценка взаимовлияния факторов внешней и внутренней среды

Факторы SWOT		Сильные стороны			Слабые стороны		Итого
		Высокое качество	Индивидуальный подход к клиенту	Репутация на рынке	Неизвестность торговой марки	Недостаточно полное изучение вкусов потребителей	
Возможности	Повышение к качеству одежды со стороны потребителя	5	5	3	4	3	20
	Растущая тенденция шить одежду на заказ	5	5	5	5	3	23
	Растущий рынок швейного производства для внутреннего потребления	5	4	5	4	3	21
	Доступность технологического оборудования	4	4	3	3	3	17
Угрозы	Зависимость от доходов населения	4	3	5	4	3	19
	Появление новых конкурентов	5	5	5	4	4	23
Итого		28	26	26	24	19	–

Проведя количественную оценку взаимовлияния факторов внешней и внутренней сред, можно сделать вывод:

– одной из сильных сторон является фактор высокого качества. Этот фактор наиболее важный, так как в этом производстве именно фактор качества определит появление новых потенциальных клиентов, за счет обратной связи, если клиенты останутся довольны. Далее идут факторы индивидуальный подход к клиенту, то есть возможность шить под индивидуальные мерки заказчика, возможность выбирать количество изделий в комплекте, возможность выбора цветов, дополнительных аксессуаров, рисунков. Доставка по всей России также является немаловажным фактором;

– одной из слабых сторон является неизвестность торговой марки, так как эффективность работы зависит от количества заказов следует уделить внимание поиску возможных путей развития магазина это влияет на поток клиентов, количество заказов, таким образом, на выручку. Более детальное же изучение рынка и вкусов потребителей также повысит привлекательность нашей студии и привлечет дополнительных клиентов;

– главной возможностью является то, сейчас растет тенденция к индивидуальному пошиву, качественным и практичным вещам, этот фактор является определяющим в данной сфере;

– главная угроза – возможность появления новых конкурентов, так барьеры входа в отрасль невысокие. И обучившись пошиву, делать подобного рода изделия может кто угодно.

На основании полученных данных, рассматриваются проблемные поля взаимодействия сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами. Суммируя оценки полей, на пересечении которых были сформированы решения, сформированные в проблемном поле таблицы 2.9.

Таблица 2.9 – Формирование проблемных полей

Факторы SWOT		Сильные стороны			Слабые стороны	
		Высокое качество	Индивидуальный подход к клиенту	Неизвестность торговой марки	Нет репутации на рынке	Недостаточно полное изучение вкусов
Возможности	Повышение к качеству одежды со стороны потребителя	5	5	3	4	3
	Растущая тенденция шить одежду на заказ	5	5	5	5	3
	Растущий рынок швейного производства для внутреннего потребления	5	4	5	4	3
	Доступность технологического оборудования	4	4	3	3	3
Угрозы	Зависимость от доходов населения	4	3	5	4	3
	Появление новых конкурентов	5	5	5	4	4

Обобщим полученные решения(мероприятия)в таблице 2.9, где также покажем количественную оценку решения (балл) и проставим его ранг (важность принятия данного решения).

Таблица 2.10 – Количественная оценка проблем фирмы и представленные решения

№	Мероприятия	Оценка	Ранг
1	Открытие нового ателье-магазина в одном из ТРК города Челябинск	87	1
2	Комплекс маркетинговых мероприятий по продвижению бренда организации.	20	2
3	Маркетинговые исследования для более детального изучения вкусов потребителей, чтобы максимально удержать позиции в конкурентной борьбе и выходить на новые рынки сбыта.	16	3

Основным решением является открытие нового ателье-магазина в одном из ТРК города Челябинск, что позволит улучшить работу компании в стратегическом горизонте планирования.

Вывод по разделу два

В данном разделе мы провели стратегический анализ внешней и внутренней среды предприятия, в анализе внешней среды выявили факторы, которые оказывают воздействие на деятельность ателье ИП Холматова.

Из анализа внутренней среды можно сделать вывод, что руководству ателье по пошиву и ремонту одежды следует проводить активную рекламную политику, чтобы приобрести известность в городе и привлечь большее количество клиентов.

Так же необходимо поработать над своими конкурентными преимуществами, за счет расширения собственного списка представляемых дополнительных услуг, снижения себестоимости изделий и поиска потенциально-новых потребителей на рынке пошива одежды. Если говорить в целом, то данные услуги будут пользоваться всегда большим спросом, особенно в условиях развития моды, расширения потребительских предпочтений и ограниченности в выборе одежды в магазинах.

SWOT – анализ показал, какие у предприятия есть слабые и сильные стороны, а также указал на возможные угрозы. Для руководства предложены потенциальные пути развития деятельности ателье.

3 РАЗРАБОТКА ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ОТКРЫТИЮ АТЕЛЬЕ-МАГАЗИНА

3.1 Резюме проекта

Наименование предприятия: Ателье по пошиву и ремонту одежды.

Суть проекта: открытие ателье по пошиву и ремонту одежды в одном из ТРК города Челябинск.

Спектр услуг предлагаемого проекта к реализации характеризуется большим разнообразием, различного рода сложностями работы.

Цель: обоснование экономической эффективности открытия ателье по ремонту и пошиву одежды.

Горизонт расчета: 3 года.

Потребность финансирования: 467 100 руб.

Источник финансирования: собственные средства индивидуального предпринимателя, инвестиции.

Далее, в таблице 3.1, представлены интегральные показатели эффективности проекта, характеризующие результативность проекта.

Таблица 3.1 – Интегральные показатели эффективности при $r = 12\%$

Наименование показателя	Величина	Критерий
Чистый приведенный доход (NPV), в руб.	405 938	> 0
Индекс доходности (PI)	1,87	> 1
Внутренняя норма рентабельности (IRR), в %	53,50	$> r$
Срок окупаемости (PP), в годах	1 год 3 месяц	–
Дисконтированный срок окупаемости (DPP), в годах	1 год 8 месяцев	–

Риски проекта: проект наиболее чувствителен к изменению уровней цены и постоянных затрат.

Таким образом, проект является целесообразным и рекомендуется к реализации.

3.2 Организационный план

Цель раздела: знакомство с предприятием, представляющим проект, описание подробной характеристики проекта: его суть, планирование, расчет потребности в финансировании.

3.2.1 Характеристика проекта

Ателье по пошиву одежды будет находиться на арендованной площади в торгово-развлекательном комплексе «КС» в городе Челябинск.

Для работы ателье необходима площадь размером 40 кв. м., которая включает в себя:

- торговая площадь и зона reception – 10 кв. м.;
- рабочее место для швей – 15 кв. м.;
- примерочная – 10 кв. м.;
- помещение для персонала – 5 кв. м.

Организационно-правовая форма – ИП (индивидуальный предприниматель).

Часы работы ателье должны совпадать с работой торгового комплекса, в котором он находится, – с 10:00 до 22:00 без обеда и выходных.

В ателье будут оказываться виды услуг, связанные как с пошивом одежды, так и с ее ремонтом. В качестве оборудования будут использоваться стандартные производственные мощности обычных швейных фабрик, индивидуальных предпринимателей.

Для функционирования ателье будет необходим следующий персонал:

- директор;
- бухгалтер;
- администратор;
- швея.

На рисунке 3.1 представлена организационная структура планируемого ИП.

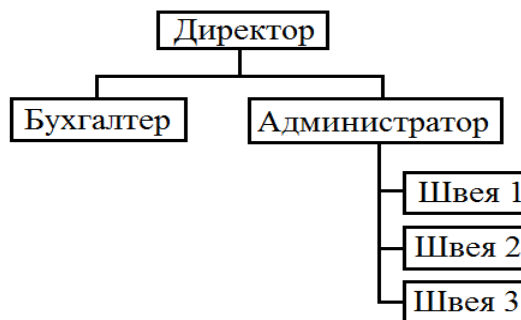


Рисунок 3.1 – Организационная структура ИП

Организационная структура относится к линейно-функциональному типу, так как присутствует четкая иерархия, в которой сотрудники подчиняются своим непосредственным начальникам, а конкретные функции выполняются отдельными вертикальными подсистемами. Абсолютным преимуществом данной структуры является отсутствие дублированных функций. Также на основе масштаба предприятия, характеризуется полной управляемостью.

3.2.2 Планирование проекта

Ранее в работе были определены основные внутренние участники эксплуатационной фазы данного проекта. В таблице 3.2 описаны основные составляющие функциональной стороны каждого из них.

Таблица 3.2 – Основные участники проекта

Должность	Режим работы, дни	Количество, чел.	Функции
Директор	–	1	Управление проектом, его персоналом, результатами
Бухгалтер	–	1	Формирование внутренней отчетности, расчет бюджета, определение потребностей в финансировании
Администратор	2/2	2	Принятие заказов, консультирование, закупка материалов
Швея	2/2	3	Консультирование, снятие мерок, выполнение ремонтных и пошивочных работ

На основе вышеуказанных данных сформируем временную организационная структура проекта (матрица-WBS) для повышения качества управления

и взаимодействия в случае реализации проекте. Матрица включает прединвестиционную, инвестиционную и эксплуатационную фазы проекта. На рисунке 3.2 представлена матрица-WBS.



Рисунок 3.2 – WBS-матрица

Последовательность действий и работ по открытию ателье представлена далее в виде календарного плана в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Календарное планирование по осуществлению проекта

Этапы проекта	Мероприятия	Дата		Длительность, дни
		Начало	Конец	
Прединвестиционная фаза проекта				
Получение разрешения на ведение деятельности	Регистрация организации, оформление документов	01.03.2021	20.03.2021	20
Аренда помещения	Поиск помещения, договор аренды	01.03.2021	31.03.2021	31
Инвестиционная фаза проекта				
Подготовка помещения	Ремонт помещения	01.04.2021	31.05.2021	61
	Покупка оборудования и мебели	15.04.2021	25.05.2021	28
Эксплуатационная фаза проекта				
Подбор и закупка материалов	Поиск и покупка материалов для производства услуг	20.04.2021	25.05.2021	35
Наем персонала	Поиск персонала	01.05.2021	31.05.2021	31
Открытие ателье	Начала работы ателье, предоставления услуг	01.06.2021	–	–
Итого дней				92

Открытие ателье планируется на 1 июня 2021 года.

Далее представлена диаграмма Ганта, характеризующая непосредственно

график реализации проекта. Диаграмма представлена на рисунке 3.3



Рисунок 3.3 – Диаграмма Ганта

В результате построения данных таблицы и диаграммы, выявлены самые длительные и короткие этапы, процесс ремонта помещения и регистрации ИП, соответственно. Также наглядно представлена параллельность выполнения этапов.

3.2.3 Затраты основных этапов проекта

В данном разделе будет определена стоимость прединвестиционного, инвестиционного и эксплуатационного этапов проекта.

В таблице 3.4 указаны отдельные величины, являющиеся оплатой при реализации прединвестиционного и инвестиционного этапов проекта.

Таблица 3.4 – Затраты на создание ателье

Наименование затрат	Сумма затрат, руб.
Регистрация ИП	800
Разработка дизайна и ремонт помещения	120 000
Покупка оборудования, инвентаря, фурнитуры	164 800
Покупка мебели	95 500
Аренда помещения на период ремонтных работ (2 месяца)	56 000
Расходы на рекламу	30 000
Всего	467 100

Арендная плата на время ремонта относится к инвестиционным затратам проекта. Арендная ставка за один кв. м. – 700 руб., следовательно, за один месяц арендная плата составит 28 000 руб., включая оплату за коммунальные услуги.

Для открытия ателье необходимы инвестиции в размере 467 100 руб.

Далее представлена основная информация о переменных и постоянных затратах проекта, коммерческих и управленческих расходах фирмы.

Для функционирования ателье по пошиву одежды необходимо определить величину фонда оплаты труда (ФОТ), список затрат на заработную плату основного персонала. Результаты указаны в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Расчет фонда заработной платы

Персонал	ФОТ, руб.	Кол-во сотрудников, чел.	Итого ФОТ в месяц, руб.	Итого ФОТ в год, руб.
Директор	23 000	1	23 000	276 000
Бухгалтер	20 000	1	20 000	240 000
Администратор	20 000	2	40 000	480 000
Швеи	15 000	3	45 000	540 000
Общий ФОТ, руб.	112 000	7	128 000	1 536 000

Далее рассчитаем отчисления во внебюджетные фонды за наемный персонал:

- обязательное пенсионное страхование – 22%;
- обязательное социальное страхование на случай временной нетрудоспособности – 2,9%;
- обязательное медицинское страхование – 5,1%;
- взносы за травматизм (первый класс профессионального риска) – 0,2% [6].

Следовательно, отчисления во внебюджетные фонды составляют 30,2% от ФОТ, то есть 38 656 руб. в месяц и 463 872 руб. за год за персонал в количестве 7 человек.

Все индивидуальные предприниматели обязаны уплачивать фиксированные платежи за ведение своей деятельности.

Общая величина страховых взносов, которую необходимо уплатить в бюджет зависит от годового дохода индивидуального предпринимателя.

Если выручка за 2020 год не превысит 300 000 рублей, то предприниматель будет обязан уплатить следующую величину страховых взносов (п. 1 ст. 430 НК РФ):

– на ОМС – 8 426 руб.;

– на ОПС – 32 448 руб.

Если выручка за 2020 год составит более 300 000 рублей, то предприниматель будет обязан уплатить следующую величину страховых взносов (п. 1 ст. 430 НК РФ):

– на ОМС – 8 426 руб.;

– на ОПС – 32 448 руб. + (годовой доход – 300 000 руб.) · 1%.

При этом размер фиксированного платежа ИП в 2019 году на ОПС при его годовом доходе свыше 300 000 рублей не может превышать 8-микратную величину фиксированной суммы на ОПС (п. 1 ст. 430 НК РФ).

При годовой выручке более 300 000 рублей за 2020 год страховые взносы на ОПС предпринимателя будут ограничиваться суммой, равной 259 584 руб.

Также, для эксплуатационной фазы проекта необходимо учитывать общие затраты, куда входят постоянные и переменные издержки.

Расчет постоянных и переменных издержек представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчет общих затрат

Наименование	Итого за месяц, руб.	Итого за год, руб.
Постоянные затраты		
Заработная плата	128 000	1 536 000
Отчисления внебюджетные фонды	38 656	463 872
Аренда	28 000	336 000
Интернет, телефон	1 000	12 000
Итого	195 656	2 347 872
Переменные затраты		
Расходные материалы	102 463	1 229 559
Реклама	10 000	120 000
Итого	112 463	1 349 559
Общие затраты		
Итого	308 119	3 697 431

Стоит учитывать тот факт, что с течением времени будет увеличиваться количество заказов, поэтому каждый год себестоимость продукции будет расти в соответствии с выручкой на 10% (с учетом проведенного анализа конкурентов, проведенного в прошлом разделе).

3.3 План маркетинга

Современная экономика очень быстро развивается, предприниматели расширяют свои горизонты и открывают для себя новые пути ведения бизнеса. Информационные технологии и сеть Интернет становятся неотъемлемой частью нашей жизни в связи с этим создаются новые условия для осуществления бизнеса: создание новых предложений; возникновение принципиально новых рынков; формирование спроса на новые товары и услуги. В настоящее время одним из самых популярных видов рекламы является Интернет.

Для продвижения ателье будут созданы группы и аккаунты в социальных сетях, в таких как Вконтакте и Instagram. Вести аккаунты будут администраторы, там же они смогут принимать заказы и отвечать на вопросы клиентов онлайн. В данных социальных сетях будут выкладываться посты с фотографиями работ, сделанных в ателье.

В дальнейшем можно покупать рекламу в социальных сетях для большего охвата потенциальных клиентов. Также возможен вариант приобретения аудио-рекламы в ТРК «КС», в которой будет сообщение об открытии нового ателье в торгово-развлекательном комплексе.

Для привлечения внимания и узнаваемости над входом в ателье будет располагаться вывеска с названием.

При оформлении заказа на пошив костюмов для спорта и танцев будет предоставляться скидка в размере 10% от общей суммы, если количество заказанных на пошив костюмов будет не менее 10 штук.

Проведенный анализ конкурентов в прошлом разделе позволил определить основных конкурентов проекта данного рынка. Также, на его основе возможно

спрогнозировать объемы производства планируемого ИП.

Для того, чтобы рассчитать предполагаемый объем услуг, нам необходимо проанализировать средние цены за услуги и поток клиентов, которые формируют общую величину выручки. Объем каждой услуги был определен с учетом текущего спроса; также, была рассчитана доля каждого из них в общем объеме (в натуральном и стоимостном выражении). В таблице 3.7 представлены результаты, характеризующие информацию об наиболее популярных услугах ателье со стоимостью и планируемых объемах производства проекта.

Таблица 3.7 – Планируемый объем услуг на 2021–2022 гг.

Вид услуги	Стоимость за единицу, руб.	Количество в год, шт.	Общая стоимость, руб.
Замена молнии	400	101	81 030
Укоротить или удлинить низ верхней одежды	500	122	121 545
Подгонка по фигуре верхней одежды	600	162	162 060
Пошив повседневного платья	800	135	202 575
Пошив вечернего платья	2 000	176	526 695
Пошив костюма	2 500	185	648 240
Пошив юбки	800	135	202 575
Пошив брюк	1 500	223	445 665
Пошив пиджака	1 800	194	486 180
Пошив пальто	4 500	131	1 1749 35
Итого	–	1 564	4 051 500

Наценка, включенная в стоимость оказываемых услуг, была получена в результате анализа стоимости услуг конкурентов на данном рынке и связана с величиной себестоимости каждой услуги (представлена далее).

В таблице 3.8 представлена выручка проекта за несколько периодов.

Таблица 3.8 – Выручка, руб.

Период	1 год	2 год	3 год
Выручка	4 051 500	4 456 650	4 902 315

Предположим, что в первый год работы ателье каждый день необходимо будет выполнить по 30 заказов. С каждым последующим годом популярность ателье

будет расти, следовательно, заказов станет больше, и выручка будет увеличиваться на примерно 10% (основывается на среднем значении изменения объемов производства услуг ателье в период с 2017–2019 гг.).

3.4 План производства

Цель раздела – представление технологического процесса. Включает подробное описание пути, посредством которого предприятие планирует эффективно производить продукцию.

3.4.1 Описание технологии производства

Необходимо рассмотреть производственно-технологический цикл создания изделий планируемого предприятия. Данный процесс включает в себя не только производственные этапы, но и подготовительные, для того, чтобы избежать некоторых потерь времени.

Производство в целом зависит от характеристик заказа потребителя. Различные виды производимой продукции не смешиваются и производятся по мере поступления каждого из заказов, то есть пока швея не закончит свою одну конкретную работу, она не сможет приступить к следующей.

На рисунке 3.4 представлена технологическая структура продукта, на примере заказа по производству платья.

Технологическая структура продукта (процесс изготовления изделия) на рисунке 3.4 состоит из восьми последовательных друг за другом этапов.

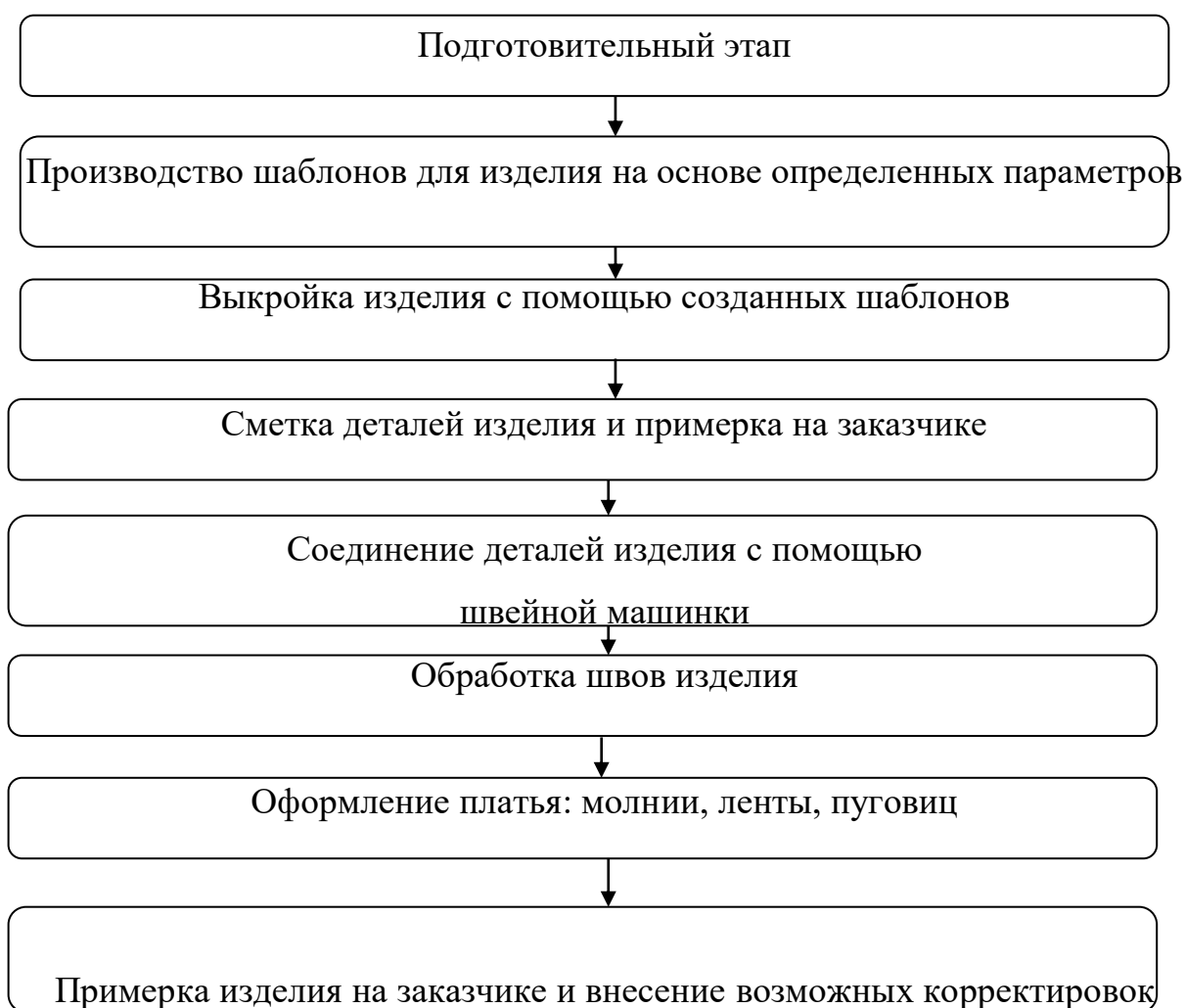


Рисунок 3.4 – Технологический процесс изготовления изделия

Подготовительный этап процесса включает в себя этап: обсуждение заказа с клиентом, рисовка эскиза заказа, выбор ткани и фурнитуры, снятие мерок с заказчика.

3.4.2 Обоснование потребности в основных средствах

Так как одним из мероприятий проекта является покупка производственного оборудования, необходимо определить основное количество и стоимость, в зависимости от объемов производства. Требуемое оборудование относится непосредственно к производственному сектору. Также в таблице указан основной производственный инвентарь проекта. В таблице 3.9 представлена информация о производственном оборудовании и инвентаре.

Таблица 3.9 – Оборудование и инвентарь для ателье

Наименование	Количество, шт.	Цена за шт.	Итого, руб.
Оверлок	2	4 500	9 000
Швейная машина	2	5 000	10 000
Утюг	1	2 000	2 000
Закройный стол	1	7 000	7 000
Гладильная доска	1	1 200	1 200
Манекен	5	800	4 000
Вешало	2	800	1 600
Вспомогательное оборудование и фурнитура	–	–	130 000
Итого	14	–	164 800

Для приобретения необходимого оборудования и инвентаря потребуются затраты в размере 164 800 руб.

3.4.3 Обоснование потребности в оборотных средствах

Предприятие предоставляет большой спектр услуг: от обычного ремонта одежды до ее производства. В таблице 3.10 представлена основная информация по себестоимости услуг ателье, пользующихся наибольшим спросом.

Таблица 3.10 – Себестоимость услуг ателье

Услуга	Материалы	Затраты на материалы		Себестоимость, руб.
		Количество	Стоимость, руб.	
Замена молнии	Замок	1 шт	30,00	30,12
	Нитки	4 м	0,12	
Укоротить или удлинить низ верхней одежды	Нитки	2 м	0,06	0,06
Подгонка по фигуре верхней одежды	Нитки	5 м	0,15	0,75
Пошив повседневного платья	Ткань	1,5 x 1,5 м	300,00	350,81
	Нитки	27 м	0,81	
	Фурнитура		50,00	
Пошив вечернего платья	Ткань	2 x 2 м	800,00	950,99
	Нитки	33 м	0,99	
	Фурнитура		150,00	
Пошив костюма	Ткань	3 x 3 м	1 000,00	1 461,50
	Подклад	3 x 3 м	600,00	
	Нитки	50 м	1,50	
	Фурнитура		160,00	

Окончание таблицы 3.10

Услуга	Материалы	Затраты на материалы		Себестоимость, руб.
		Количество	Стоимость, руб.	
Пошив юбки	Ткань	1 х 1 м	500,00	560,51
	Нитки	17 м	0,51	
	Фурнитура		60,00	
Пошив брюк	Ткань	1,5 х 1,5 м	500,00	560,66
	Нитки	22 м	0,66	
	Фурнитура		60,00	
Пошив пиджака	Ткань	1,5 х 1,5 м	600,00	1 000,84
	Подклад	1,5 х 1,5 м	300,00	
	Нитки	28 м	0,84	
	Фурнитура		100,00	
Пошив пальто	Ткань	2 х 2 м	2 000,00	2 651,05
	Подклад	2 х 2 м	400,00	
	Нитки	35 м	1,05	
	Фурнитура		250,00	
Итого				7 567, 29

По полученным данным можно сделать вывод о высокой доле некоторых материалов, ткани и подклада, в общей стоимости прямых затрат. В это же время наименее затратной статьёй в себестоимости услуг является материал нитки.

Далее, на основе таблицы 3.10, в таблице 3.11 будет представлена общая себестоимость изделий на весь объем продукции.

Таблица 3.11 – Полная себестоимость изделий

Услуга	Общее количество в год, шт.	Себестоимость за единицу, руб.	Общая себестоимость, руб.
Замена молнии	101	30,12	3 050,78
Укоротить или удлинить низ верхней одежды	122	0,06	7,29
Подгонка по фигуре верхней одежды	162	0,75	121,55
Пошив повседневного платья	135	350,81	47 376,89
Пошив вечернего платья	176	950,99	166 960,55
Пошив костюма	185	1 461,50	270 686,50
Пошив юбки	135	560,51	75 696,88
Пошив брюк	223	560,66	124 933,27
Пошив пиджака	194	1 000,84	194 635,36
Пошив пальто	131	2 651,05	346 090,16
Итого	1 564	–	1 229 559,23

Наибольшая доля в общей величине себестоимости принадлежит услугам по пошиву одежды, особенно если говорить о пошиве таких изделий, как пальто и костюмы.

3.5 Финансовый план

Данный раздел является ключевым в бизнес-плане. Цель – ясное представление полной картины ожидаемых финансовых результатов деятельности предприятия по реализации проекта.

На данном этапе формируется форма № 2 по проекту на основе данных организационного плана, плана производства и плана маркетинга. Производственная себестоимость включает себя: материалы, заработная плата швей, взносы на социальное страхование.

Режим налогообложения ИП – УСН (упрощенная система налогообложения) «Доходы», размер налоговой ставки 6%.

План прибылей и убытков проекта представлен в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – План прибылей и убытков, руб.

Статья	1 год	2 год	3 год
Выручка от реализации (за минусом НДС)	4 051 500	4 456 650	4 902 315
Себестоимость реализованной продукции	1 932 639	2 043 299	2 163 919
Валовая прибыль (убыток)	2 118 861	2 413 351	2 738 396
Коммерческие расходы	120 000	126 000	132 300
Управленческие расходы	1 664 792	1 664 792	1 664 792
Прибыль от продаж (убыток)	354 069	642 559	961 304
Проценты к уплате	0	0	0
Проценты к получению	0	0	0
Прочие доходы	0	0	0
Прочие расходы	0	0	0
Прибыль до налогообложения (убыток)	354 069	642 559	961 304
Налог (6%)	243 090	267 399	294 139
Чистая прибыль (убыток)	110 979	375 160	667 165

По полученным данным плана наблюдается рост всех показателей. Это связано с изменением величины выручки и себестоимости продукции, в сторону их увеличения. Компания, на всех рассмотренных промежутках

времени, получает прибыль. Качественно изменяются показатели валовой прибыли, прибыли от продаж, прибыли до налогообложения и чистой прибыли. Сумма налога на прибыль также растет в связи с увеличением величины прибыли до налогообложения.

На данном этапе определяются денежные потоки, из которых состоит проект: операционные, инвестиционные, финансовые. Отчет формируется на основе того же самого отчета о финансовых результатах проекта. Также в таблице учитывается дисконтирование показателей. План представлен в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – План движения денежных средств проекта, руб.

Период	0 год	1 год	2 год	3 год
Операционный поток				
Выручка	0	4 051 500	4 456 650	4 902 315
УСН 6%	0	243 090	267 399	294 139
Постоянные затраты	0	2 347 872	2 347 872	2 347 872
Переменные затраты	0	1 349 559	1 466 219	1 593 139
Чистая прибыль	0	110 979	375 160	667 165
Инвестиционный поток				
Инвестиционные затраты	(467 100)	0	0	0
Чистый денежный поток	(467 100)	110 979	375 160	667 165
Дисконтированный денежный поток (13%)	(467 100)	99 088	299 075	474 875
Накопленный денежный поток	(467 100)	(368012)	(68 936)	405 939

Увеличение денежных потоков можно изобразить в виде графика, представленном ниже на рисунке 3.5.

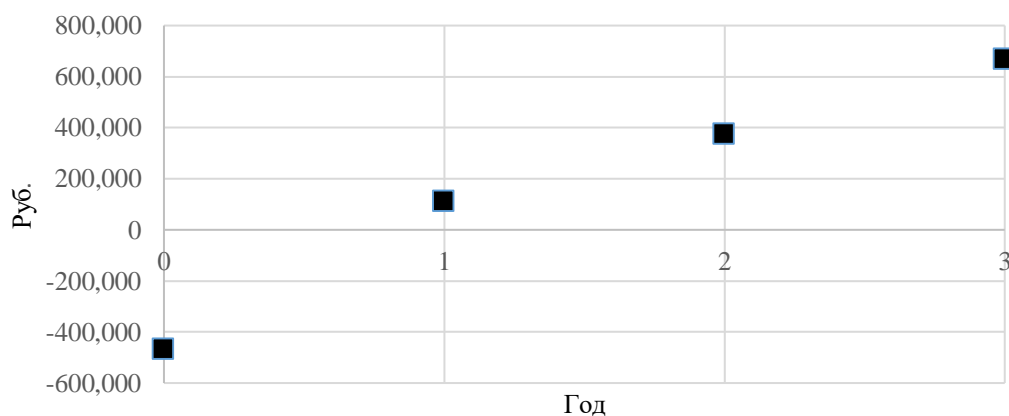


Рисунок 3.5 – Денежные потоки, руб.

3.6 Обоснование экономической эффективности проекта

Для того, чтобы обосновать целесообразность внедрения проекта в реализацию, необходимо рассчитать интегральные показатели экономической эффективности. Как предпосылка того, что финансовые результаты проекта будут получены через достаточно большой период времени, будет целесообразно проведение и процедуры дисконтирования денежных потоков проекта, т.е. приведение стоимости будущих денежных потоков к определенному моменту времени.

Переходим к расчету показателей инвестиционной привлекательности проекта простым (недисконтированным) методом.

1) Чистый доход – NV . Критерий приемлемости показателя – $NV > 0$.

Чистый доход характеризует эффективность инвестиций без учета временной стоимости денег (12):

$$NV = \sum_{t=0}^T CF_t - \sum_{t=0}^T I_t, \quad (12)$$

где CF_t – денежный поток t -го периода;

I_t – инвестиции t -го периода;

T – горизонт планирования.

Рассчитаем показатель чистого дохода (13):

$$NV = 1\,153\,304 - 467\,100 = 686\,204 \text{ руб.} \quad (13)$$

Полученный результат больше нуля, следовательно, проект является приемлемым.

2) Норма прибыли – ARR . Данный показатель не имеет определенного норматива и сравнивается с внутриотраслевым результатом.

Норма прибыли характеризует среднюю величину прибыльности (14):

$$ARR = \frac{\overline{Pr}}{I} \cdot 100\%, \quad (14)$$

где \overline{Pr} – среднегодовая прибыль.

Норма прибыли для данного проекта (15):

$$ARR = \frac{384\,434}{467\,100} \cdot 100\% = 82,30\%. \quad (15)$$

Для получения ежегодных денежных поступлений норма доходности на инвестиции должна составлять 82,30%.

3) Недисконтированный срок окупаемости – PB . Критерий приемлемости для данного показателя: $PB < T$.

PB характеризует время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счёт денежного потока (16):

$$PB = \frac{I}{Pr}. \quad (16)$$

Для проекта недисконтированный срок окупаемости равен (17):

$$PB = \frac{467\,100}{384\,434} = 1,22 \text{ лет} = 1 \text{ год } 3 \text{ месяца}. \quad (17)$$

Проект считается приемлемым, так как полученный срок окупаемости меньше горизонта планирования, равному 3 годам.

Из полученных расчетов можно сделать вывод, что все рассчитанные недисконтированные показатели соответствуют их нормативным значениям, значит, проект является инвестиционно-привлекательным.

Для того, чтобы посчитать показатель ставки дисконтирования, для дальнейших расчетов, необходимо прибегнуть к использованию метода расчета стоимости собственного капитала по методу САРМ (CapitalAssetPricingModel), так как проект будет реализовываться за счет собственных средств. Расчет производится по следующей формуле (18):

$$CAPM = Rf + \beta i \cdot (Rm - Rf), \quad (18)$$

где Rf – безрисковая ставка доходности;

βi – коэффициент чувствительности доходности актива к изменениям рыночной доходности;

Rm – доходность эффективного рыночного портфеля, мера рыночного риска.

За величину безрисковой ставки доходности возьмем доходность

государственных облигаций. На 30 апреля 2020 года ставка составила 5,92%. Согласно данным, β -коэффициент отрасли «Производство одежды» на 5 января 2020 года равен 0,80. Доходность эффективного рыночного портфеля рассчитывается по средним значениям индекса РТС за период. Его величина составила 13,06%. Согласно приведенным данным величина стоимости собственного капитала равна 11,63% (12%).

1) Чистый дисконтированный доход – NPV. Критерий приемлемости: $NPV > 0$.

Данный показатель отражает чистую стоимость денежных потоков, приведенных к моменту расчета проекта (19):

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}. \quad (19)$$

Значения чистого дисконтированного дохода по годам представлены в таблице 3.14.

Таблица 3.14 – Расчет ЧДД по годам, руб.

Год	Сумма инвестиций	Денежный поток	Чистый денежный поток
0	467 100		
1		110 979	99 088
2		375 160	299 075
3		667 165	474 875
Итого		1 153 304	873 039

Чистый дисконтированный доход для данного проекта (20):

$$NPV = 873\,039 - 467\,100 = 405\,938 \text{ руб.} \quad (20)$$

Чистый дисконтированный доход проекта является положительным, значит, проект привлекателен для инвестирования.

2) Внутренняя норма доходности – IRR.

Данный показатель отражает ставку дисконтирования, при которой проект становится безубыточным, т. е. $NPV = 0$.

Зависимость чистой дисконтированной стоимости (NPV) от ставки дисконтирования (r) приведена в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – Показатели NPV при разных ставках дисконтирования

r, %	21,23	44,65	53,50	65,21	71,20
NPV, руб.	254 170	9 356	0	-114 523	-141 316

Отообразим полученные результаты на ниже представленном графике (рисунок 3.6).

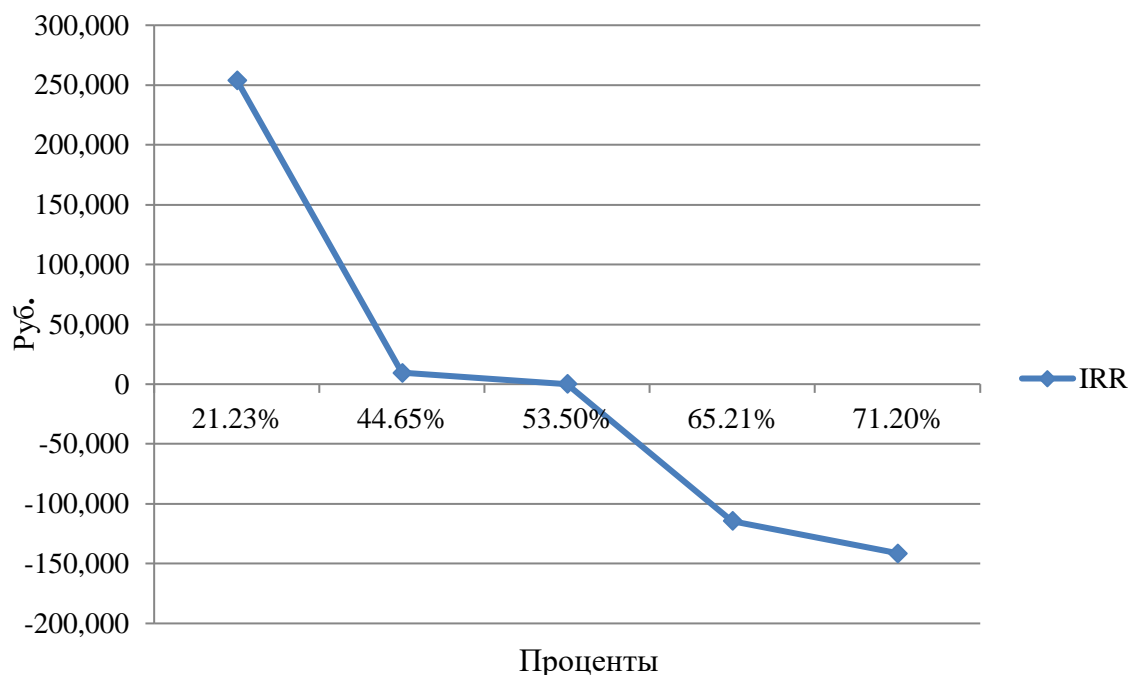


Рисунок 3.6 – График внутренней нормы доходности

Можно сделать вывод, что внутренняя норма доходности, при которой инвестиционные расходы будут возвращены полностью за счет чистых дисконтированных денежных потоков, равна 51,50% при ставке дисконтирования, равной 12%.

Так как $r < IRR$, проект можно считать эффективным.

3) Дисконтированный срок окупаемости – DBP.

Дисконтированный срок окупаемости характеризует период, по окончании которого первоначальные инвестиции покрываются дисконтированными доходами от осуществления проекта.

Дисконтированный срок окупаемости рассчитывается по формуле (8).

В качестве среднегодовой прибыли (\overline{Pr}) возьмем дисконтированные денежные потоки.

Рассчитаем DPB (21):

$$DPB = \frac{467\,100}{291\,012} = 1,61 \text{ года} = 1 \text{ год и } 8 \text{ месяцев.} \quad (21)$$

4) Дисконтированный индекс доходности – DPI. Критерий приемлемости: $DPI > 1$.

Этот показатель характеризует доход на единицу инвестиционных затрат (22):

$$DPI = \frac{NPV}{I} + 1. \quad (22)$$

Рассчитаем дисконтированный индекс доходности по данным проекта (23):

$$DPI = \frac{405\,938}{467\,100} + 1 = 1,87. \quad (23)$$

Приведем в таблице 3.16 значения всех полученных недисконтированных и дисконтированных показателей.

Таблица 3.16 – Сводная таблица инвестиционных показателей

Простые показатели	Значения
NV, руб.	686 204
ARR, %	82,30
PB, мес.	15
Дисконтированные показатели	Значения
NPV, руб.	405 938
IRR, %	53,50
DPB, мес.	20
PI	1,87

Таким образом, все показатели не выходят за ограничения своих нормативных значений. Можно сделать вывод, что проект открытия ателье по пошиву одежды инвестиционно-привлекателен и может быть принят для реализации.

3.7 Анализ рисков проекта

Анализ рисков состоит из анализа безубыточности проекта и анализа чувствительности.

Точка безубыточности ($Q_{кр}$) – это объем производимой продукции (работ или

услуг), который является для предприятия критическим. При таком объеме предприятие не имеет ни прибыли, ни убытков.

Точка безубыточности может быть найдена по формулам:

1) расчет точки критического объема производства в натуральном выражении (24):

$$Q_{\text{кр}} = \frac{FC}{P - AVC}, \quad (24)$$

где FC – общие постоянные затраты;

P – цена продукции (товаров, услуг);

AVC – средние переменные затраты;

2) в стоимостном выражении (25):

$$Q_{\text{кр}} = \frac{B \cdot FC}{B - VC}, \quad (25)$$

где VC – переменные затраты; B – выручка в стоимостном выражении.

В качестве цены возьмем среднюю цену, посчитанную ранее, – 370 руб.

Средние переменные затраты найдем путем деления значения переменных затрат в месяц на максимальное число оказанных услуг в месяц (26):

$$\frac{25\,000 \text{ руб}}{30 \text{ дней} \cdot 30 \text{ услуг}} = 28 \text{ руб.} \quad (26)$$

Рассчитаем точку критического объема в натуральном выражении (27):

$$Q_{\text{кр}} = \frac{3\,363\,432}{370 - 28} = 9\,835 \text{ услуг.} \quad (27)$$

Также проведем расчет в стоимостном выражении. Значение выручки возьмем за первый год работы ателье (28):

$$Q_{\text{кр}} = \frac{4\,051\,500 \cdot 3\,363\,432}{4\,051\,500 - 300\,000} = 3\,632\,399 \text{ руб.} \quad (28)$$

Следовательно, точка безубыточности проекта в натуральном выражении равна 9 835 услугам, а точка безубыточности в стоимостном выражении – 3 632 399 руб.

На рисунке 3.7 представлено графическое изображение точки безубыточности проекта.

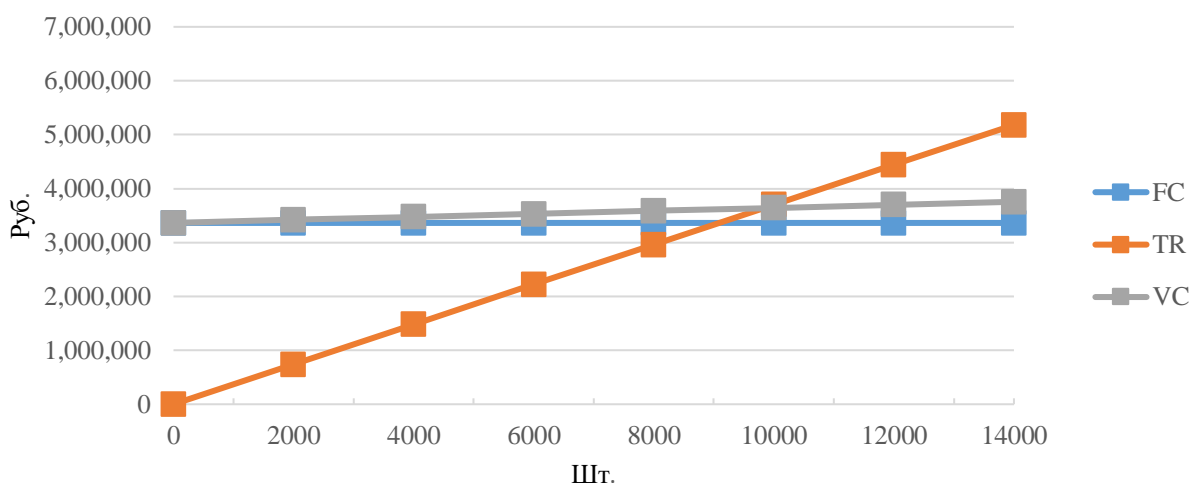


Рисунок 3.7 – График точки безубыточности

Можно сделать вывод, что ателье начнет получать прибыль, когда доход со всех оказанных услуг превысит 3 632 399 руб., а их количество будет равняться 9 835 заказам.

Анализ чувствительности заключается в оценке влияния изменения исходных параметров проекта на его конечные характеристики, в качестве которых используется NPV. Проведем оценку следующих факторов: чувствительность проекта к изменению цены на услугу, чувствительность к изменению уровня постоянных и переменных затрат. Так как в проекте реализуется большое количество услуг с разным диапазоном цен, будет произведена оценка изменения величины выручки проекта.

В таблицах 3.17, 3.18 и 3.19 представлен анализ чувствительности к изменению уровня цены на услуги, изменению уровня постоянных затрат и переменных затрат соответственно.

Таблица 3.17 – Анализ чувствительности к изменению цены на продукцию

Изменение фактора	P, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
20%	4 051 500	4 861 000	405 938	2 537 858	525,18
	4 456 650	5 347 980			
	4 902 315	5 882 778			
10%	4 051 500	4 456 650	405 938	1 471 898	262,59
	4 456 650	4 902 315			
	4 902 315	5 392 546			
-10%	4 051 500	3 646 350	405 938	-660 021	-262,59
	4 456 650	4 010 985			
	4 902 315	4 412 083			
-20%	4 051 500	3 241 200	405 938	-1 725 981	-525,18
	4 456 650	3 565 320			
	4 902 315	3 921 852			

Таблица 3.18 – Анализ чувствительности к изменению постоянных затрат

Изменение фактора	FC, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
20%	2 347 872	2 817 446	405 938	-721 900	-277,83
10%	2 347 872	2 582 659	405 938	-157 981	-138,92
-10%	2 347 872	2 113 085	405 938	969 858	138,92
-20%	2 347 872	1 878 298	405 938	1 533 777	277,83

Таблица 3.19 – Анализ чувствительности к изменению переменных затрат

Изменение фактора	VC, руб.		NPV, руб.		Изменение NPV, %
	До изменения	После изменения	До изменения	После изменения	
20%	1 349 559	1 619 471	405 938	-295 619	-172,82
	1 466 219	1 759 463			
	1 593 139	1 911 767			
10%	1 349 559	1 484 515	405 938	55 160	-86,41
	1 466 219	1 612 841			
	1 593 139	1 752 453			
-10%	1 349 559	1 214 603	405 938	756 717	86,41
	1 466 219	1 319 597			
	1 593 139	1 433 825			
-20%	1 349 559	1 079 647	405 938	1 107 496	172,82
	1 466 219	1 172 975			
	1 593 139	1 274 511			

Графический анализ чувствительности выглядит следующим образом ниже на рисунке 3.8.

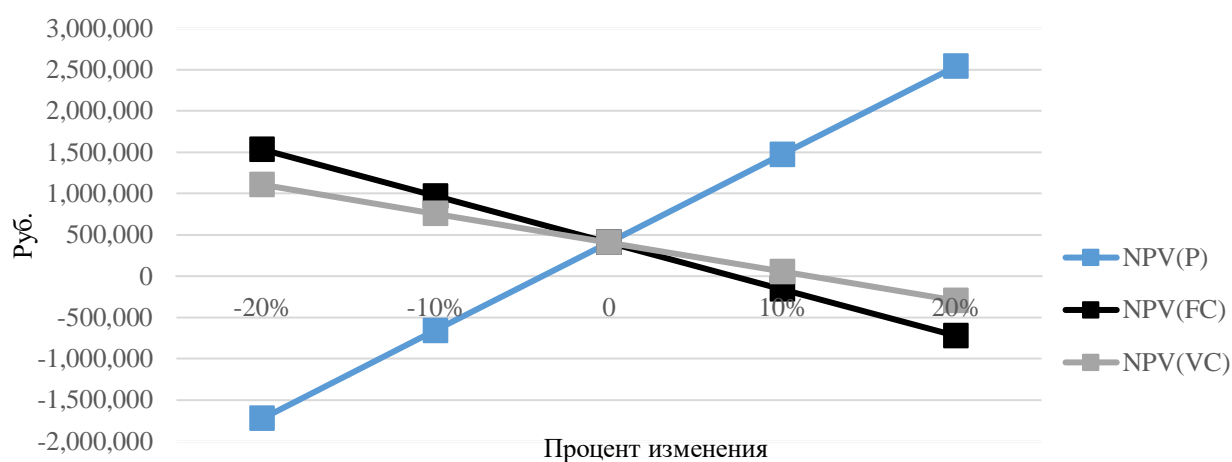


Рисунок 3.8 – Анализ чувствительности

Из рисунка 3.8 можно сделать вывод, что проект наиболее чувствителен к изменениям уровней цены на услугу и постоянных затрат, а наименее чувствителен к изменению уровня переменных затрат.

Выводы по разделу три

В третьей главе было разработано инвестиционное предложение по открытию ателье по пошиву одежды в городе Челябинск. Было составлено резюме, разработаны организационный план, план маркетинга, производственный план, финансовый план, а также проведен анализ эффективности и рисков проекта.

По результатам финансового плана проекта и расчетов показателей эффективности можно сказать, что проект экономически целесообразен и может быть принят к реализации. Наблюдается качественное изменение в сторону роста показателей результативности проекта на конец года (план прибылей и убытков, план движения денежных средств). Все рассчитанные показатели эффективности характеризуют выполнение нормативных приведенных значений, что говорит о получении доходов сверх вложенных средств с учетом реализации проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инвестиции представляют собой вложение денежных средств в новый или уже существующий бизнес с целью получения экономической или другой выгоды. При этом в современных условиях невозможно представить себе оптимальное функционирование предприятий без инвестиций. Прежде чем принять тот или иной инвестиционный проект, необходимо оценить его экономическую целесообразность

При оценке эффективности проекта важно также учитывать условия неопределенности и вероятность наступления всевозможных рисков. Для оценки рисков чаще всего используют анализ точки безубыточности и анализ чувствительности проекта. Используя всю совокупность вышеперечисленных инструментов, инвестор может комплексно оценить и принять решение либо о реализации, либо не реализации предложенного проекта.

В процессе исследования была раскрыта сущность инвестиционного предложения, рассмотрены методики оценки инвестиционных проектов, проанализирован российский, зарубежный и местный рынок ателье по пошиву и ремонту одежды, тенденции развития швейной индустрии, динамика рынка, спрос на данные услуги ателье, а также инвестиционная привлекательность проектируемого проекта.

В данной выпускной квалификационной работе была проведена оценка инвестиционного предложения по открытию ателье по пошиву и ремонту одежды в г. Челябинске. Для проекта по открытию нашего предприятия потребуются инвестиционные затраты в размере 467 100 рублей. В качестве финансирования используются собственные денежные средства. Анализ экономической привлекательности проекта простыми и дисконтированными методами показал приемлемость проекта, планируемый NPV за 3 года составил 405 938 руб., что является хорошим показателем для проекта.

Анализ рисков показал, что точка безубыточности проекта в натуральном выражении равна 9 835 услугам, а в стоимостном выражении – 3 632 399 руб.

Таким образом, можно сделать вывод, что ателье начнет получать прибыль, когда доход со всех оказанных услуг превысит 3 632 399 руб., а их количество будет равняться 9 835 заказам

Анализ чувствительности показал, что проект наиболее чувствителен к изменениям уровней цены на услугу и постоянных затрат, а наименее чувствителен к изменению уровня переменных затрат.

Главной целью проектируемого предприятия является проникновение на рынок города Челябинск и последующее расширение рыночной доли. Главной стратегией предприятия должна стать комплексная стратегия по предоставлению услуг и продукции более высокого качества, по приемлемым ценам, а также расширение предоставляемого ассортимента услуг.

Представленное инвестиционное предложение проекта по открытию ателье по ремонту и пошиву в городе Челябинск дисконтированными и недисконтированными методами показал проект привлекателен и жизнеспособен. Выполненная работа имеет практическую ценность.

Таким образом, цель выпускной квалификационной работы достигнута, поставленные задачи выполнены.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Законодательно-нормативные документы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ.
2. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений».
3. Постановление Правительства РФ от 22.11.1997 N 1470 «Об утверждении Порядка предоставления государственных гарантий на конкурсной основе за счет средств Бюджета развития Российской Федерации и Положения об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов Бюджета развития Российской Федерации».
4. Налоговый кодекс РФ. Ч2. – М.: «Юрант», 2011. – 167 с.
5. Федеральный закон РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» // «Экономика и жизнь». – 2010. – № 25.
6. Федеральный закон РФ об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства.// «Экономика и жизнь». – №3. – 2016.
7. Федеральный закон РФ об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства.// «Экономика и жизнь». – №3. – 2016.

Книги и статьи

1. Алексеева, М.М. Планирование деятельности фирмы. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 243 с.
2. Афанасьева, А.И. Управление швейными предприятиями. Организация и планирование производства / А.И. Афанасьева, С.И. Овчинников, Л.П. Смирнова. – М.: Легпромиздат, 2015. – 427 с.
3. Баженов, Ю.К. Менеджмент организации: методические рекомендации

по подготовке и защите выпускных квалификационных работ / Ю.К. Баженов, В.А. Пронько. – М.: «Дашков и К», 2015. – 168 с.

4. Балдин, К.В. Антикризисное управление: макро- и микроуровень: учебное пособие / К.В. Балдин, И.И. Передеряев, А.В. Рукосуев. – 4-е изд., испр. – М.: «Дашков и К», 2016. – 268 с.

5. Балдин, К.В. Инвестиции в инновации: учебное пособие / К.В. Балдин, И.И. Передеряев, Р.С. Голов. – 2-е изд. – М.: «Дашков и К», 2010. – 238 с.

6. Бовин, А.А. Управление инновациями в организациях: учеб. пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 415 с.

7. Боргоякова, Н.В. Экономическая оценка инвестиций: метод. указания / Н.В. Боргоякова. – Красноярск: Сиб.федер.у н-т; ХТИ – филиал СФУ, 2015. – 20 с.

8. Бороздина, Г.В. Психология и этика делового общения: учебник для бакалавров / Г.В. Бороздина, Н.А. Кормнова. – М.: Юрайт, 2015. – 463 с.

9. Бусов, В.И. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): учебник для бакалавров / В.И. Бусов, О.А. Землянский, А.П. Поляков. – М.: Юрайт, 2015. – 430 с.

10. Валигурский, Д.И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д.И. Валигурский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К», 2015. – 520 с.

11. Гапоненко, А.Л. Стратегическое управление: учебник; допущено МО РФ / А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М.: Омега-Л, 2015. – 464 с.

12. Глухов, В.В. Производственный менеджмент. Анатомия резервов. Leanproduction / В.В. Глухов, Е.С. Балашова. – СПб.: Лань, 2016. – 352 с.

13. Горемыкин, В.А. Экономика недвижимости: учебник; рекомендовано МО РФ / В.А. Горемыкин. – 6-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 883 с.

14. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: учебник для магистров / Т.И. Григорьева. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 462 с.

15. Дрогобыцкий, И.Н. Системный анализ в экономике: учебник; рекомендовано УМО «Профессиональный учебник» для студентов вузов / И.Н. Дрогобыцкий. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 423 с.
16. Елисеева, И.И. Статистика: Практикум: учебное пособие для бакалавров; допущено МО и науки РФ / ред. И.И. Елисеева. – М.: Юрайт, 2015. – 511 с.
17. Ефименко, И.Б. Экономика отрасли (строительство): учебное пособие; допущено УМО по образованию в области производственного менеджмента / И.Б. Ефименко, В.В. Куликов. – М.: Вузовский учебник, 2015. – 359 с.
18. Ефимова, М.Р. Практикум по общей теории статистики: учебное пособие для бакалавров; рекомендовано УМО вузов России по образованию в области менеджмента / М.Р. Ефимова, Е.В. Петрова, О.И. Ганченко. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 364 с.
19. Завьялов П.С. Формула успеха: маркетинг (сто вопросов – ответов о том, как эффективно действовать на внешнем рынке) / П.С. Завьялов, В.Е. Демидов. – М.: Международные отношения, 2015. – 217 с.
20. Иванов, И.Н. Организация производства на промышленных предприятиях: учебник; допущено УМО вузов России по образованию в области менеджмента / И.Н. Иванов. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 352 с.
21. Инькова, Н.А. Современные интернет – технологии в коммерческой деятельности: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в области коммерции / Н.А. Инькова. – М.: Омега-Л, 2015. – 188 с.
22. Карпов, Э.А. Организация производства и менеджмент: учебное пособие; допущено МО РФ / Э.А. Карпов. – Старый Оскол: ТНТ, 2016. – 768 с.
23. Касьяненко, Т.Г. Оценка стоимости бизнеса: учебник для бакалавров; рекомендовано ГОУ ВПО «Государственный институт управления» / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – М.: Юрайт, 2015. – 411 с.
24. Когденко, В.Г. Экономический анализ: учеб. пособие / В.Г. Когденко. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 392 с.
25. Кожевина, О.В. Управление изменениями: учеб. пособие; допущено

Советом УМО вузов России в области менеджмента / О.В. Кожевина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 286 с.

26. Коноваленко, М.Ю. Деловые коммуникации: учебник для бакалавров; допущено МО и науки РФ / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – М.: Юрайт, 2015. – 468 с.

27. Коноваленко М.Ю. Теория коммуникации: учебник для бакалавров; рекомендовано УМО высшего образования / М.Ю. Коноваленко, В.А. Коноваленко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2013. – 415 с.

28. Коротков, Э.М. Корпоративная социальная ответственность: учебник для бакалавров; допущено УМО по образованию в области менеджмента / ред. Э.М. Коротков. – М.: Юрайт, 2015. – 445 с.

29. Краснова, Т.Г. Территориальные аспекты социально-экономического развития Сибирского федерального округа: монография / Т.Г. Краснова, А.А. Кисуркин, Т.Н. Плотникова. – Абакан: ХГУ им. Н.Ф. Катанова, 2016. – 236 с.

30. Кремер, Н.Ш. Исследование операций в экономике: учебное пособие; рекомендовано МО РФ / ред. Н.Ш. Кремер. – 3-е изд., испр. и перераб. – М.: Юрайт, 2015. – 438 с.

31. Кривокоца, Е.И. Деловые коммуникации: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в области производственного менеджмента / Е.И.Кривокоца. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 190 с.

32. Кулибанова, В.В. Маркетинг: сервисная деятельность. – Спб., 2016. – 226 с.

33. Курс социально-экономической статистики: учебник для вузов; рекомендовано МО РФ / ред.: М.Г. Назаров.– 8-е изд., стер.– М.:Омега-Л, 2016. – 1 013 с.

34. Ларионов, И.К. Антикризисное управление: учебное пособие / И.К. Ларионов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: «Дашков и К», 2017. – 292 с.

35. Левитан, Е.С. Организация, планирование и управление производством на швейных предприятиях / Е.С. Левитан, В.Е. Романов. – М.: Легпромиздат, 2015. – 158 с.

36. Липсиц, И.В. Экономика: учебник для вузов; допущено МО РФ / И.В. Липсиц. – М.: Омега-Л, 2015. – 656 с.
37. Литовченко, В.П. Финансовый анализ: учебное пособие / В.П. Литовченко. – М.: «Дашков и К», 2015. – 216 с.
38. Лукичёва, Л.И. Управление интеллектуальным капиталом: учебное пособие / Л.И. Лукичёва. – 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 551 с.
39. Лукичёва, Л.И. Управление организацией: учеб. пособие; рекомендовано УМО по образованию в области менеджмента / Л.И. Лукичёва. – 5-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 355 с.
40. Лукичёва, Л.И. Управление персоналом: учеб. пособие; рекомендовано Советом Учебно-методического объединения вузов России по образованию в области менеджмента / Л.И. Лукичёва. – 5-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 263 с.
41. Лычкина, Н.Н. Имитационное моделирование экономических процессов: учебное пособие; рекомендовано Государственным образовательным учреждением «Высшая экономика» / Н.Н. Лычкина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 254 с.
42. Магомедов, М.Д. Экономика организации (предприятия): учебник; рекомендовано УМО по образованию в области технологии продуктов питания и пищевой инженерии / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. – М.: «Дашков и К», 2017. – 276 с.
43. Мазин, А.Л. Экономика труда: учеб. пособие; рекомендовано МО РФ / А.Л. Мазин. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 623 с.
44. Мазур, И.И. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие; допущено Советом УМО вузов России по образованию в области менеджмента / ред.: И.И. Мазур, В.Д. Шапиро. – 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 784 с.
45. Майбуров, И.А. Налоговая политика. Теория и практика: учебник для магистров; рекомендовано Учебно-методическим центром «Профессиональный учебник» / ред. И.А. Майбуров. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 519 с.

46. Малашенко, Н.П. Маркетинг на потребительском рынке: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в области маркетинга / Н.П. Малашенко. – 2-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 207 с.

47. Маркин, Ю.П. Экономический анализ: учеб. пособие; допущено УМО по образованию в области экономики и экономической теории / Ю.П.Маркин. – М.: Омега-Л, 2015. – 450 с.

48. Маршалова, А.С. Система государственного и муниципального управления: учеб. пособие / А.С. Маршалова. – 3-е изд., стер. – М.: Омега-Л, 2015. – 128 с.

49. Омельченко, Н.А. Этика государственной и муниципальной службы: учебник для бакалавров; допущено МО и науки РФ / Н.А. Омельченко. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2015. – 108 с.

50. Орлова, Е.Р. Иностраные инвестиции в России: учеб. пособие / Е.Р. Орлова, О.М. Зарянкина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Омега-Л, 2017. – 203 с.

51. Переверзев, М.П. Организация производства на промышленных предприятиях: учебное пособие; допущено УМО по направлению педагогического образования / М.П. Переверзев, С.И. Логвинов, С.С. Логвинов. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 332 с.

52. Пивоваров, С.Э. Операционный менеджмент для бакалавров: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения; допущено Советом учебно-методического объединения в области менеджмента / С.Э. Пивоваров. – СПб.: Питер, 2016. – 544 с.

53. Рассолов, М.М. Коммерческое право: учебник.; рекомендован МО РФ / ред.: М.М. Рассолов, И.В. Петров. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 503 с.

54. Самоукин, А.И. Теория и практика бизнеса: практическое пособие / А.И. Самоукин, А.И. Шишов. – М.: 2017. – 311 с.

55. Современные трансформационные экономические и социально-политические процессы: тезисы докладов IV Международной научно-

практической конференции (23–25 мая 2013 г.). – Абакан: Ред. изд. сектор ХТИ– филиала СФУ, 2015. – 320 с.

56. Социально-экономическая статистика: учебник для бакалавров; допущено УМО вузов России по образованию в области менеджмента / ред. М.Р. Ефимова. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 391 с.

57. Тарасевич, Л.С. Макроэкономика: учебник для бакалавров; рекомендовано МО и науки РФ / Л.С. Тарасевич, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. – 9-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2015.

58. Трофимов, В.В. Информационные технологии в экономике и управлении: учебник; рекомендовано МО и науки РФ / ред. В.В. Трофимов. – М.: Юрайт, 2015. – 478 с.

59. Федеральный закон РФ об упрощенной системе налогообложения, учета и отчетности для субъектов малого предпринимательства // «Экономика и жизнь». – №3. – 2016.

60. Федуов, В.Г. Культура сервиса: учебное пособие / В.Г. Федуов. – М., 2015. – 205 с.

Электронные ресурсы

1. Бета-коэффициент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.shfm.ranepa.ru/students/beta>. – (Дата обращения: 17.04.2020).

2. Бюджетная эффективность государственного финансового участия в реализации инвестиционных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dep.nlb.by/jspui/handle/nlb/55165>. – (Дата обращения: 27.01.2020).

3. Инвестиции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://perviydoc.ru/v11646/инвестиции?page=3>. – (Дата обращения: 01.03.2020).

4. Индекс государственных облигаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/index/RGBITR>. – (Дата обращения: 15.04.2020).

5. Индекс РТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.moex.com/ru/index/RTSI>. – (Дата обращения: 02.05.2020).

6. Индивидуальный предприниматель [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://banks.academic.ru/1034/Индивидуальный_предприниматель. – (Дата обращения: 01.03.2020).
7. Иностранные инвестиции. Особенности, способы и формы финансирования инвестиций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfile.net/preview/5966070/page:10/>. – (Дата обращения: 04.04.2020).
8. История возникновения ателье [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ilma.forum2x2.ru/t40-topic>. – (Дата обращения 05.04.2020).
9. Методические подходы к оценке конкурентоспособности организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36300286>. – (Дата обращения: 14.01.2020).
10. Методы оценки конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://megaobuchalka.ru/8/19307.html>. – (Дата обращения: 21.01.2020).
11. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=214438. – (Дата обращения: 09.03.2020).
12. Основные принципы реализации инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=21541329>. – (Дата обращения: 23.02.2020).
13. Реализация инвестиционного проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://naukovedenie.ru/PDF/04EVN114.pdf#1>. – (Дата обращения: 09.03.2020).
14. Российский продовольственный рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.foodmarket.spb.ru/downloads/1_2020_small.pdf. – (Дата обращения: 26.03.2020).
15. Совершенствование государственного регулирования инвестиционной деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dlib.rsl.ru/01005530773>. – (Дата обращения: 24.03.2020).

16. Состояние и пути развития швейной промышленности в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/151/42958/>. – (Дата обращения: 03.04.2020).

17. Состояние отечественного и мирового производства и рынка швейных товаров. Тенденции развития ассортимента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.ru/>. – (Дата обращения: 01.04.2020).

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Классификация инвестиционных проектов

В зависимости от типа проекта:			
Замена существующих основных фондов	Расширение производственных мощностей	Стратегические затраты на освоение новых видов продукции или технологий	Затраты не связанные с изменением финансовых результатов деятельности предприятия
В зависимости от степени обязательств:			
Обязательные		Необязательные	
могут быть предназначены для критического обновления активов, для поддержки существующих активов в рабочем состоянии		можно отнести любые необязательные проекты развития	
В зависимости от срочности:			
Неотложные		Откладываемые	
либо не доступны в будущем, либо теряют свою привлекательность при отсрочке		инвестиции, которые можно отложить, при этом их привлекательность меняется незначительно	
В зависимости от степени связанности:			
Альтернативные	Независимые	Взаимосвязанные	Взаимодополняющие
В зависимости от срока реализации:			
Краткосрочные < 3 лет	Среднесрочные от 3 лет до 5 лет	Долгосрочные > 5 лет	
В зависимости от основной направленности:			
Коммерческие	Социальные	Экологические	
В зависимости от типа денежного потока:			
Ординарные		Неординарные	
Сначала тратимся потом получаем доход (знак меняется один раз с – на +)		знак меняется более одного раза	
В зависимости от степени риска:			
Рисковые		Безрисковые	