

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.

Сравнительный анализ вариантов вложения средств в объект
коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг»

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ
ЮУрГУ – 38.03.01.2020.663. ПЗ ВКР

Руководитель работы,
к.э.н., доцент

_____ И.Н. Голлай
_____ 2020 г.

Автор работы,
студент группы ЭУ-551

_____ Н.Д. Рауткин
_____ 2020 г.

Нормоконтролер,
старший преподаватель

_____ Н.В. Тихонова
_____ 2020 г.

Челябинск 2020

АННОТАЦИЯ

Рауткин Н.Д. Сравнительный анализ вариантов вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг». – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ-551, 80 с., 17 ил., 26 табл., библиогр. список – 77 наим.

В выпускной квалификационной работе рассматриваются теоретические основы вложения средств в коммерческую недвижимость и показана их практическая реализация на примере предприятия ООО «Агроторг». Проводится анализ вариантов вложений в коммерческую недвижимость, а также оценивается наиболее эффективный способ инвестирования.

Целью выпускной квалификационной работы является определение наиболее перспективного варианта вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг» на основе проведенного сравнительно анализа объектов недвижимости.

Результаты выпускной квалификационной работы имеют практическую ценность для анализируемого хозяйствующего субъекта. Предложенные мероприятия характеризуются экономической целесообразностью и призваны способствовать повышению эффективности деятельности и укреплению финансового состояния ООО «Агроторг».

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЯ В ОБЪЕКТ НЕДВИЖИМОСТИ.....	10
1.1 Экономическая сущность и содержание понятия «коммерческая недвижимость», её виды и назначение	10
1.2 Вложения в коммерческую недвижимость	15
1.3 Методические основы анализа эффективности вложения средств в объекты недвижимости	20
2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «АГРОТОРГ» И ОБОСНОВАНИЕ РЕШЕНИЯ ОБ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.....	27
2.1 Характеристика ООО «Агроторг».....	27
2.2 Анализ финансового состояния и основных показателей деятельности ООО «Агроторг».....	29
2.3 Обоснование необходимости вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг».....	34
3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЯ СРЕДСТВ В ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ДЛЯ ООО «АГРОТОРГ».....	47
3.1 Анализ рынка торговых помещений в г. Челябинске и выбор местоположения объекта недвижимости	47
3.2 Сравнительный анализ вариантов вложения средств в объект коммерческой недвижимости: покупка, строительство, аренда	54
3.3 Оценка экономической эффективности вложений в объект коммерческой недвижимости	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	70
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ А Расположение магазинов сети «Пятерочка» в г. Челябинске.....	80

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы. В сложившейся сложной экономической ситуации в РФ каждая коммерческая организация должна грамотно распоряжаться собственными денежными средствами. Правильное распределение и вложение денежных средств может приумножить их количество. Деньги должны приносить доход, если денежные средства не работают и не приносят дохода, то с течением времени они теряют в цене.

Одним из направлений инвестирования средств является инвестиции в коммерческую недвижимость. В последнее время инвестиции в коммерческую недвижимость стали популярным методом приращения капитала.

Коммерческая недвижимость является весьма надежным средством инвестирования. Однако, при выборе объекта недвижимости, следует обратить внимание на сроки окупаемости, местоположение, внешние и технические характеристики, необходимо оценить все риски вложений, возможные доходы и дополнительные расходы. Таким образом, требуется проведение предварительного сравнительного анализа вариантов вложения средств в те или иные объекты недвижимости.

Вышеизложенное позволяет заключить, что выбранная тема исследования носит актуальный характер.

Цель работы – определение наиболее перспективного варианта вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг» на основе проведенного сравнительного анализа объектов недвижимости.

Задачи работы:

- раскрыть сущность и содержание понятия коммерческой недвижимости, виды и назначение коммерческой недвижимости;
- рассмотреть сущность процесса вложения средств в коммерческую недвижимость;
- рассмотреть методы анализа эффективности вложения средств в объекты коммерческой недвижимости;

- дать общую характеристику, провести анализ финансового состояния и основных показателей деятельности ООО «Агроторг»;
- провести обоснование необходимости вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг»;
- провести анализ рынка торговых помещений и обосновать выбор местоположения объекта коммерческой недвижимости ООО «Агроторг»;
- провести сравнительный анализ вариантов вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг»;
- дать оценку экономической эффективности вложений в объект коммерческой недвижимости ООО «Агроторг».

Объект исследования – ООО «Агроторг» (сеть супермаркетов «Пятерочка»).

Предмет исследования – процесс вложения средств в объект коммерческой недвижимости, а также факторы и показатели, которые следует учитывать при выборе объекта вложения

Структура работы.

В первой главе работы рассмотрена экономическая сущность понятия коммерческой недвижимости, описаны виды коммерческой недвижимости, рассмотрены методы и варианты вложения средств в коммерческую недвижимость, рассмотрены методики анализа эффективности вложений.

Во второй главе проведен анализ основных показателей деятельности организации, при помощи анализа внешней и внутренней среды определена необходимость вложения средств организации в новый объект коммерческой недвижимости.

В третьей главе проведен анализ рынка коммерческой недвижимости г. Челябинска, определено метаположение объекта коммерческой недвижимости, проведен сравнительный анализ вариантов – покупка, строительство или аренда объекта коммерческой недвижимости и дана оценка эффективности данных вариантов вложений.

Результаты работы. В работе был проведен анализ вариантов вложения средств в коммерческую недвижимость в г. Челябинске для открытия супермаркета сети «Пятерочка», в ходе исследования был проведен расчёт и выявлен наиболее выгодный и прибыльный вариант вложения средств. Данные расчёты могут быть использованы организацией для повышения эффективности деятельности и увеличения доходов в будущих периодах.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЯ В ОБЪЕКТ НЕДВИЖИМОСТИ

1.1 Экономическая сущность и содержание понятия «коммерческая недвижимость», её виды и назначение

Коммерческой недвижимостью являются здания, сооружения, помещения, земельные участки, которые используются юридическими и физическими лицами для осуществления коммерческой деятельности и получения прибыли. К коммерческой недвижимости относят производственные помещения, промышленные объекты, торговые площади, офисные здания, склады, гостиницы, сельскохозяйственные помещения и участки сельхоз назначения [16, с. 17].

Коммерческая недвижимость может служить объектом инвестиций, при грамотной оценке объекта, вложенные средства могут принести большой доход [24, с. 104].

Как правило, недвижимость подразделяется на жилую и коммерческую недвижимость.

Операции с жилой недвижимостью регулируются Жилищным Кодексом РФ и Гражданским Кодексом РФ [1]. Под жилой недвижимостью понимается недвижимость, которая предназначена в первую очередь для проживания. Жилищным кодексом РФ установлены нормативы, согласно которым недвижимость может быть признана жилой. К таким нормативам могут быть отнесены присутствие инженерных коммуникаций; нормы жилой площади, которая приходится на одного человека; соблюдение санитарно-гигиенических правил; наличие инфраструктуры и прочие нормы. Одним из главных условий, которые устанавливает Жилищный кодекс РФ, является то, что собственник не может быть лишён единственного жилья [39, с. 135].

Операции с коммерческой недвижимостью регулируются Гражданским кодексом РФ. Коммерческая недвижимость не имеет таких жестких норм, как жилая. Следует отметить, что жилая недвижимость может переходить в категорию

коммерческой и наоборот. Нормы, при которых недвижимость может переходить из одной категории в другую, регулируются Жилищным Кодексом РФ [47].

В законодательстве РФ нет четкого определения понятия «коммерческая недвижимость». В результате возникают множество споров в отношении сделок с коммерческой недвижимостью, может ли признана та или иная сделка действительной. При этом определение статуса недвижимого имущества крайне важно, так как оно влияет на налогообложение, порядок юридической сделки и т.п.

Целью приобретения коммерческой недвижимости, как правило, является получение дохода. Собственником коммерческой недвижимости может являться как юридическое, так и физическое лицо. Одним из условий получения дохода от коммерческой недвижимости является то, что коммерческая недвижимость требует управления [34, с. 24].

Главным признаком коммерческой недвижимости, отличающей ее от жилой недвижимости, является ее отнесения к нежилому фонду и использования для получения дохода в результате осуществления предпринимательской деятельности.

Для проживания граждан используется жилой фонд. Жилой фонд недвижимости используется для проживания на длительный срок. Граждане стремятся к приобретению объекта недвижимости в собственность. Коммерческая недвижимость напротив может использоваться не только для осуществления предпринимательской деятельности, но и сдаваться в аренду, а также приобретаться с целью дальнейшей перепродажи по более высокой цене. В случае, когда недвижимость приобретается в целях дальнейшей перепродажи, большую выгоду можно получить при ее покупке на стадии строительства и продажи уже готового объекта. Однако, в данном случае могут возникнуть проблемы с реализацией недвижимого имущества в виду высокой цены или невыгодного расположения объекта [30, с. 490].

Одним из сходств коммерческой и жилой недвижимости является то, что и те и другие объекты могут сдаваться в аренду (таблица 1.1).

Таблица 1.1 – Аренда жилой и коммерческой недвижимости [20, с. 142]

Параметры	Некоммерческая недвижимость	Коммерческая недвижимость
Договор	Договор коммерческого найма (гл. 35 ГК РФ)	Договор аренды (гл. 34 ГК РФ)
Цели использования	Используется для проживания граждан	Используется для осуществления предпринимательской деятельности и получения прибыли
Арендатор/ Наниматель	Физические лица. Для юридического лица – на основании договора аренды (или иного договора) и только для проживания граждан.	Физические (индивидуальные предприниматели) и юридические лица
Срок	Не превышает пяти лет. Если срок не определён, договор считается заключённым на пять лет. Возможность заключения договора от одного месяца до одного года.	Определён договором. В противном случае – на неопределённый срок.
Налогообложение	Для физических лиц: подоходный налог 13%. Для индивидуальных предпринимателей: – УСН 6% (доходы) + взносы во внебюджетные фонды – приобретение патента (ПСН), для самозанятых – налог с дохода 4-6%	Специальные режимы налогообложения: УСН, ЕНВД, ПСН.

Еще одной отличительной особенностью жилой недвижимости является то, что она не приносит дохода. Исключением является сдача данного вида недвижимости в аренду. Если жилая недвижимость сдаётся в аренду она может окупиться в течении 15-17 лет. Коммерческая недвижимость всегда имеет срок окупаемости, но он зависит от множества факторов: то как используется недвижимость, цена сдачи в аренду, экономическая и политическая ситуация в стране, местонахождения объекта, класс недвижимости (А, В, С, D), маркетинговые мероприятия и т. п. [7, с. 107].

Одним из основных факторов влияющих на доходность коммерческой недвижимости, является экономическая ситуация в стране. В период экономического кризиса спрос на коммерческую недвижимость, как правило, снижается. В данный период в результате снижения спроса на недвижимое имущество цены на него снижаются. В данный период правильным решением

станет приобретение объекта недвижимости с целью его дальнейшей перепродажи в будущем [42, с. 123].

Инвестиции в коммерческую недвижимость имеют свои существенные недостатки:

- цены на коммерческую недвижимость, как правило выше, чем на жилую при прочих равных условиях;
- коммерческая недвижимость обладает низкой ликвидностью;
- коммерческая недвижимость требует постоянного управления [27, с. 112].

Далее рассмотрим виды коммерческой недвижимости (рисунок 1.1).



Рисунок 1.1 – Виды коммерческой недвижимости [44, с. 213]

Далее рассмотрим представленные виды коммерческой недвижимости более подробно.

1. Торговые помещения. Данный вид коммерческой недвижимости используется, как правило, для организации торговой деятельности или оказания каких-либо услуг. К торговым помещениям относятся торговые центры, магазины, выставочные павильоны, автосервисы, парикмахерские, предприятия общественного питания и т.д.

Торговая недвижимость является более прибыльной по сравнению с другими видами коммерческой недвижимости. Преимуществом данного вида коммерческой недвижимости является большие площади, а также большая популярность среди арендаторов [2, с. 139].

2. Офисные помещения. К офисным помещениям относятся объекты, которые предназначены для организации рабочего пространства организаций и

предприятий, а также являются место проведения деловых встреч, собраний, совещаний и т. п.

Офисные помещения разделяются на классы (рисунок 1.2).



Рисунок 1.2 – Классы офисных помещений [12, с. 59]

3. Производственно-складские помещения. Данный вид коммерческой недвижимости играет важную роль в производственном процессе. К производственным помещениям можно отнести все объекты промышленного назначения, сельскохозяйственные объекты, склады и хранилища, специализированные и прочие объекты. Особенность производственно-складских помещений является то, что они могут быть представлены не только отдельным строением, но и целым комплексом сооружений.

Данный вид коммерческой недвижимости считается наименее выгодным, так как используется в основном по прямому назначению. Хотя в последние годы наметилась тенденция к развитию такого вида предпринимательской деятельности, как сдача в аренду складских помещений и помещений для хранения [43, с. 54].

4. Гостиничная недвижимость. Данный вид недвижимости предназначен для временного проживания граждан. К данной категории недвижимости относятся гостиницы, дома отдыха, турбазы, хостелы, детские лагеря и т. п.

Гостиничная недвижимость приносит неплохие доходы своим владельцам. Данный вид бизнеса в последнее десятилетие активно развивается [19, с. 75].

5. Универсальные объекты. Этот вид коммерческой недвижимости еще называют помещениями свободного назначения. Данный вид недвижимости, зачастую свободной планировки, использование таких помещений может быть для различных целей, в большинстве своем к данным объектам сооружаются из модулей и устанавливаются в проходных местах. Одним из требований к таким объектам: наличие отдельного входа, инженерных коммуникаций и капитальных стен [31, с. 236].

Таким образом, коммерческая недвижимость – это здания, сооружения, помещения, земельные участки, которые используются юридическими и физическими лицами для осуществления коммерческой деятельности и получения прибыли. Различают следующие виды коммерческой недвижимости: торговые и офисные помещения, производственные и складские сооружения, объекты гостиничного бизнеса, а также помещения свободного назначения.

1.2 Вложения в коммерческую недвижимость

Как уже упоминалось выше, к коммерческой недвижимости относятся объекты нежилой недвижимости, целевое назначение которой – получение дохода. К коммерческой недвижимости, как правило, относятся торговые и офисные помещения, помещения производственного и складского назначения, универсальные помещения и т. п.

Наиболее востребованными на сегодняшний день являются торговые, офисные и складские помещения. Данные виды коммерческой недвижимости пользуются наибольшей популярностью, так как приносят наибольший доход их владельцам и арендаторам [14, с. 138].

Однако, на сегодняшний день существуют большие риски при покупке объекта коммерческой недвижимости, которые связаны в первую очередь со спадом деловой активности коммерческих организаций, снижением спроса и высокой конгруэнцией на рынке недвижимости.

В связи с этим инвестиции в коммерческую недвижимость требуют тщательного анализа и оценки всех возможных вариантов вложений, рисков проекта, а также методов их минимизации [26, с. 126].

По данным статистики в 2019 году сделки по вложению инвестиций в объекты недвижимости на мировом рынке увеличились на 4% по сравнению с 2018 годом и достигли исторического максимума в 733 миллиарда долларов. По прогнозам на 2020 год динамика инвестиций в коммерческую недвижимость будет отрицательной в связи со сложившейся экономической и эпидемиологической ситуацией в мире.

Рассмотрим положительные и отрицательные факторы вложения в коммерческую недвижимость.

Положительные факторы вложения средств в коммерческую недвижимость:

- доходность вложения средств в коммерческую недвижимость как правило вдове превышает ставки по депозитам кредитных организаций. Так доходность вложений в недвижимость составляет от 8 до 12% в год;
- вложение средств в коммерческую недвижимость можно считать пассивным доходом, так как все расходы на обслуживание помещений как правило берут на себя арендаторы [40, с. 83].

Отрицательные факторы вложения средств в коммерческую недвижимость:

- налоги. Как физические, так и юридические лица обязаны уплачивать налоги с дохода, полученного от сдачи в аренду коммерческой недвижимости;

– посредники. Как правило, при сделках с коммерческой недвижимостью физические и юридические лица вынуждены обращаться к посредникам (риэлторам, брокерам). За услуги посредникам придётся заплатить;

– бухгалтерское обслуживание. Вложение средств в коммерческую недвижимость требует составление бухгалтерской и налоговой отчетности. Бухгалтерское обслуживание также предполагает дополнительные расходы;

– риск потери арендаторов, не получения выгоды. Для снижения рисков следует грамотно оформлять сделки по аренде и купле-продаже недвижимости [36, с. 89].

При покупке объекта коммерческой недвижимости чаще всего преследуются следующие цели:

- покупка недвижимости с целью последующей сдачи её в аренду;
- покупка недвижимости с целью её дальнейшей продажи;
- обеспечение собственного предприятия [5, с. 155].

Далее рассмотрим этапы вложения средств в коммерческую недвижимость (рисунок 1.3).

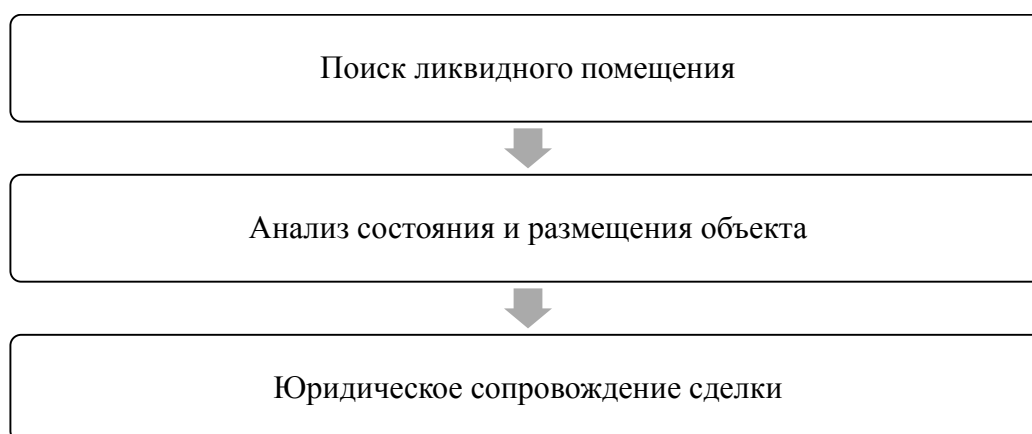


Рисунок 1.3 – Этапы вложения средств в коммерческую недвижимость [17, с 336]

Рассмотрим представленные этапы подробнее.

1. Поиск ликвидного объекта коммерческой недвижимости.

Для того чтобы недвижимость принесла больше дохода от сдачи в аренду или перепродажи, ее принято покупать на стадии строительства. В данном случае можно сэкономить средства на покупке, так как после сдачи объекта недвижимости цена на нее увеличится. Однако в данном случае существуют такие риски, как снижение цен в результате экономической ситуации в стране, не возможность перепродать недвижимость вследствие неудачного выбора местоположения, также существует риск затягивания строительства или вовсе его «заморозки». Данные факторы могут не только увеличить сроки окупаемости вложений, но даже принести убытки инвестору.

На сегодняшний день пользуются большой популярностью покупка коммерческой недвижимости на первых этажах новостроек в спальных районах города. Покупка подобной недвижимости зачастую окупается быстро, при установлении адекватной цены на аренду или перепродажу. Покупка недвижимости на стадии застройки является перспективной, но в тоже время достаточно трудоемкой.

Зачастую инвестор при покупке недвижимости в жилых домах сталкивается со следующими проблемами: необходимость оборудования отдельной входной группы, согласование деятельности с собственниками квартир, необходимость оборудования помещения специальными коммуникациями [32, с. 199].

2. Анализ состояние и размещение объекта коммерческой недвижимости. Основой успешного вложения средств в коммерческую недвижимость является выбор правильного и удачного расположения недвижимого имущества. Район, в котором планируется покупка коммерческой недвижимости, должен соответствовать назначению объекта. То есть не будет целесообразным покупка или строительство производственных площадей в спальном районе города, и вкладывать в офисные помещения находящиеся на окраине города.

Кроме того немаловажным является обслуживание помещения. При покупке помещения необходимо иметь в виду деятельность обслуживающей организации.

Также особое внимание следует уделить техническому состоянию объекта недвижимости, состоянию несущих конструкций, состоянию крыши, подвала, систем электроснабжения, водоснабжения и водоотведения, систем связи и т.п.

Кроме этого немаловажным является наличие удобных подъездов и парковочных мест.

Также следует обратить внимание на расположенные поблизости объекты, отрицательное влияние может оказать рядом расположенные заводы, шумные производства, свалки, крупные трассы, железнодорожные пути и переезды.

Особую роль может сыграть внешний вид здания, а также его внутренняя отделка и планировка помещения, зачастую покупатели и арендаторы обращают на это внимание в первую очередь.

Все вышеперечисленные факторы нужно учитывать при вложении средств в коммерческую недвижимость, они могут оказать большое влияние на поиск покупателей или арендаторов объекта [8, с. 126].

3. Юридическое сопровождение. Покупка, продажа и сдача в аренду недвижимости процесс, который требует обязательного юридического сопровождения. Для чистоты сделки документация должна быть проверена юристом. Также следует обратить внимание на собственников земельного участка, на котором стоит объект коммерческой недвижимости.

В сложившейся экономической ситуации в ближайшее время ожидается спад спроса на покупку и аренду коммерческой недвижимости. Спад спроса на торговые помещения влечет за собой спад спроса на офисные и складские помещения.

В связи со сложившейся неблагоприятной эпидемиологической ситуацией в стране гостиничный бизнес также несет большие убытки [10, с. 264].

Важно отметить, что инвестиции в коммерческую недвижимость является весьма сложным проектом, который требует тщательного анализа и прогнозирования. Грамотный расчёт и анализ объекта недвижимости принесет большой доход при минимальных затратах.

1.3 Методические основы анализа эффективности вложения средств в объекты недвижимости

Инвестиции в коммерческую недвижимость являются методом получения пассивного дохода. Каждый инвестиционный проект требует тщательного анализа и оценки вложения, возможного дохода и эффективности инвестиций. Рассмотрим методы анализа эффективности вложений в коммерческую недвижимость [22, с. 239].

Основными структурными элементами оценки эффективности инвестиций являются:

- анализ финансовых возможностей организации-инвестора;
- прогноз полученного дохода от инвестиций в коммерческую недвижимость;
- расчёт ставки дисконтирования;
- расчёт показателей эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость;
- учет возможных рисков проекта инвестиций [38, с. 213].

Как правило, для оценки эффективности инвестиционного проекта вложения средств в коммерческую недвижимость используют следующие подходы:

- оценка эффективности инвестиций, данная методика основывается на расчёте коэффициентов отношения прибыли проекта и затрат на его реализацию;
- оценка рентабельности инвестиций в проект, данный показатель может быть рассчитан на основании бухгалтерской отчетности организации;
- оценка эффективности, которая основывается на теории стоимости денег в определенный период времени.

Ниже описаны методы, по которым можно проанализировать эффективность инвестиционных вложений в рамках проекта: будет ли развитие этих инвестиций и насколько привлекателен конкретный проект. Принято также оценивать отдельные объекты программы.

Эффективность инвестиций с точки зрения экономики отражает соответствие проекта интересам всех его участников.

При удачных вложениях увеличивается ВВП, который в дальнейшем разделяется между всеми участниками инвестиционного проекта (акционеры, сотрудники, банки и так далее).

В целом, все способы оценки результативности инвестиций основаны на принципе сопоставления финансовых затрат и выгоды от реализации проекта [11, с. 73].

К основным показателям оценки инвестиций в коммерческую недвижимость относятся:

- срок окупаемости инвестиций – PP (PaybackPeriod);
- чистый приведённый доход – NPV (NetPresentValue);
- внутренняя норма доходности – IRR (Internal Rate of Return);
- индекс рентабельности – PI (Profitability Index).

В основе данных коэффициентов лежит метод дисконтирования, который базируется на принципе временной стоимости денег.

В случаях, когда проводится анализ собственного капитала, то в качестве ставки дисконтирования берут среднюю доходность рынка и ставку рефинансирования, установленную центральным банком.

При анализе инвестиций в коммерческую недвижимость проводится оценка не только количественных коэффициентов и показателей, но и анализ качественных показателей инвестиционной деятельности. Инвестиционный проект следует проанализировать по следующим направлениям:

- соответствует ли проект инвестиций в коммерческую недвижимость целям и стратегиям организации;
- имеет ли инвестиционный проект перспективы развития;
- соответствует ли проект инвестиций в коммерческую недвижимость общепринятым показателям финансовой устойчивости и уровню риска;
- обеспечивает ли инвестиционный проект диверсификацию финансовой, экономической и хозяйственной деятельности предприятия;

- имеются ли у организации необходимые производственные и кадровые ресурсы для реализации инвестиционного проекта;
- степень влияние проекта инвестиций в коммерческую недвижимость на репутацию организации на рынке;
- соответствует ли проект требованиям экологических стандартов [29, с. 22].

Рассмотрим показатели эффективности вложений в коммерческую недвижимость.

При анализе эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость в первую очередь проводят оценку срока окупаемости проекта. Методика расчёта срока окупаемости во многом зависит от того, насколько достоверно произведён расчёт инвестиций, затраченных ресурсов и полученных результатов [33, с. 83]. Период окупаемости инвестиций в коммерческую недвижимость рассчитывается по формуле (1.1):

$$PP = \frac{I}{Pr} \quad (1.1)$$

где PP – период окупаемости

\overline{Pr} – среднегодовая прибыль инвестиционных вложений в коммерческую недвижимость;

I – инвестиции в коммерческую недвижимость.

На основе оценки результатов расчёта периода окупаемости, принимают решения стоит ли реализовывать инновационный проект, то есть если срок окупаемости оказался ниже чем максимальный приемлемый срок реализации проекта, то проект принимается к осуществлению.

Зачастую, поступления финансовых результатов и инвестиций в проект могут быть неравномерными, в данном случае срок окупаемости рассчитывается на весь период реализации проекта и по всем поступлениям и инвестициям.

Данный показатель оценки эффективности не учитывает при расчёте фактор времени, что является существенным недостатком. Однако есть альтернативный способ расчёта, который его исключает – дисконтированный период окупаемости.

Кроме срока окупаемости, практически в каждом инновационном проекте проводят расчёт и анализ чистого дисконтированного дохода (чистой приведённой стоимости). Данный показатель определяет чистый реальный доход с учётом процентных ставок по кредитам, инфляции, рисков проекта и т. п. [41, с. 192].

Чистый дисконтированный доход инновационного проекта рассчитывается по формуле (1.2):

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t} \quad (1.2)$$

где CF_t – денежный поток за t-й период;

I_t – суммарные приведенные инвестиционные затраты;

T – горизонт планирования

r – ставка дисконтирования [6, с. 136].

Решение о целесообразности и эффективности реализации проекта инвестиций в коммерческую недвижимость принимают на основании следующих параметров:

Если $NPV > 0$, то проект инвестиций является эффективным и его следует принять.

Если $NPV < 0$, то проект инвестиций является убыточным и его следует отвергнуть.

Если $NPV = 0$, то проект инвестиций не принесет прибыли и убытков [8, с. 93].

Ставка дисконтирования рассчитывается по следующей формуле (1.3):

$$(1+r) = (1+r_m) \cdot (1+j) \cdot (1+R) \quad (1.3)$$

где r_m – минимальная реальная доходность инвестиционного проекта;

j – уровень инфляции;

R – рисковая премия.

Как правило, данную формулу используют в следующем виде (1.4):

$$r \approx r_m + j + R \quad (1.4)$$

Таким образом, чистый дисконтированный доход позволяет рассчитать отдачу (эффект) от реализации инвестиционного проекта, то есть если показатель имеет отрицательное значение, а целью инвестиций в проект является получение прибыли, то данный проект следует приостановить или провести переоценку (переработку) мероприятий [35, с. 286].

Следующий показатель, который применяют при оценке эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость – внутренняя норма доходности (IRR). Данный показатель характеризует максимальную стоимость капитала для инвестиций в коммерческую недвижимость.

Внутренняя норма доходности показывает, при какой ставке дисконтирования чистый дисконтированный доход будет равен нулю. По своей сути внутренняя норма доходности показывает степень риска при которой проект может быть эффективен, то есть ту ставку дисконта при которой анализируемый инвестиционный проект может быть эффективен: $IRR = r$, при котором $NPV = f(r) = 0$,

Внутренняя норма доходности инновационного проекта рассчитывается по следующей формуле (1.5):

$$NPV(IRR) = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{I_t}{(1 + IRR)^t} = 0 \quad (1.5)$$

где CF_t – денежных доход полученный за определённый период времени;

I_t - сумма инвестиций в коммерческую недвижимость;

n – период реализации инвестиционного проекта [4, с. 79].

Также одним из существенных показателей расчёта эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость является индекс рентабельности PI, который напрямую связан с показателем рентабельности (прибыльности) инвестиций.

Индекс доходности инвестиций показывает получаемый доход на одну единицу инвестиций, который будет получен в результате реализации проекта инвестиций в коммерческую недвижимость. Индекс доходности инвестиций рассчитывается по формуле (1.6), (1.7):

$$PI = 1 + NPV / \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t} \quad (1.6)$$

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1+r)^t}}{\sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}} \quad (1.7)$$

Следует отметить, что данный показатель является относительным, то есть он показывает полученный доход на единицу затрат. То есть минимальный показатель индекса доходности проекта должен быть выше одного, если данный показатель меньше единицы, то проект является убыточным [23, с. 151].

Именно поэтому для выбора одного из нескольких альтернативных проектов для инвестиций очень удобен критерий PI (когда эти проекты имеют примерно одинаковые показатели NPV). Также PI удобно использовать, когда комплектуется портфель инвестиций для достижения максимального суммарного значения критерия NPV.

Для понимания рентабельности проекта инвестиций существует простое правило: чем выше доходность, тем лучше проект. При этом минимальная ставка доходности должна быть показана индексом, который больше единицы. Если

индекс равен единице, то чистая текущая стоимость нулевая. Если показатель ниже этого показателя, то вовсе не отвечает минимальной ставке доходности [21, с. 281].

Выводы по разделу один

Таким образом, в рамках данной работы под коммерческой недвижимостью понимается – здания, сооружения, помещения, земельные участки, которые используются юридическими и физическими лицами для осуществления коммерческой деятельности и получения прибыли. Различают следующие виды коммерческой недвижимости: торговые и офисные помещения, производственные и складские сооружения, объекты гостиничного бизнеса, а также помещения свободного назначения.

Главным признаком коммерческой недвижимости, отличающей ее от жилой недвижимости, является ее отнесение к нежилому фонду и использование для получения дохода в результате осуществления предпринимательской деятельности.

Инвестиции в коммерческую недвижимость требуют тщательного анализа и оценки всех возможных вариантов вложений, оценки рисков проекта, а также разработки методов их минимизации.

Инвестиции в коммерческую недвижимость является весьма сложным проектом, который требует тщательного анализа и прогнозирования. Грамотный расчёт и анализ объекта недвижимости принесет большой доход при минимальных затратах.

Для оценки экономической эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость используют систему показателей, которая включает срок окупаемости инвестиций, чистый приведенный доход, внутреннюю норму доходности и индекс рентабельности (доходности).

2 ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «АГРОТОРГ» И ОБОСНОВАНИЕ РЕШЕНИЯ ОБ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

2.1 Характеристика ООО «Агроторг»

Сеть магазинов «Пятерочка» широко распространена по всей территории России.

Официальное наименование организации – ООО «Агроторг».

«Пятёрочка» основана в 1998 г., первый магазин этой торговой сети открылся в городе Санкт-Петербург в 1999 г. В 2013 г. Произошло крупное обновление торговой сети, а также стартовал ребрендинг компании. Под управление компании насчитывается 15 739 супермаркетов «Пятёрочка». Федеральная торговая сеть «Пятёрочка» находится в управлении компании X5 Retail Group. Сеть X5 Retail Group включает в себя гипермаркеты «Карусель», и супермаркеты «Пятёрочка» и «Перекрёсток», а также распределительные центры и грузовой автотранспорт. Форма собственности организации – Общество с ограниченной ответственностью.

Согласно ст. 87 Гражданского кодекса РФ Обществом с ограниченной ответственностью признается хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на доли; участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей [1].

Организационная структура ООО «Агроторг» представлена на рисунке 2.1.

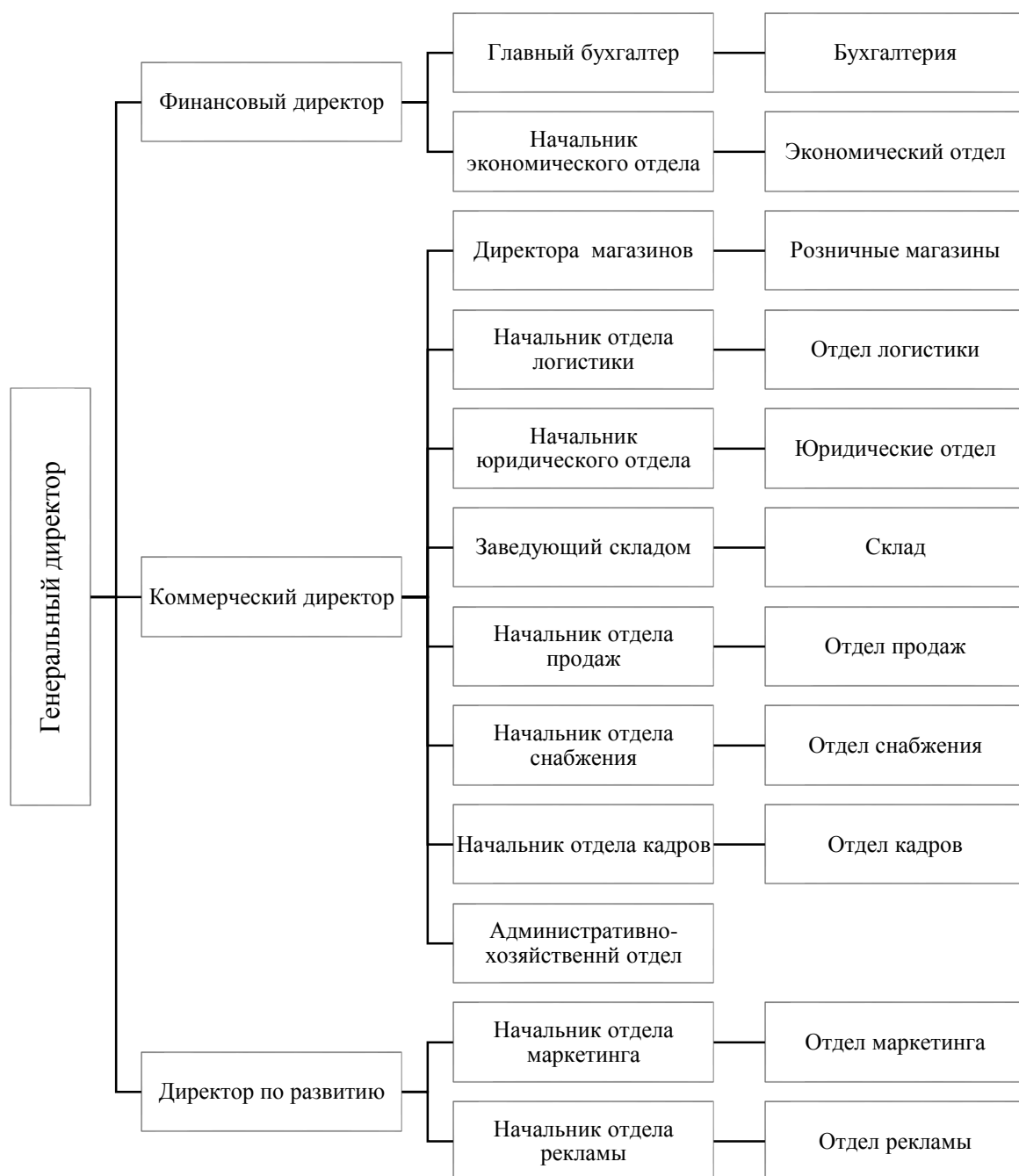


Рисунок 2.1 – Организационная структура ООО «Арготорг»

Организационная структура предприятия является линейно-функциональной.

Организация осуществляет свою деятельность на основании следующих нормативных актов:

1. Конституция РФ: принята всенародным голосованием 12.12.1993 г.
2. Гражданский кодекс РФ от 30.11.1994 г. № 51-ФЗ

3. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998г. № 14-ФЗ

4. Трудовой кодекс РФ от 30.12.2001 г. № 197-ФЗ

5. Федеральный закон «О защите конкуренции» от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ

6. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 г. № 2300-1

7. Федеральный закон «О рекламе» от 18.07.1995 г. № 108-ФЗ (ред. от 21.07.2005 г.)

Организационные документы, на основании которых происходит деятельность

1. Устав ООО «Агроторг»

2. Учредительный договор ООО «Агроторг»

3. Свидетельства ИНН и ОГРН;

4. Трудовой договор;

5. Должностные инструкции и т.д.

2.2 Анализ финансового состояния и основных показателей деятельности ООО «Агроторг»

Проведем анализ бухгалтерского баланса предприятия (таблица 2.1).

Таблица 2.1 – Анализ бухгалтерского баланса ООО «Агроторг» за период 2017–2019 гг. [49]

Наименование показателя	На конец года, тыс. руб.			Прирост (снижение) за весь период	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	тыс. руб.	%
I. Внеоборотные активы					
Нематериальные активы	89 865	77 513	64 489	-25 376	-28,24
Основные средства	456 163	453 828	733 454	277 291	60,79
Прочие внеоборотные активы	3 850	7 968	33 522	29 672	770,50
Итого по разделу I	549 881	539 312	831 468	281 587	51,21
II. Оборотные активы					
Запасы	8 777 210	1 041 098	13 274 626	4 497 416	51,23

Окончание таблицы 2.1

Наименование показателя	На конец года, тыс. руб.			Прирост (снижение) за весь период	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	тыс. руб.	%
Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	22 668	60 683	111 908	89 240	393,68
Дебиторская задолженность	1 596 371	1 802 657	2 103 486	507 115	31,77
Денежные средства и денежные эквиваленты	290650	589 892	1 271 219	980 569	337,37
Прочие оборотные активы	2	10	0	-2	-100,00
Итого по разделу II	10 686 902	12864209	16 761 240	6 074 338	56,84
БАЛАНС	11 236 782	13403520	17 592 707	6 355 924	56,55
III. Капитал и резервы					
Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	135 464	135 464	135 464	0	0,00
Добавочный капитал	27	27	27	0	0,00
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	6 340 312	8 544 543	10 813 666	4 473 354	70,55
Итого по разделу III	6 475 803	8 680 034	10 949 157	4 473 354	69,08
IV. Долгосрочные обязательства					
Заемные средства	0	0	0	0	0,00
Прочие обязательства	0	0	0	0	0,00
Итого по разделу IV	0	0	0	0	0,00
V. Краткосрочные обязательства					
Заемные средства	1 944 143	2 116 994	777 030	-1 167 113	-60,03
Кредиторская задолженность	2 816 782	2606493	5 866 509	3 049 727	108,27
Прочие обязательства	55	0	12	-43	-78,18
Итого по разделу V	4 760 980	4 723 487	6 643 551	1 882 571	39,54
БАЛАНС	11 236 782	13 403 520	17 592 707	6 355 924	56,55

Из таблицы видно, что баланс предприятия увеличился на 56,55%. Динамика основных показателей баланса представлена на рисунке 2.2.

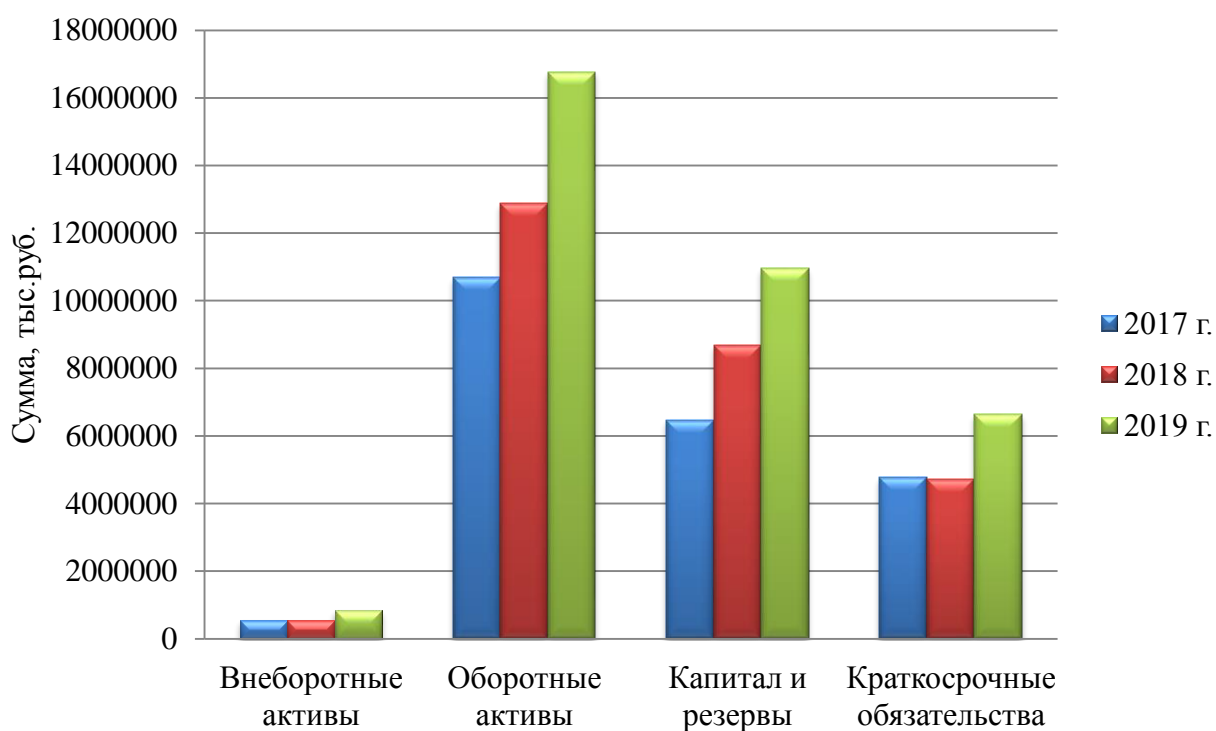


Рисунок 2.2 – Динамика основных показателей бухгалтерского баланса ООО «Агроторг» на конец соответствующего периода

Внеоборотные активы компании в исследуемый период увеличились на 51,21%, рост внеоборотных активов произошло из-за значительного увеличения величины основных средств. В 2019 предприятием было закуплены автомобили.

Оборотные активы компании в исследуемый период увеличились на 56,83%. Увеличение оборотных активов произошло из-за роста стоимости запасов предприятия на 4,5 млрд. руб., а также произошло заметное увеличение суммы денежных средств (прирост составил 980,5 млн. руб.). На 507,1 млн. руб. увеличилась дебиторская задолженность предприятия.

Капитал предприятия в период 2017–2019 гг. вырос на 69,07%, в результате роста нераспределенной прибыли организации на 4,47 млрд руб.

Долгосрочные обязательства у предприятия отсутствуют.

В исследуемый период произошел рост краткосрочных обязательств на 39,54%, увеличение краткосрочных обязательств тесно связано с увеличением кредиторской задолженности предприятия, при этом необходимо заметить, что в 2019 году существенно снизились краткосрочные займы предприятия.

Далее рассмотрим финансовые результаты компании (таблица 2.2).

Таблица 2.2 – Анализ финансовых результатов ООО «Агроторг» за период 2017–2019 гг. [49]

Наименование показателя	Период, тыс. руб.			Прирост (снижение) за весь период	
	2017 г.	2018 г.	2019 г.	тыс.руб.	%
Выручка	35 823 090	36 819 991	40 810 151	4 987 061	13,93
Себестоимость продукции (услуг)	15 920 225	15 571 585	18 251 920	2 331 695	14,65
Валовая прибыль (убыток)	19 902 865	21 248 406	22 558 231	2 655 366	13,34
Коммерческие расходы	13 239 876	14 310 761	16 626 314	3 386 438	25,58
Управленческие расходы	0	0	0	0	0,00
Прибыль (убыток) от продаж	6 662 989	6 937 645	5 931 917	-731 072	-10,97
Проценты к получению	133 084	26 043	65 228	-67 856	-50,99
Проценты к уплате	61139	122594	173377	112238	183,58
Прочие доходы	2 301 372	1 007 828	1 122 579	-1 178 793	-51,22
Прочие расходы	2 853 831	1 366 698	1 930 722	-923 109	-32,35
Прибыль (убыток) до налогообложения	6 182 475	6 482 224	5 015 625	-1 166 850	-18,87
Текущий налог на прибыль	1 236 422	1 296 416	995 103	-241 319	-19,52
Прочее	169 847	220 011	1 751 400	1 581 553	931,16
Чистая прибыль (убыток)	4 776 206	4 965 797	2 269 122	-2 507 084	-52,48

Исходя из данных таблицы можно сделать вывод, что выручка предприятия за исследуемый период увеличилась на 13,93%, себестоимость продукции (услуг) при этом выросла на 14,65%. Динамика выручки и себестоимости продукции представлена на рисунке 2.3.

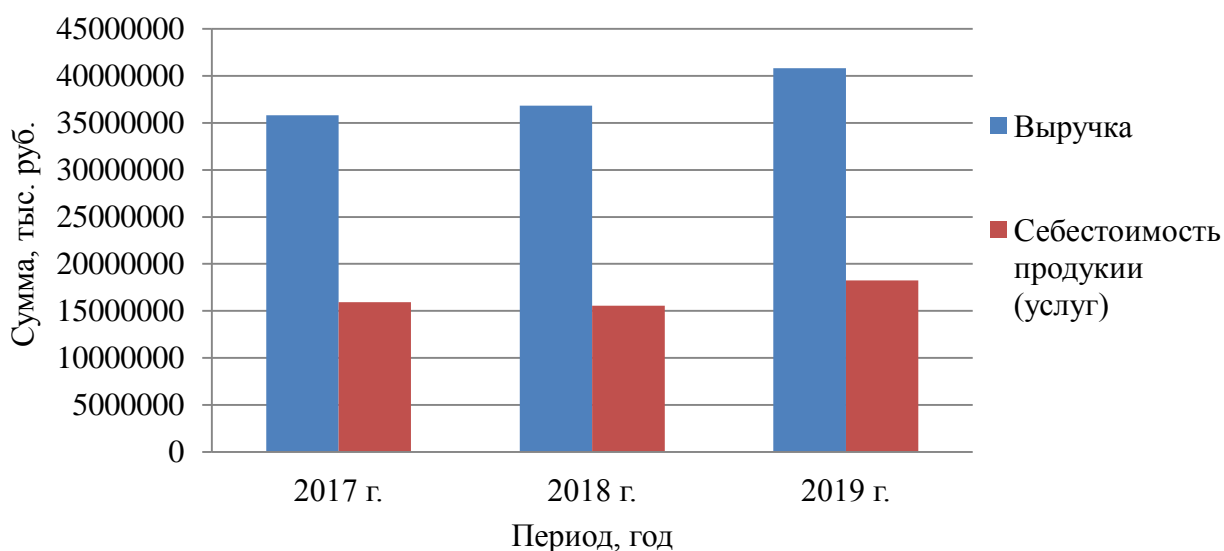


Рисунок 2.3 – Динамика выручки и себестоимости ООО «Агроторг» за период 2017–2019 гг.

Темпы роста себестоимости превышают темпы роста выручки от продаж что свидетельствует о неверной ценовой политики предприятия. Валовая прибыль организации увеличилась на 13,33% и в 2019 году составила 22,5 млрд руб.

Динамика чистой прибыли предприятия представлена на рисунке 2.4.

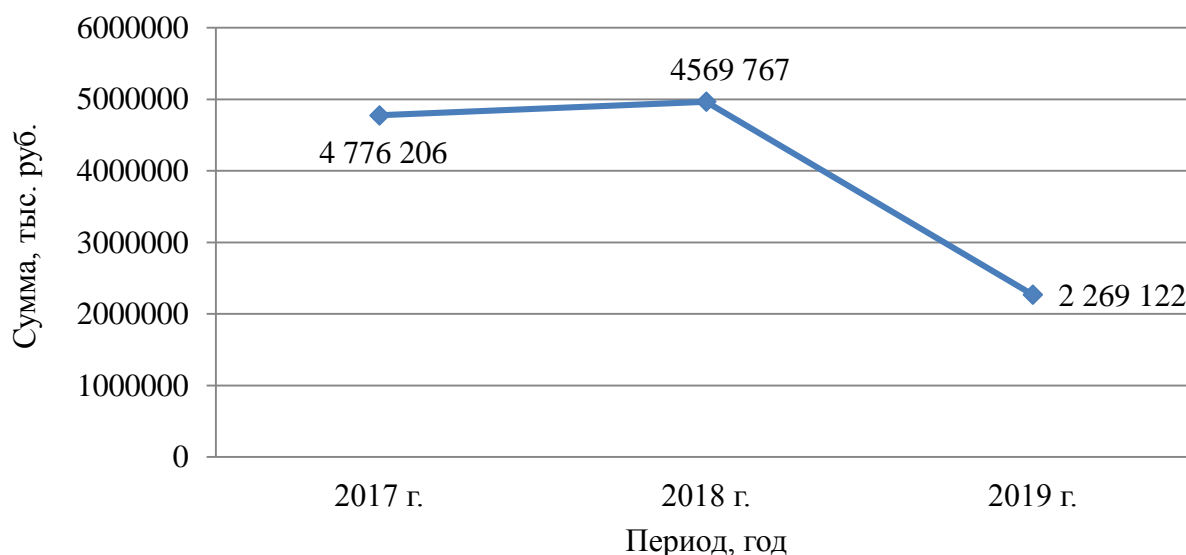


Рисунок 2.4 – Динамика чистой прибыли ООО «Агроторг» за период 2017–2019 гг.

Чистая прибыль в рассматриваемый период упала на 52,48%, падение чистой прибыли связано с существенным ростом коммерческих расходов, которые в свою очередь увеличились на 3,3 млрд. руб.

Показатели эффективности использования ОС представлены в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Показатели эффективности использования основных средств ООО «Агроторг» за 2017–2019 гг.

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	%
Выручка от продаж, тыс. руб.	35 823 090	36 819 991	40 810 151	13,92
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс.руб.	456 164	453 829	733 455	60,79
Фондоотдача (п.1/п.2)	78,53	81,13	55,64	-29,14
Фондоёмкость (п.2/п.1)	0,01	0,01	0,02	41,13

Как видно из таблицы, фондоотдача основных средств упала на 29,14% и в 2019 году составила 55,64, то есть на каждый вложенный рубль основных средств, организация получила 55,64 рубля выручки. Фондоёмкость в исследуемый период выросла на 41,13% и составила 0,02. То есть в каждый рубль выручки предприятие вложило 0,02 руб. основных средств. Исходя из этих данных можно сделать вывод, что эффективность использования основных средств предприятия уменьшилась, а уменьшение эффективности произошло в результате существенного роста стоимости основных средств организации, за счет приобретения транспорта.

2.3 Обоснование необходимости вложения средств в объект коммерческой недвижимости для ООО «Агроторг»

ООО «Агроторг» работает на рынке более 20 лет. Главная цель компании – собрать ассортимент российских производителей в одном месте, обеспечивая своих клиентов полным ассортиментом и высоким сервисом.

В состав имущественного комплекса предприятия входят распределительные центры, оснащенные охлаждающими и морозильными камерами – данное оборудование позволяет сохранять высокий уровень качества реализуемой продукции. Также в состав имущественных активов компании входят торговые

помещения, административные здание, парк автомобилей грузоподъемностью от 5 тн. до 30 тн.

Миссия организации заключается в обеспечении каждого россиянина возможностью покупать продукты в современных магазинах, гарантирующих комфортный доступ к широкому ассортименту качественных товаров

Проведем анализ внешней среды предприятия при помощи PEST-анализа.

PEST-анализ основан на оценки положительного и отрицательного влияния на деятельность организации таких факторов, как политических, экономических, социальных и технологических.

Политические факторы. Наибольшее политическое влияние на деятельность продовольственных торговых сетей, оказывает антимонопольное законодательство. Согласно части первой ст. 14 Федерального закона от 28.12.2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» хозяйствующий субъект, который осуществляет розничную торговлю продовольственными товарами посредством организации торговой сети и доля которого превышает двадцать пять процентов объема всех реализованных продовольственных товаров в денежном выражении за предыдущий финансовый год в границах субъекта Российской Федерации, в границах муниципального района, городского округа, не вправе приобретать или арендовать в границах соответствующего административно-территориального образования дополнительную площадь торговых объектов для осуществления торговой деятельности по любым основаниям, в том числе в результате введения в эксплуатацию торговых объектов, участия в торгах, проводимых в целях их приобретения. Этот федеральный закон оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на деятельность компании, так как сдерживает деятельность не только ООО «Агроторг», но и ее конкурентов.

Также к отрицательным политическим факторам можно отнести, рост налогов с 2020 года. МРОТ в Челябинской области с 2020года составляет 13 949 руб., что на 23,5% выше, чем в 2019 году. Рост минимального размера оплаты труда понесёт за собой затраты на оплату труда, а также затраты на социальные отчисления.

Таким образом, в результате увеличения минимального размера оплаты труда, вырастут расходы коммерческих организаций.

Экономические факторы. Одним из положительных факторов является прогноз низких показателей инфляции на 2020 год. Ещё в феврале 2020 года размер инфляции в нашей стране составлял 2,3%. В феврале Минэкономики поставило цель по показателям инфляции на конец 2020 года в 3%. В марте 2020 года произошел обвал цен на нефть, что приведёт за собой увеличение инфляции по итогам года. Но не смотря на падение цен, специалисты Минэкономики увеличили цель показателей инфляции до 4,5%. Следует отметить, что даже при учете роста инфляции, он остается ниже показателей 2015–2016 гг. [48].

Отрицательным экономическим фактором является снижение курса рубля. С начала 2020 года курс рубля по отношению к доллару снизился на 25%. Причиной повышения курса валют стало обвал цен на нефть. Повышение курса валют вызовет рост цен на продовольственные товары, и как следствие снизит спрос на часть товаров иностранного производства.

Еще одним отрицательным экономическим фактором является повышение цен на ГСМ. Деятельность торговых сетей во многом зависит от транспортировки товара, соответственно рост цен на ГСМ повлечет за собой значительный рост расходов организации.

Социальные факторы. По оценке Министерства труда РФ в 2020 году не ожидается роста безработицы [51]. Однако, в связи со сложившейся эпидемиологической ситуацией в стране связанной с распространением Коронавируса, ожидается значительный рост безработицы. Основными клиентами торговых сетей являются конечные потребители продукции, рост безработицы вызовет снижение реальных доходов населения, и как результат снижение объемов продаж продовольственных сетей.

По данным статистики в 2019 году рост реальных доходов населения составил 16%, в 2020 году прогнозируется снижение реальных доходов на 12–15% [52].

Технологические факторы. К положительным технологическим факторам можно отнести продвижение продукции и бренда «Пятерочка» через интернет.

Интернет-маркетинг является весьма популярным средством продвижения товаров и услуг. В настоящее время все больше рекламы уходит в интернет [46]. Данный фактор может оказать как положительное, так и отрицательное влияние на деятельность компании, так как средствами интернет-маркетинга могут воспользоваться и конкуренты компании.

Еще одним положительным технологическим фактором можно считать введение в сетях касс самообслуживание. Внедрение данной технологии позволит существенно сократить расходы на оплату труда кассирам.

Результаты анализа внешней среды представлены в таблице 2.4.

Таблица 2.4 – PEST-анализ

Факторы	Влияние
Политические факторы	(+) Проверка деятельности торговых сетей со стороны ФАС. (-) Увеличение размера налогов для малого и среднего бизнеса
Экономические факторы	(+) Показатель инфляции на 2020 год составляет 4,5% (-) Существенный рост курса валют в марте 2020 года (-) увеличение цен на ГСМ
Социальные факторы	(-) Большой уровень безработицы в РФ (-) уменьшение реальных доходов населения
Технологические факторы	(+/-) Реальность использование Интернет-маркетинга (+) Кассы самообслуживания

Таким образом, наибольшее отрицательное влияние на деятельность компании могут оказать экономические и социальные факторы, а именно рост цен на ГСМ, повышение курса валют, увеличение безработицы и снижение реальных доходов населения. Для снижения отрицательного воздействия экономических и социальных факторов, компании следует обратить внимание на технологические факторы, возможность продвижения бренда через интернет, установка касс самообслуживания для снижения расходов на оплату труда.

Рассмотрим факторы внешней среды непосредственного окружения.

Поставщики поставляют необходимые для осуществления деятельности компании ресурсы. В рассматриваемом нами случае ресурсами являются продукты питания, косметические средства и средства личной гигиены, а также хозяйственные товары.

Основными поставщиками продукции являются местные производители продукции, продукция отечественных производителей, а также импортные производители.

Также не считая основных поставщиков продуктов питания и сопутствующих товаров, в компании происходит обслуживание торгового оборудования (полочного, холодильного, расчётно-кассового и др.).

Продуктовый рынок как был, так и остаётся одним из быстроразвивающихся ниш для ведения бизнеса. Динамичный по умолчанию спрос формирует внушительную емкость отрасли для участников всех уровней. При изучении рынка продуктов за последние года можно увидеть системные процессы пертурбации. Изменения происходят в смене права собственности, формате продаж (уход в формат стрит-ритейл), самом ассортименте. В продуктовой отрасли никак не приживаются катализаторы горизонтальной субординации. Примером таких внедрений являются предложения поставщиков о запрете повторной продажи продуктов питания, которые были приобретены ранее по закупочным ценам.

Экономические показатели сектора торговли продуктами питания неизменно участвуют в сводной макроэкономической отчетности. Продуктовый рынок показывал постоянный рост в течение 2019 года. Объемы торговли продуктами питания, включая напитки, и табачные изделия продолжают ежегодный динамичный рост начиная с 1999 года. Растет отрасль и в ежеквартальном выражении. В первом квартале компания продала товаров на 3513.5 млрд. рублей, в третьем на 4399.2 млрд. рублей, с превышением аналогичных показателей предыдущего года (рисунок 2.5).

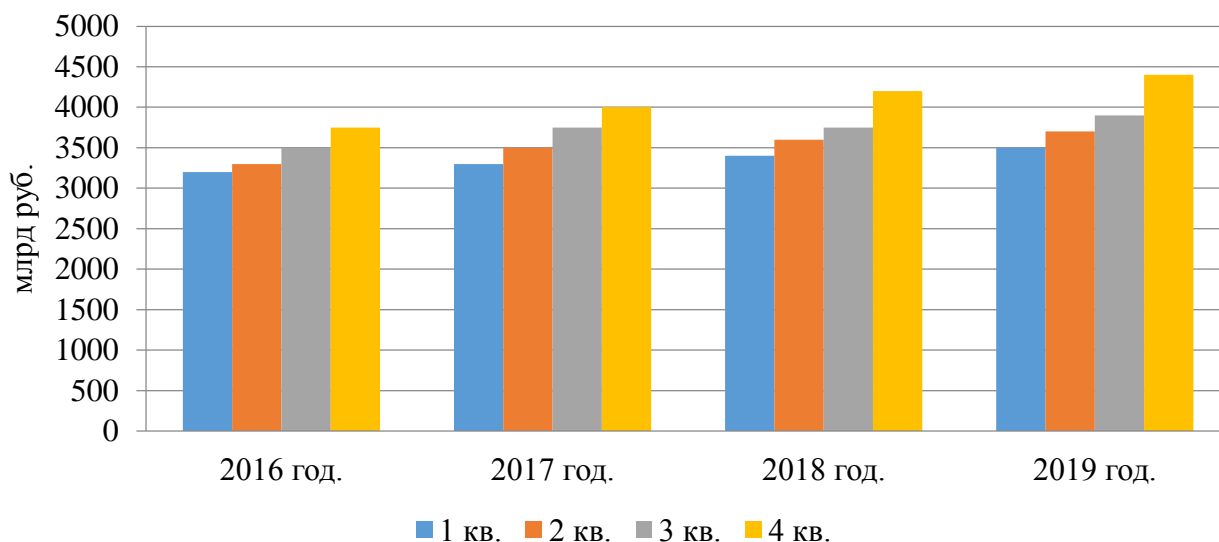


Рисунок 2.5 – Объем выручки продуктового ритейла, млрд. руб.

Согласно суммарным данным, доля продуктового ритейла составляет 40 процентов всего торгового оборота. При этом в исследованиях рынка продуктов питания выделяются сегменты реализации. Например, на продажу алкогольной и табачной продукции приходится не менее 8-10%. Продукты питания составляют вышеуказанные 40%. Остальные 51% остается за непищевой розницей.

Исследование рынка продуктов показывает стабильное наращивание потребления на душу населения. Так, например, в 2014 году россияне тратили на питание 45 тысяч рублей, а к 2019 году эта цифра увеличилась до 74 тысяч рублей. Несмотря на это затраты на пополнение запаса продуктов увеличиваются вне зависимости от динамики заработных плат. Исходя из данных исследований, можно сказать, что спрос на еду и напитки остается на пике человеческих потребностей. Расхождение уровня потребления с индексацией доходов указывает и на то, что часть продуктов приобретаются на кредитные средства.

У каждого потребителя складываются определённые предпочтения к используемому супермаркету (рисунок 2.6).

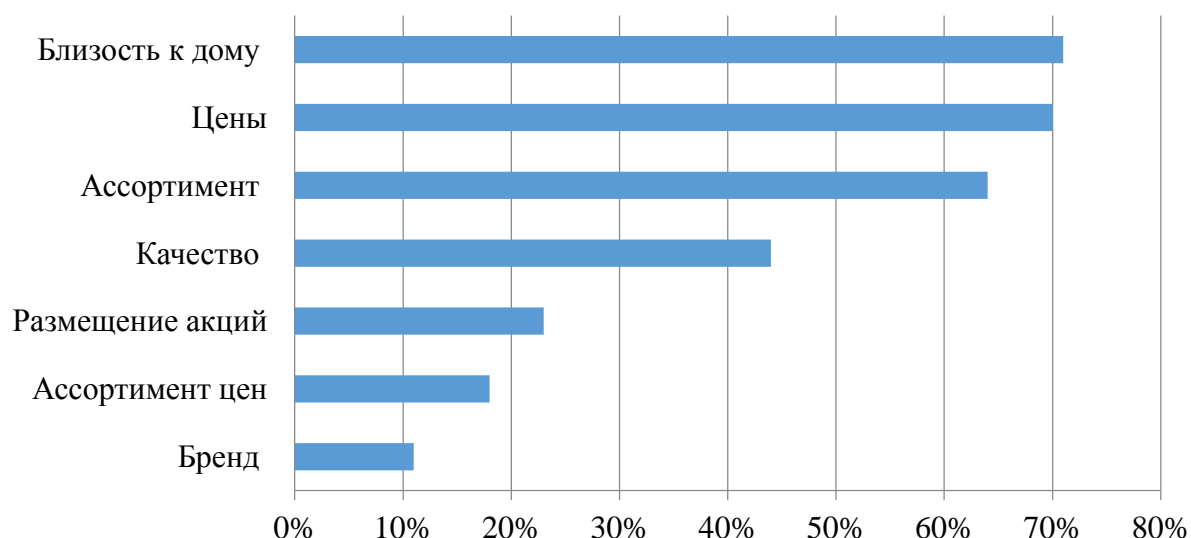


Рисунок 2.6 – Влияние на уровень спроса различных факторов в 2019 г.

Ведущим фактором спроса остается близость магазина к дому. Зачем покупателю тратить время на поездку другой конец города если можно купить те же самые товары по относительно такой же цене рядом с домом. Цены как второй и немаловажный критерий, которому верен покупатель. Достаточные ассортимент и качество товара на третьем и четвертом местах рейтинга предпочтений. Следующим фактором спроса является наличие акций и ассортимент ценовых категорий. Последний фактор при выборе супермаркета как ни странно занял бренд.

В городе Челябинске насчитывается 206 магазинов сети «Пятерочка». Распространение магазинов сети «Пятерочка» представлено в приложение А. Из приложения видно, магазины мало распространены в Советском районе г. Челябинска, а также в п. Чурилово, который в последние годы активно застраивается. Так как при выборе магазина, покупатели чаще всего выбирают магазин у дома, организации следует рассмотреть возможность расширение сети магазинов в Советском районе города, а также в районе п. Чурилова.

Сегодня практически в каждом российском городе активно развивается сетевой продуктовый ритейл. Рассчитывать на появление нового гипермаркета жители населенного пункта могут при достижении уровня населения в 500 тысяч человек.

«Магниты» и «Пятерочки», «Спары» и «Ашаны», – все эти магазины ежедневно продают на миллионы рублей.

Учитывая макроэкономическую поддержку отрасли, представители продуктового ритейла продолжают борьбу за рынок. Ежеквартальные отчеты в индустрии становятся поводом для быстрой и четкой реакции менеджмента, – магазины закрываются в непривлекательной зоне и открываются в новых местах, меняются формат торговли, происходит ребрендинг.

Согласно маркетинговому анализу рынка продуктов лидером отрасли остаются предприятия, созданные Магнитом. ЗАО «Тандер» известен плотным размещением точек продаж под торговой маркой «магнит». Второе место за X5 RetailGroup, объединивший под собой такие торговые сети как «Пятерочка», «Перекресток» и «Карусель». Третье место за «Ашаном». Предприятиям «Лента» и «Спар» достались 6 и 8 места соответственно.

Миссия компании звучит следующим образом: «Обеспечить своих покупателей высококачественными продуктами».

В соответствии с миссией иерархия целей развития предприятия выглядит следующим образом (таблица 2.5).

Таблица 2.5 – Иерархия целей развития ООО «Агроторг»

Персональные цели владельцев предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Занять лидирующие позиции по продаже продуктов питания; 2. Увеличить прибыль в 2020 году на 30%. 3. Сокращение затрат
Миссия предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Поставка высококачественных продуктов; 2. Расширение ассортимента продукции; 3. Обеспечить бесперебойную поставку продукции в места продаж.
Персональные цели высшего руководства предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обеспечить рост объемов продаж продукции, за счет повышения репутации организации; 2. Обеспечить компанию высококвалифицированным персоналом.
Цели развития предприятия	<ol style="list-style-type: none"> 1. Занять лидирующие позиции по продаже продуктов питания 2. Обеспечить рост объемов продаж на 30%. 3. Выйти на новые географические рынки сбыта

Итак, основные цели долгосрочного планирования предприятия состоят в следующем:

- достижение постоянного темпа роста продаж до 30%;
- увеличить долю на рынке до 10% .

Проанализируем сильные и слабые стороны ООО «Агроторг» с помощью SNW-анализа. Для составления SNW – анализа заполним таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – SNW-анализ внутренней среды ООО «Агроторг»

Наименование стратегической позиции	Количественная оценка	Характеристика стратегической позиции
Стратегия фирмы	50	Отсутствие единой стратегии предприятия
Репутация на рынке	90	Репутация положительная, уровень известности достаточно высокий
Организационная культура	80	Линейно-функциональная структура
Конкурентоспособность	50	Уровень конкурентоспособности данной фирмы является высоким
Использование информационных технологий	50	Фирма имеет высокий уровень информационной обеспеченности
Способность к лидерству	40	Нет стремления занять лидирующие позиции в отрасли
Уровень маркетинга	70	Активная рекламная кампания
Уровень менеджмента	40	Существующая система менеджмента обеспечивает стабильный объем продаж, однако темпы роста невысокие

Далее значение стратегических позиций представим в виде «Spider-map» (рисунок 2.7).

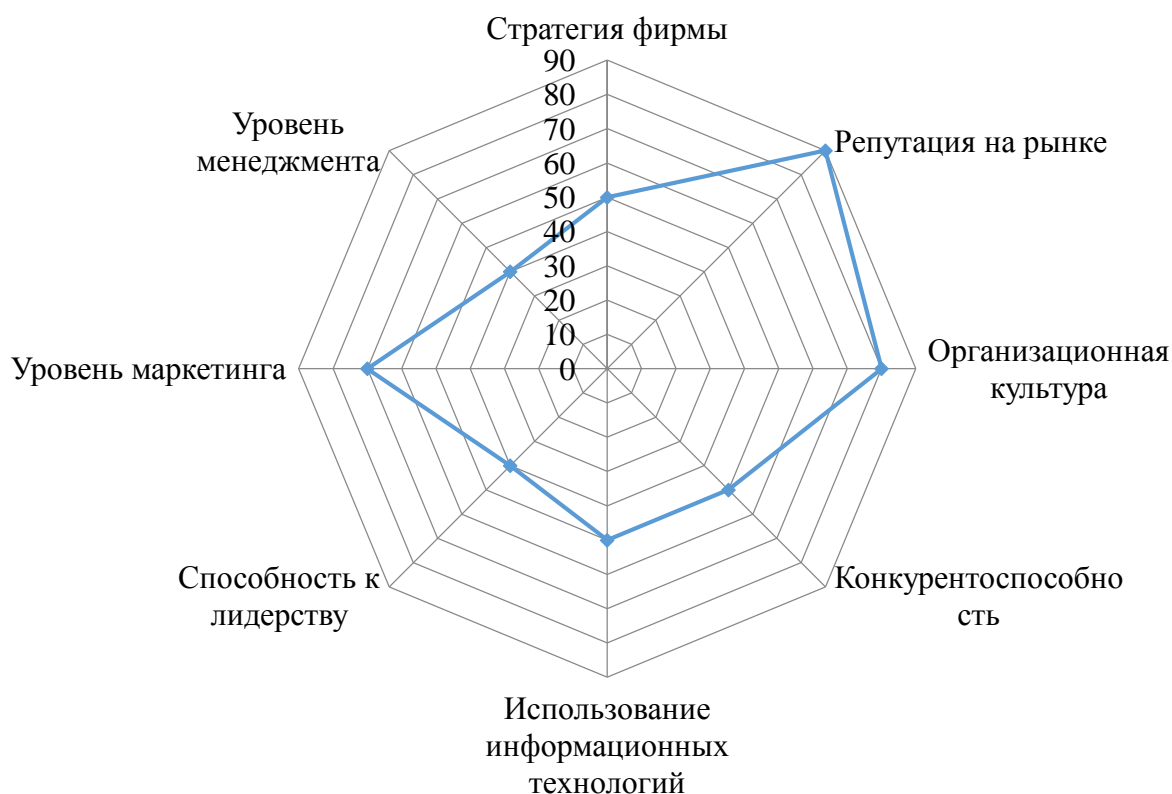


Рисунок 2.7 – Стратегические позиции ООО «Агроторг»

Таким образом, у предприятия слабая сторона это уровень менеджмента, а сильными сторонами являются использование информационных технологий и конкурентоспособности компании на рынке, ее репутация на рынке к нейтральными же относятся все остальные.

ООО «Агроторг» следует свою слабую сторону перевести в ряд нейтральных значений, то есть данной компании необходимо повысить уровень менеджмента.

Результаты проведенного анализа внешней и внутренней среды представим SWOT-анализом (таблица 2.7).

Таблица 2.7 – SWOT-анализ деятельности

	<p>Возможности</p> <p>Антимонопольная политика государства</p> <p>Прогноз инфляции на 2020 год составляет 4,5%</p> <p>Низкий уровень безработицы в РФ</p> <p>Рост реальный доходов населения</p> <p>Возможности использование Интернет-маркетинга</p>	<p>Угрозы</p> <p>Значительное повышение курса валют в марте 2020 года</p> <p>Повышение цен на ГСМ</p> <p>Повышение налогов</p>
<p>Сильные стороны</p> <p>1. Наличие хорошо отработанной системы сбыта</p> <p>3. Устойчивое финансовое положение</p> <p>4. Высокое качество продукции</p> <p>5. Высокая репутация компании</p> <p>6. Активная рекламная политика организации</p> <p>7. Доступные цена на товары</p>	<p>Расширение ассортимента продукции и улучшение её качества за счет поиска новых поставщиков</p>	<p>Удержать покупателей от перехода к конкуренту, за счет использования гибкой ценовой политики</p>
<p>Слабые стороны</p> <p>1. Зависимость от клиентов;</p> <p>2. Отсутствие новых покупателей товара</p> <p>3. Не стабильные цены на товары</p> <p>4. Покупатели чаще всего приобретают продовольственные товар в магазинах у дома</p> <p>5. Магазины сети «Пятерочка» есть не во всех районах города.</p>	<p>Расширение торговой сетей, открытие новых магазинов шаговой доступности</p>	<p>Рост цен неизбежен, поэтому необходимо разрабатывать технологии, которые позволят снизить затраты</p>

Для повышения конкурентоспособности компании и повышения эффективности ее деятельности предлагается проведение следующих мероприятий:

- Расширение сети магазинов «Пятерочка» в г. Челябинске;
- Расширение ассортимента продукции и улучшение её качества за счет поиска новых поставщиков;
- Удерживать покупателей от перехода к конкуренту, за счет использования гибкой ценовой политики и увеличения качества продукции;

– Снижение затрат.

В качестве основного мероприятия для повышения эффективности деятельности и конкурентоспособности организации предлагается Расширение сети магазинов «Пятерочка» в г. Челябинске. Для открытия магазинов предлагается приобретение коммерческой недвижимости.

Выводы по разделу два

Таким образом, в работе была представлена организационно-экономическая характеристика исследуемого предприятия, проведен анализ основных показателей деятельности компании ООО «Агроторг», работающей под брендом «Пятерочка».

Анализ экономических показателей деятельности организации выявил, что валюта баланса предприятия за рассматриваемый период увеличилась на 56,55%. Выручка предприятия за рассматриваемый период увеличилась на 13,93%, себестоимость продукции (услуг) при этом увеличилась на 14,66%. Чистая прибыль в рассматриваемый период снизилась на 52,48%, снижение чистой прибыли связано со значительным увеличением коммерческих расходов, которые в свою очередь увеличились на 3,3 млрд руб.

Анализ внешней среды организации показал, что наибольшее отрицательное влияние на деятельность компании могут оказать экономические и социальные факторы, а именно рост цен на ГСМ, повышение курса валют, увеличение безработицы и снижение реальных доходов населения. Для снижения отрицательного воздействия экономических и социальных факторов, компании следует обратить внимание на технологические факторы, возможность продвижения бренда через Интернет, установка касс самообслуживания для снижения расходов на оплату труда.

При помощи SWOT-анализа были предложены следующие мероприятия по повышению эффективности деятельности компании:

1) расширить сеть супермаркетов «Пятерочка» в г. Челябинске;

2) удержать покупателей от перехода к конкурентам, за счет использования гибкой ценовой политики и увеличения качества обслуживания;

3) разработать мероприятия по снижению затрат.

При этом основным мероприятием было выбрано расширение сети продуктовых супермаркетов «Пятерочка» в г. Челябинске. Для расширения сети необходимо вложение средств в покупку, строительство или аренду коммерческой недвижимости.

3 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВЛОЖЕНИЯ СРЕДСТВ В ОБЪЕКТ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ДЛЯ ООО «АГРОТОРГ»

3.1 Анализ рынка торговых помещений в г. Челябинске и выбор местоположения объекта недвижимости

В настоящее время в нашей стране иметь собственную недвижимость могут себе позволить небольшое количество коммерческих организаций. Чаще всего коммерческая недвижимость берется в аренду. Как показывает практика, аренда для многих организаций оказывается выгоднее, чем иметь в собственности собственные помещения, так как приобретение собственной недвижимости требуют больших вложений средств, кроме этого помещения требуют перестройки и переоборудования под конкретное предприятие.

На сегодняшний день рынок недвижимости располагает большим ассортиментом площадей, сдающихся в аренду, среди которых можно подобрать помещение, здание или сооружение под конкурентный вид деятельности. Рынок продажи коммерческой недвижимости не столько богат разнообразием помещений.

Представим обзор рынка коммерческой недвижимости за 2019 год.

По данным статистики большим спросом на рынке коммерческой недвижимости пользуются торговые площади (рисунок 3.1).

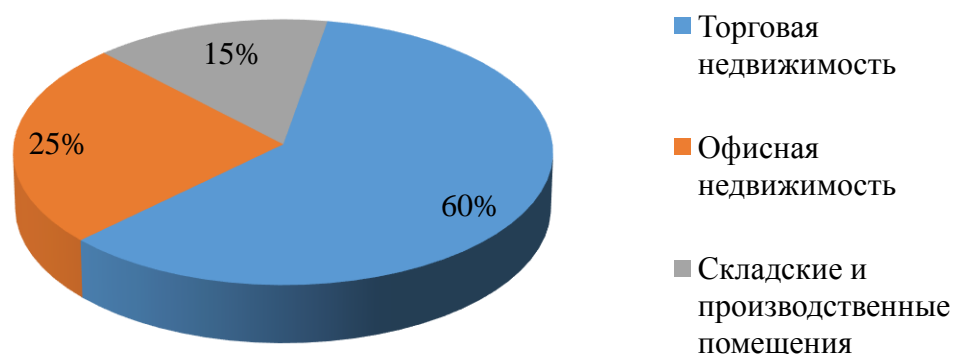


Рисунок 3.1 – Спрос по видам коммерческой недвижимости в 2019 году по РФ

Таким образом, из рисунка видно, что больше всего в прошедшем году пользовались спросом торговые площади, меньший интерес вызывали производственные и складские помещения, что может быть связано со спадом производства в нашей стране. Кроме этого низкий спрос на производственные и складские помещения связан с тем, что производственные организации предпочитают строительство собственной недвижимости, нежели приобретать ее или брать в аренду.

Наибольшей популярностью среди объектов коммерческой недвижимости пользуются помещения площадью от 25 до 100 кв.м. Так в г. Челябинске более 50% реализуемой и сданной в аренду коммерческой недвижимости было площадью от 25 до 100 кв.м. (рисунок 3.2).

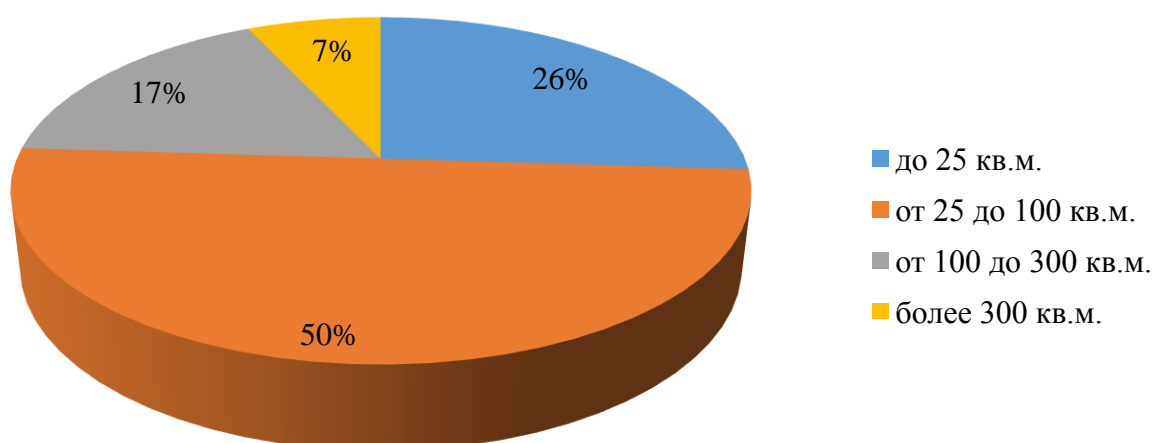


Рисунок 3.2 – Структура спроса по площади помещения в г. Челябинске на 2019 год

Кроме того, большой популярностью пользуется недвижимость площадью до 25 кв.м. Это как правило, торговые помещения или небольшие офисы, арендуемые малым бизнесом, индивидуальными предпринимателями и самозанятыми гражданами.

Исследования показывают, что данные помещения постоянно пользуются спросом, но арендаторы постоянно меняются, мелкий бизнес зачастую не может оплачивать аренду и вынужден уходить с рынка или искать помещения с более

выгодными условиями. При этом, следует отметить, что владельцы крупных торговых помещений испытывают трудности с поиском арендаторов.

В последнее время большим спросом пользуется коммерческая недвижимость, расположенная в новостройках. При этом данные объекты, как правило, вызывают интерес у потенциальных покупателей и арендаторов ещё на стадии застройки, так как с момента сдачи данного объекта, он значительно увеличивается в стоимости.

На рынок недвижимости в 2019 году большое влияние оказали такие факторы, как:

- Повышение налога на добавленную стоимость;
- Ужесточение требований к лицензированию;
- Нестабильная экономическая ситуация в стране;
- Обновление архитектуры.

В последнее время на рынке аренды коммерческой недвижимости все чаще предлагаются помещения, которые уже полностью готовы к эксплуатации, арендаторам остаётся только брендировать арендованное помещение. В помещения зачастую не только подключены все коммуникации, но и площади оснащены необходимой мебелью, а иногда даже оргтехникой.

В 2020 году специалисты ожидают рост цен на аренду и продажу коммерческой недвижимости, что связано с ростом цен на строительство, общей ситуацией в стране и ростом спроса на недвижимость.

В 2019 году общий объем предложения коммерческой недвижимости в г. Челябинске составил 220 тыс. кв. м. (рисунок 3.3).

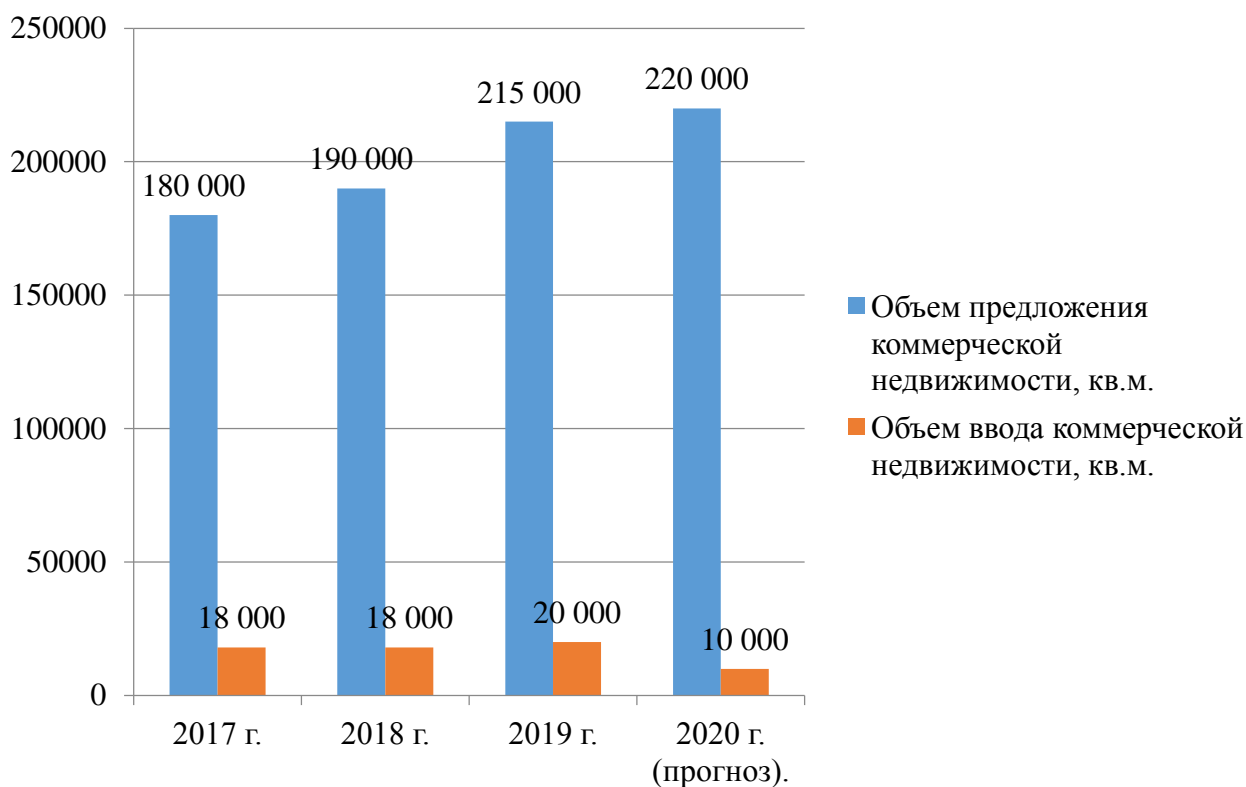


Рисунок 3.3 – Динамика объема предложения и ввода коммерческой недвижимости в г. Челябинске

В 2019 году по сравнению с 2018 годом предложение на рынке коммерческой недвижимости увеличилось на 13,1%, по сравнению с 2017 годом на 19,4%. В 2020 году ожидается увеличение предложения на коммерческую недвижимость на 5000 кв. м.

Однако, в связи со сложной экономической ситуацией в стране, ожидается снижение ввода в эксплуатацию объектов коммерческой недвижимости на 10 000 кв. м.

Наибольшим спросом пользуются объекты недвижимости класса А (рисунок 3.4).

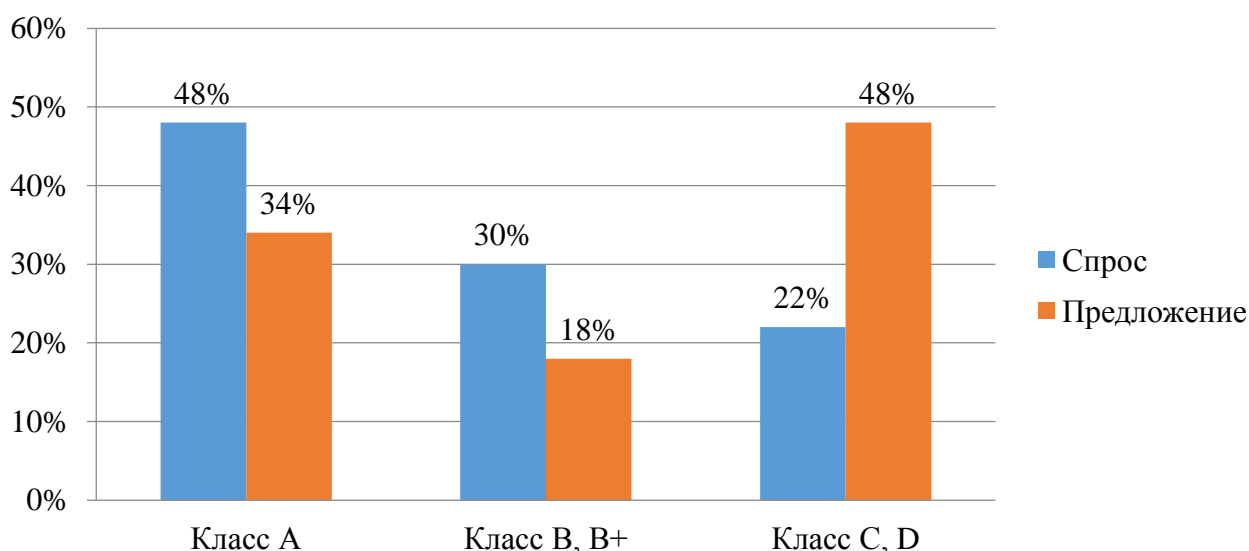


Рисунок 3.4 – Структура спроса и предложения на коммерческую недвижимость в г. Челябинске по классам

Также большим спросом пользуются помещения класса В и В+. При этом из рисунка видно, что 48% потенциальных покупателей и арендаторов предпочли бы помещения класса А, но доля таких помещений на рынке всего 34%. Больше всего предложения на рынке коммерческой недвижимости площади класса С и D.

Далее рассмотрим цены на торговую недвижимость в г. Челябинске (таблица 3.1).

Таблица 3.1 – Цены на торговую недвижимость в г. Челябинске на 1 кв. 2020 года

Показатели	Цена предложения, тыс. руб. за кв. м.	Арендная ставка, руб. за кв. м./ мес.
Средняя цена по городу	57,0	1 934
Цена в Центральном районе	25-150	1 000-7 000
Цены в районах приближенных к центру	50-95	800-3 000
Цена на окраине города	50-65	300-3 500

Из таблицы видно, что цены на аренду коммерческой торговой недвижимости, очень сильно различаются. Средняя цена коммерческой торговой недвижимости на первый квартал 2020 год составляет 57,0 тыс. руб. за кв.м. При этом стоимость коммерческой недвижимости в центре города колеблется в пределах 25-150 тыс. руб./кв.м.. Цены на недвижимость в других районах города колеблется в пределах 50-95 тыс.руб./кв.м.

Цены на аренду также сильно разнятся, по городу цены на аренду колеблются в пределах 300-7000 руб. за кв.м.

Цены на недвижимость зависят в первую очередь от класса недвижимости, месторасположения, состояние помещения, его внешний вид, наличие мебели, торгового оборудования и т.д.

Далее рассмотрим цены на продажу торговой недвижимости в г. Челябинске (таблица 3.2).

Таблица 3.2 – Цены на продажу торговой недвижимости в г. Челябинске

Период	Цена, тыс. руб./кв.м.	Изменение, %
Май 2019	58 194,60	-
Июнь 2019	58 643,00	0,77
Июль 2019	58 768,50	0,21
Август 2019	58 196,00	-0,97
Сентябрь 2019	56 202,80	-3,42
Октябрь 2019	57 149,50	1,68
Ноябрь 2019	58 289,40	1,99
Декабрь 2019	59 525,40	2,12
Январь 2020	60 321,20	1,34
Февраль 2020	56 338,50	-6,60
Март 2020	57 313,40	1,73
Апрель 2020	57 821,95	0,89

Динамика цен за последний год представлена на рисунке 3.5.

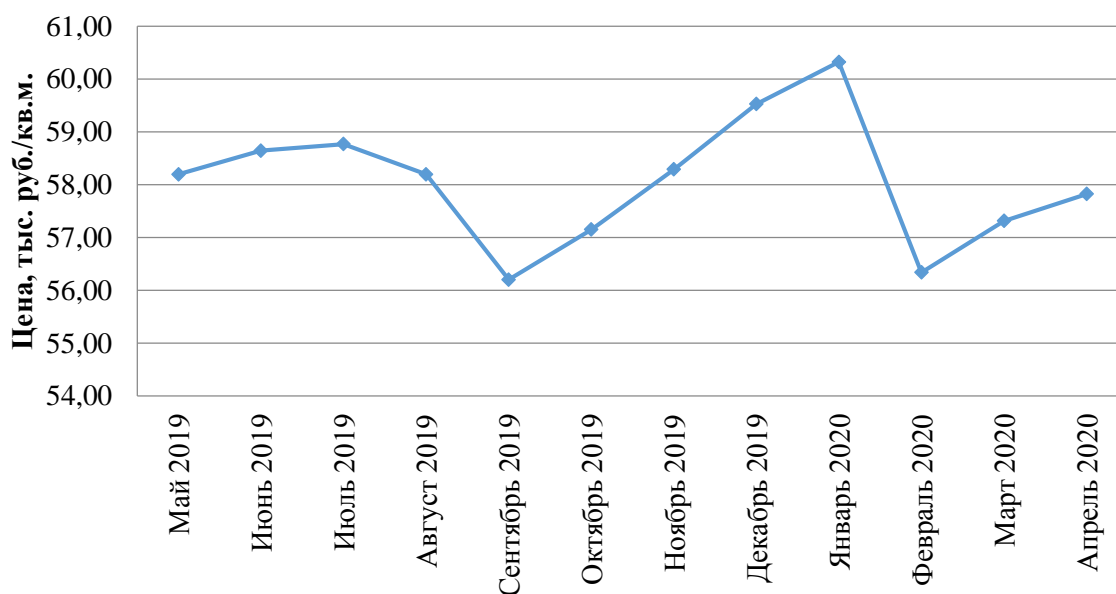


Рисунок 3.5 – Динамика цен на торговую коммерческую недвижимость г. Челябинска

Таким образом, из рисунка видно, что в последний год максимальная цена на недвижимость составляла 60,3 тыс.руб. за кв. м. в январе 2020 года. Минимальная

цена составляла 56,2 тыс.руб. за кв. м. в сентябре 2019 года. В настоящее время наблюдается тенденция к увеличению стоимости на коммерческую недвижимость, по данным специалистов значительного роста в ближайшие 6 месяцев не ожидается.

В результате анализа деятельности компании ООО «Агроторг» было выявлено, что для увеличения объемов продаж, организации следует рассмотреть возможность открытия новых супермаркетов на территории г. Челябинска.

В настоящее время в г. Челябинске насчитывается около 200 магазинов сети «Пятерочка». При этом следует отметить, что меньшее число магазинов сети находится в Советском и Тракторозаводском районах города.

Для выбора места расположения нового магазина, следует ориентироваться на количество жителей и количество уже имеющихся магазинов в районе (таблица 3.3).

Таблица 3.3 – Количество супермаркетов «Пятерочка» и население районов г. Челябинска по данным 2019 года

Район	Население	Количество супермаркетов, шт.	Количество жителей на 1 супермаркет
Калининский	224 391	39	5 753,6
Курчатовский	223 566	38	5 883,3
Ленинский	191 288	33	5 796,6
Металлургический	138 156	28	4 934,1
Советский	137 533	20	6 876,6
Тракторозаводский	183 909	25	7 356,4
Центральный	100 015	23	4 348,5
Итого	1 198 858	206	–

Из таблицы видно, что в Калининском, Курчатовском и Ленинском районах г. Челябинска на 1 супермаркет сети «Пятерочка» приходится 5,8 тыс. жителей, в Metallургическом районе – 4,9 тыс. жителей, в Центральном районе – 4,3 тыс. жителей. В Советском районе на 1 супермаркет приходится 6,9 тыс. жителей, а в Тракторозаводском – 7,4 тыс. жителей. Таким образом, целесообразно рассмотреть

открытие нового супермаркета в Тракторозаводском или Советском районах г. Челябинска.

3.2 Сравнительный анализ вариантов вложения средств в объект коммерческой недвижимости: покупка, строительство, аренда

Для анализа вариантов вложения средств в объект коммерческой недвижимости ООО «Агроторг» проведем сравнительный анализ: покупки торгового помещения, строительства собственного здания и аренды помещения.

В таблице 3.4 представлены варианты покупки торговой коммерческой недвижимости для открытия супермаркета в г. Челябинске.

Таблица 3.4 – Предложение коммерческой торговой недвижимости в Советском и Тракторозаводском районах г. Челябинска на май 2020 г.

Объект	Район	Площадь, кв.м.	Стоимость, тыс. руб.	Цена, тыс.руб. за кв.м.
Челябинск, пр. Ленина, 51	Советский	247	19 760	80,0
Челябинск, ул. Елькина, 105	Советский	350	25 000	71,4
Челябинск, ул. Блюхера, 38/1	Советский	513	20 000	39,0
Челябинск, улица Блюхера	Советский	520	35 000	67,3
Челябинск, ул. Цвиллинга, 66А	Советский	294	23 900	81,3
Челябинск, улица Орджоникидзе, 58А	Советский	315	24 900	79,0
Челябинск, ул. Марченко, 24	Тракторозаводской	322	9000	28,0
Челябинск, ул. Бажова, 117	Тракторозаводской	317	11 200	35,3
Челябинск, улица Трашутина, 41	Тракторозаводской	322	16 000	49,7
Челябинск, ул. Комарова, 110	Тракторозаводской	400	60 000	150,0

Таким образом, из таблицы видно, что цены на торговые помещения в Советском районе колеблются 39-81,3 тыс. руб. за кв.м. Цены на торговые помещения в Тракторозаводском районе колеблются 28-150 тыс. руб. за кв.м. Средняя цена за квадратный метр в данных районах на май 2020 года составляет 66,8 тыс. руб.

Для открытия супермаркета необходимо помещение площадью 350 кв.м. В результате затраты на покупку торгового помещения составят:

$$66,8 \text{ тыс.руб./кв.м.} \cdot 350 \text{ кв.м.} = 23836,2 \text{ тыс. руб.}$$

Далее проведем расчёт строительства магазина.

Для строительства супермаркета площадью необходим земельный участок площадью от 700 кв.м.

Предложения земельных участков в Советском и Тракторозаводском районах г. Челябинска на май 2020 г. представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Предложения земельных участков в Советском и Тракторозаводском районах г. Челябинска на май 2020 г.

Объект	Площадь, кв.м.	Район	Стоимость, тыс.руб.	Цена, тыс. руб./кв.м.
Челябинск, ул. Федорова	3 000	Советский	17 900	5,97
Челябинск, ул. Воровского. 85	8 600	Советский	65 000	7,56
Челябинск, Троицкий тракт, 25	900	Советский	3 000	3,33
Челябинск, Громова, 13	2 000	Тракторозаводской	9 000	4,50
Челябинск, Артиллерийская улица, 117	7 600	Тракторозаводской	25 000	3,29

Таким образом, цены на земельные участки в рассматриваемых районах города колеблется 3,29-7,56 тыс.руб. за кв. м.

Средняя цена на участок составляет 4,93 тыс.руб. за кв.м. или 493 тыс. руб. за сот.

Для строительства супермаркета площадью 350 кв. м. необходим земельный участок площадью 700 кв.м., то есть затраты на покупку земли составят:

$$700 \text{ кв.м.} \cdot 4,93 \text{ тыс.руб./ кв.м.} = 3\,450 \text{ тыс. руб.}$$

Далее рассчитаем затраты на строительства здания. Целесообразно возведения здания супермаркета методом каркасного строительства с обшивкой из сэндвич-панелей. Пример быстровозводимого каркасного здания представлен на рисунке 3.6.



Рисунок 3.6 – Пример быстровозводимого каркасного здания супермаркета «Пятерочка»

Строительство продуктового магазина под ключ по каркасной технологии осуществляется в следующем порядке (рисунок 3.7).

В Челябинске строительством быстровозводимых зданий занимается Строительная компания «БарсПром», ул. Хлебозаводская, 24.

Смета затрат на строительства здания площадью 350 кв.м. высотой 8 м. по расценкам компании «БарсПром» представлены в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Смета затрат на строительство здания строительной компании «БарсПром»

Наименование работ	Ед. изм.	Кол-во	Стоимость единицы	Сумма, руб.
Эскизный проект	м2	350	450	157 500
Устройство монолитного железобетонного цоколя 0,4x0,25 м (B25)	пог.м	90	3 000	270 000
Изготовление и монтаж каркаса из металлических конструкций с антикоррозийной защитой (уточняется после проектирования)	тн	28	115 000	3 220 000
Покупка(изготовление) и монтаж кровельных сэндвич-панелей 150 мм	м2	402.5	2 750	1 106 875
Покупка(изготовление) и монтаж стеновых сэндвич-панелей 100 мм	м2	720	2 500	1 800 000
Изготовление и монтаж ворот 3.0x3.0 м с рамой и калиткой в торцевой части ангара	шт.	1	145 000	145 000
Покупка(изготовление) и монтаж окон (4 шт. 2 х 1.5 м)	м2	12	9 500	114 000
Итого				6 813 375



Рисунок 3.7 – Этапы каркасного строительства здания с обшивкой из сэндвич-панелей

Таким образом, строительство здания обойдется организации в 6 813,4 тыс. руб. Итого на строительство собственного здания и покупку участка земли необходимо: 3 450,0 тыс. руб. + 6 813,4 тыс. руб. = 10 263,4 тыс.руб.

При покупке и строительстве помещения под супермаркет, оно переходит в состав основных средств и компания должна будет оплачивать налог на данное

имущество. Данный налог будет относиться к 1-ому и 2-ому варианту и будет составлять 1,1% от кадастровой стоимости, что примерно равно 190 000

Далее проведем анализ цен на аренду торговых помещений площадью от 300 кв.м. в Советском и Тракторозаводском районах г. Челябинска (таблица 3.7).

Таблица 3.7 – Предложения аренды торговых помещений в Советском и Тракторозаводском районах г. Челябинска на май 2020 г.

Объект	Площадь, кв.м.	Район	Стоимость, тыс.руб./мес.	Цена, руб./кв.м. в месяц
Челябинск, 1-я Окружная улица, 5 р-н Советский	300	Советский	150	500,0
Челябинск, улица Цвиллинга, 66А	592	Советский	192	324,3
Челябинск, улица Свободы, 102	380	Советский	170	447,4
Челябинск, ул. Воровского, 59	380	Советский	199	523,7
Челябинск, Салютная ул., 27	651	Тракторозаводской	600	921,7
Челябинск, ул. Первой Пятилетки, 6	1400	Тракторозаводской	350	250,0
Челябинск, улица Комарова, 116	600	Тракторозаводской	360	600,0

Из таблицы видно, что стоимость аренды одного квадратного метра торговой площади в Советском и Тракторозаводском районе г. Челябинска колеблется от 250 руб./кв.м до 921,7 руб./кв.м. Средняя цена за аренду 1 кв.м составляет 509,6 руб./мес.

На аренду торгового помещения площадью 350 кв.м. организации потребуется:
 $509,6 \text{ руб./мес.} \cdot 350 \text{ кв.м.} = 178352 \text{ руб./месяц.} = 2140,2 \text{ тыс. руб. в год.}$

Таким образом, на покупку торговой коммерческой недвижимости площадью 350 кв. м. необходимо 23836,2 тыс.руб., на строительство – 10263,4 тыс.руб., на аренду 2140,2 тыс.руб. в год.

3.3 Оценка экономической эффективности вложений в объект коммерческой недвижимости

Для оценки экономической эффективности вложений в объект коммерческой недвижимости проведем расчёт затрат на оборудование магазина и расчёт затрат на заработную плату персонала, а также составим прогноз выручки организации.

Рассчитаем затраты на оборудование торгового зала и складского помещения (таблица 3.8).

Таблица 3.8 – Затраты на оборудование торгового зала и складского помещения

Статья затрат	Кол-во, шт.	Цена, тыс. руб.	Сумма, тыс. руб.	Срок полезного использования, мес.	Амортизационные отчисления, тыс. руб. в мес
Торговые стеллажи	10	8	80	72	-
Складские стеллажи	10	12	120	72	-
Погрузчик	1	200	200	80	2,5
Витрина холодильная	4	24	96	88	-
Морозильные камеры	6	20	120	88	-
Холодильник	2	22	44	88	-
Стол	3	4	12	80	-
Стул	10	2	20	80	-
Кассовый аппарат	3	56	168	75	2,24
Корзины	20	0,1	2	35	-
Тележки	20	0,3	6	35	-
Хозяйственные и канцелярские принадлежности	–	30	30	–	–
Итого			898		4,74

Таким образом, затраты на оборудование магазина составят 898 тыс.руб.

Далее проведем расчёт затрат на заработную плату персонала супермаркета (таблица 3.9).

Таблица 3.9 – Расчёт затрат на оплату труда

Должность	Кол-во, чел.	Оклад, тыс. руб. в месяц	Затраты на оплату труда тыс. руб. в год.	Затраты на социальные отчисления, тыс. руб. в год.
Директор магазина	1	38,0	456,0	136,8
Товаровед	2	30,0	720,0	216,0
Кассир	6	25,0	1 800,0	540,0
Грузчик	2	22,0	528,0	158,4
Уборщица	2	18,0	432,0	129,6
Итого	13	–	3 936,0	1 180,8

Таким образом, затраты на оплату труда составят 3 936 тыс. руб. в год, затраты на социальные отчисления 1 180,8 тыс. руб. в год. Итого затраты на персонал 5 116,8 тыс. руб. в год.

Далее проведем расчёт затрат на обслуживание помещения (таблица 3.10).

Таблица 3.10 – Расчёт затрат на обслуживание помещения

Статья затрат	Затраты, тыс. руб. в месяц	Затраты, тыс. руб. в год
Электроэнергия	24,0	288,0
Отопление (отопительный сезон 7 месяцев)	12,0	84,0
Водоснабжение и водоотведение	2,0	24,0
Телефон	0,5	6,0
Интернет	1,1	13,2
Итого	39,6	415,2

Таким образом, затраты на обслуживание помещения составят 415,2 тыс. руб. в год.

Далее проведем прогноз выручки супермаркета. Предполагается, что ежедневно один магазин будут посещать до 200 человек. Средний чек в супермаркетах сети «Пятерочка» составляет 520 руб. Исходя из общей посещаемости и среднего чека, можно определить потенциальную выручку магазина: $200 \text{ чел.} \cdot 520 \text{ руб.} = 3\,120\,000$ рублей в месяц.

При этом средняя наценка на товар составляет 40%, отсюда затраты на закупку товара составят 60% от стоимости товара.

Однако такие показатели дохода будут достигнуты не сразу. На плановые показатели выручки можно выйти только спустя 4 месяца работы. Расчёт планируемой выручки и затрат на закупку товара представлен в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Прогноз объёмов продаж

Период, мес.	Посещаемость, чел. в день	Выручка за 1 день, тыс. руб.	Выручка за месяц, тыс. руб.	Затраты на закупку товара, тыс. руб.
1	50	26	780	468
2	100	52	1 560	936
3	150	78	2 340	1 404
4	200	104	3 120	1 872
5	200	104	3 120	1 872
6	200	104	3 120	1 872
7	200	104	3 120	1 872
8	200	104	3 120	1 872
9	200	104	3 120	1 872
10	200	104	3 120	1 872
11	200	104	3 120	1 872
12	200	104	3 120	1 872
Итого		1092	32 760	19 656

Всего, планируемая годовая выручка составит 32 760 тыс.руб., затраты на закупку товара составят 19 652 тыс. руб.

В таблице 3.12 представлен расчёт затрат с учетом трех вариантов вложений в коммерческую недвижимость.

Таблица 3.12 – Расчёт первоначальных затрат с учетом трех вариантов вложений в коммерческую недвижимость

Статья затрат	Покупка объекта недвижимости	Строительство объекта недвижимости	Аренда объекта недвижимости
Первоначальные затраты			
Покупка / строительство недвижимости	23 836,2	10 263,4	–
Оборудование супермаркета	898,0	898,0	898,0
Итого первоначальные инвестиции	24 734,2	11 161,4	898

Таблица 3.13 – расчёт постоянных затрат с учетом трёх вариантов вложений в коммерческую недвижимость

Статья затрат	Покупка объекта недвижимости	Строительство объекта недвижимости	Аренда объекта недвижимости
Аренда	–	–	2 140,2
Затраты на оплату труда	3 936,0	3 936,0	3 936,0
Затраты на социальные отчисления	1 180,8	1 180,8	1 180,8
Затраты на обслуживание помещения	415,2	415,2	415,2
Итого постоянные затраты	5 588,88	5 588,88	7 729,08

Таблица 3.14 расчёт переменных затрат с учётом трёх вариантов вложений в коммерческую недвижимость

Статья затрат	Покупка объекта недвижимости	Строительство объекта недвижимости	Аренда объекта недвижимости
Затраты на закуп товара	19 656,0	19 656,0	19 656,0
Прочие затраты	1,2	1,2	1,2
Итого переменные затраты, тыс. руб. в год	19 657,2	19 657,2	19 657,2

Таким образом, из таблицы видно, что наибольшие затраты организации будут при покупке объекта недвижимости, наименьшие затраты при аренде торговых площадей. Однако, следует отметить, что при аренде недвижимости затраты на оплату аренды включаются в постоянные затраты.

Для анализа эффективности рассчитаем чистый дисконтированный доход проекта по трем вариантам вложения средств. Для расчёта необходимо рассчитать ставку дисконта.

По данным Центрального банка РФ в 2020 году процент инфляции составит от 3,5 до 4%. Ключевая ставка на апрель 2020 года составляет 6%.

Для определения рискованной премии возьмем методику, изложенную в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов бюджета развития Российской Федерации» (утверждено Постановлением Правительства РФ № 1470 от 22.11.1997 г.), (таблица 3.15).

Таблица 3.15 – Величина риска, согласно методике, изложенной в «Положении об оценке эффективности инвестиционных проектов при размещении на конкурсной основе централизованных инвестиционных ресурсов бюджета развития Российской Федерации»

Величина риска	Пример проекта	Премия за риск, %
Низкий	Вложения при интенсификации на базе освоенной техники	3–5
Средний	Увеличение объема продаж существующей продукции	8–10
Высокий	Производство и продвижение на рынок нового продукта	13–15
Очень высокий	Вложения в исследования и инновации	18–20

Таким образом, величина риска проекта средняя, то есть премия за риск составит 10%.

Отсюда ставка дисконта составит:

$$E_n = 6\% + 4\% + 10\% = 20\% \text{ в год}$$

Проведем расчёт чистого дисконтированного дохода при покупке готового объекта недвижимости (таблица 3.16).

Таблица 3.16 – Расчёт чистого дисконтированного дохода при покупке готового объекта недвижимости

Наименование показателя	Годы					
	0	1	2	3	4	5
<u>I.</u> <u>Инвестиционная деятельность:</u>						
Первоначальные инвестиции (собственные средства вложенные в проект)	24 734,20	–	–	–	–	–
Выплаты на приобретение активов	–24 734,20	–	–	–	–	–
«Кэш–фло» от инвестиционной деятельности	0	0	0	0	0	0

Окончание таблицы 3.16

Наименование показателя	Годы					
	0	1	2	3	4	5
II. Операционная деятельность:						
Выручка от продаж	–	32 760,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00
Постоянные затраты (без учёта амортизации)	–	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88
Переменные затраты	–	–19 657,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2
Налог платежи (налог на прибыль и налог на имущество)	–	–1 654,78	–2 029,18	–2 029,18	–2 029,18	–2 029,18
«Кэш–фло» от операционной деятельности	–	5 859,14	7 356,74	7 356,74	7 356,74	7 356,74
Чистый денежный поток	0	5 859,14	7 356,74	7 356,74	7 356,74	7 356,74
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
Дисконтированный чистый денежный поток	0	4 882,61	5 108,84	4 257,37	3 547,81	2 956,51
Дисконтированный суммарный чистый денежный поток за минусом первоначальных инвестиций	–24 734,20	–19 851,59	–14 742,74	–10 485,37	–6 937,56	–3 981,06

Таким образом, чистый дисконтированный доход в первый год составит минус 19 851,598 тыс. руб., после пяти лет работы организации минус 3 981,06 тыс. руб., отрицательные значения чистого дисконтированного дохода, свидетельствует о том, что проект не окупится за данный расчётный период.

Рассчитывать срок окупаемости проекта покупки недвижимости считается не целесообразным, т. к. руководство не рассматривает проекты с таким длительным периодом окупаемости.

Проведем расчёт чистого дисконтированного дохода при строительстве объекта недвижимости (таблица 3.17).

Таблица 3.17 – Расчёт чистого дисконтированного дохода при строительстве объекта недвижимости

Наименование показателя	Годы					
	0	1	2	3	4	5
<u>I. Инвестиционная деятельность:</u>						
Первоначальные инвестиции (собственные средства вложенные в проект)	11 161,40	–	–	–	–	–
Выплаты на приобретение активов	–11 161,40	–	–	–	–	–
«Кэш–фло» от инвестиционной деятельности	0	–	–	–	–	–
<u>II. Операционная деятельность:</u>						
Выручка от продаж	–	32 760,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00
Постоянные затраты (без учёта амортизации)	–	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88	–5 588,88
Переменные затраты	–	–19 657,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2
Налоговые платежи	–	–1 654,78	–2 029,18	–2 029,18	–2 029,18	–2 029,18
«Кэш–фло» от операционной деятельности	–	5 859,14	7 356,74	7 356,74	7 356,74	7 356,74
Чистый денежный поток	0	5 859,14	7 356,74	7 356,74	7 356,74	7 356,74
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
Дисконтированный чистый денежный поток	0	4 882,61	5 108,84	4 257,37	3 547,81	2 956,51
Дисконтированный суммарный чистый денежный поток за минусом первоначальных инвестиций	–11 161,40	–6 278,79	–1 169,94	3 087,43	6 635,24	9 591,74

Из таблицы видно, что чистый дисконтированный доход в первый год имеет отрицательное значение и составляет –6 278,79 тыс.руб. Организация начнет получать прибыль со 3 года работы. Проект имеет место быть, эффект от проекта после трех лет составит 3 087,43 тыс. руб.

Рассчитаем срок окупаемости проекта строительства недвижимости:

$$PB = \left| \frac{11\,161,4}{(-6\,278,79) + (-1\,169,94) + 3\,087,43} \right| = 2,56 \text{ года или } 31 \text{ месяц}$$

Рассчитаем индекс доходности инвестиций:

$$PI = (4\,882,61 + 5\,108,84 + 4\,257,37 + 3\,547,81 + 2\,956,51) / 11\,161,4 = 1,86$$

Таким образом, срок окупаемости проекта строительства недвижимости составляет 2,56 года. Индекс доходности составляет 0,38, означает, что в первый год работы супермаркета на каждый вложенный рубль организация получит 1,86 руб. дохода.

Проведем расчёт чистого дисконтированного дохода при аренде объекта недвижимости (таблица 3.18).

Таблица 3.18 – Расчёт чистого дисконтированного дохода при аренде объекта недвижимости

Наименование показателя	Годы					
	0	1	2	3	4	5
<u>I.</u> <u>Инвестиционная деятельность:</u>						
Первоначальные инвестиции (собственные средства вложенные в проект)	898	–	–	–	–	–
Приобретение активов	–898	–	–	–	–	–
«Кэш–фло» от инвестиционной деятельности	0	–	–	–	–	–

Окончание таблицы 3.18

Наименование показателя	Годы					
	0	1	2	3	4	5
<u>II. Операционная деятельность:</u>						
Выручка от продаж	–	32 760,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00	37 440,00
Постоянные затраты (без учёта амортизации)	–	–7 729,08	–7 729,08	–7 729,08	–7 729,08	–7 729,08
Переменные затраты	–	–19 657,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2	–22 465,2
Налоговые платежи	–	–1 074,74	–1 449,14	–1 449,14	–1 449,14	–1 449,14
«Кэш–фло» от операционной деятельности	–	4 298,98	5 796,58	5 796,58	5 796,58	5 796,58
Чистый денежный поток	0	4 298,98	5 796,58	5 796,58	5 796,58	5 796,58
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,83	0,69	0,58	0,48	0,40
Дисконтированный чистый денежный поток	0	3 582,48	4 025,40	3 354,50	2 795,42	2 329,51
Дисконтированный суммарный чистый денежный поток за минусом первоначальных инвестиций	–898,00	2 684,48	6 709,88	10 064,38	12 859,80	15 189,31

Таким образом, проект является эффективным, чистый дисконтированный доход в первый год работы составит 1971,08 тыс. руб.

Рассчитаем срок окупаемости проекта аренды недвижимости:

$$PB = \frac{898}{2\,684,48} = 0,61 \text{ года или 8 месяцев}$$

Рассчитаем индекс доходности инвестиций:

$$PI = (3\,582,48 + 4\,025,4 + 3\,354,5 + 2\,795,42 + 2\,329,51) / 898 = 17,91$$

Таким образом, срок окупаемости проекта аренды недвижимости составляет 0,61 года. Индекс доходности составляет 17,91 означает, что в первый год работы супермаркета на каждый вложенный рубль организация получит 17,91 руб. дохода.

Сведем полученные результаты в таблицу 3.19.

Таблица 3.19 – Сравнение эффективности рассмотренных вариантов вложения средств в коммерческую недвижимость

Показатель	Покупка объекта недвижимости	Строительство объекта недвижимости	Аренда объекта недвижимости
Чистый дисконтированный доход (NPV), тыс. руб. после 5 лет	-3 981,06	9 591,74	14 475,91
Срок окупаемости (РВ), мес.	–	31	8
Индекс доходности инвестиций (PI)	–	1,86	17,91

Таким образом, из таблицы видно, что наиболее эффективным проектом является проект аренды торговых помещений. Срок окупаемости данного проекта составляет 8 месяцев, на каждый вложенный рубль организация получит 17,91 руб. дохода. Кроме этого, доходным проектом можно считать проект строительства торговой недвижимости, данный проект получит доход уже с третьего года работы.

Выводы по разделу три

Анализ рынка недвижимости в г. Челябинске выявил, что большим спросом на рынке коммерческой недвижимости пользуются торговые площади.

Наибольшей популярностью среди объектов коммерческой недвижимости пользуются помещения площадью 25–100 кв. м. Так в г. Челябинске более 50% реализуемой и сданной в аренду коммерческой недвижимости было площадью 25–100 кв.м.

Кроме того, большой популярностью пользуется недвижимость площадью до 25 кв.м. Это как правило, торговые помещения или небольшие офисы арендуемые малым бизнесом, индивидуальными предпринимателями и самозанятыми гражданами.

В 2019 году по сравнению с 2018 годом предложение на рынке коммерческой недвижимости увеличилось на 13,1%, по сравнению с 2017 годом на 19,4%. В 2020 году ожидается увеличение предложения на коммерческую недвижимость на 5 000 кв. м.

Наибольшим спросом пользуются объекты недвижимости класса А, а также помещения класса В и В+.

Таким образом, в ходе исследования было выявлено, что в настоящее время в г. Челябинске насчитывается около 200 магазинов сети «Пятерочка». При этом следует отметить, что меньшее число магазинов сети находится в Советском и Тракторозаводском районах города.

В работе были рассмотрены три варианта вложения средств в коммерческую недвижимость для открытия супермаркета «Пятерочка» в Советском или Тракторозаводском районах города: покупка готовой торговой площади, строительство здания и аренда.

В работе был произведен расчёт затрат по всем трем вариантам вложений в коммерческую недвижимость, который показал, что наиболее эффективным проектом является проект аренды торговых помещений. Срок окупаемости данного проекта составляет 8 месяцев, на каждый вложенный рубль организация получит 17,91 руб. дохода. Кроме этого, доходным проектом можно считать проект строительства торговой недвижимости, данный проект получит доход уже с третьего года работы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммерческая недвижимость – это здания, сооружения, помещения, земельные участки, которые используются юридическими и физическими лицами для осуществления коммерческой деятельности и получения прибыли. Различают следующие виды коммерческой недвижимости: торговые и офисные помещения, производственные и складские сооружения, объекты гостиничного бизнеса, а также помещения свободного назначения.

Главным признаком коммерческой недвижимости, отличающей ее от жилой недвижимости, является ее отнесения к нежилому фонду и использования для получения дохода в результате осуществления предпринимательской деятельности.

Инвестиции в коммерческую недвижимость требуют тщательного анализа и оценки всех возможных вариантов вложений, рисков проекта, а также методов их минимизации

Инвестиции в коммерческую недвижимость является весьма сложным проектом, который требует тщательного анализа и прогнозирования. Грамотный расчёт и анализ объекта недвижимости принесет большой доход при минимальных затратах.

Инвестиции в коммерческую недвижимость является методом получения пассивного дохода. Каждый инвестиционный проект требует тщательного анализа и оценки вложение, возможного дохода и эффективности инвестиций. Для оценки экономической эффективности инвестиций в коммерческую недвижимость используют систему показателей, которая включает срок окупаемости инвестиций, чистый приведенный доход; внутреннюю норму доходности, индекс рентабельности.

В работе был проведен организационно–экономический анализ деятельности компании ООО «Агроторг», работающей под брендом «Пятерочка».

Анализ экономических показателей деятельности организации выявил, что баланс предприятия за рассматриваемый период увеличился на 56,56%. Выручка

предприятия за рассматриваемый период увеличилась на 13,92%, себестоимость продукции (услуг) при этом увеличилась на 14,65%. Чистая прибыль в рассматриваемый период снизилась на 52,49%, снижение чистой прибыли связано со значительным увеличением коммерческих расходов, которые в свою очередь увеличились на 3,3 млрд. руб.

Анализ внешней среды организации показал, что наибольшее отрицательное влияние на деятельность компании могут оказать экономические и социальные факторы, а именно рост цен на ГСМ, повышение курса валют, увеличение безработицы и снижение реальных доходов населения. Для снижения отрицательного воздействия экономических и социальных факторов, компании следует обратить внимание на технологические факторы, возможность продвижения бренда через интернет, установка касс самообслуживания для снижения расходов на оплату труда.

При помощи SWOT-анализа были предложены следующие мероприятия по повышению эффективности деятельности компании:

Расширение супермаркетов сети «Пятерочка» в г. Челябинске;

Удерживать покупателей от перехода к конкуренту, за счет использования гибкой ценовой политики и увеличения качества продукции;

Разработка мероприятий по снижению затрат.

При этом основным мероприятием было выбрано расширение сети продуктовых супермаркетов «Пятерочка» в г. Челябинске. Для расширения сети необходимо вложение средств в покупку, строительство или аренду коммерческой недвижимости.

Анализ рынка недвижимости в г. Челябинске выявил, что большим спросом на рынке коммерческой недвижимости пользуются торговые площади.

Наибольшей популярностью среди объектов коммерческой недвижимости пользуются помещения площадью 25–100 кв. м. Так в г. Челябинске более 50% реализуемой и сданной в аренду коммерческой недвижимости было площадью 25–100 кв.м.

Кроме того, большой популярностью пользуется недвижимость площадью до 25 кв.м. Это как правило, торговые помещения или небольшие офисы арендуемые малым бизнесом, индивидуальными предпринимателями и самозанятыми гражданами.

В 2019 году по сравнению с 2018 годом предложение на рынке коммерческой недвижимости увеличилось на 13,1%, по сравнению с 2017 годом на 19,4%. В 2020 году ожидается увеличение предложения на коммерческую недвижимость на 5 000 кв. м..

Наибольшим спросом пользуются объекты недвижимости класса А, а также помещения класса В и В+.

В ходе исследования было выявлено, что в настоящее время в г. Челябинске насчитывается около 200 магазинов сети «Пятерочка». При этом следует отметить, что меньшее число магазинов сети находится в Советском и Тракторозаводском районах города.

В работе были рассмотрены три варианта вложения средств в коммерческую недвижимость для открытия супермаркета «Пятерочка» в Советском или Тракторозаводском районах города: покупка готовой торговой площади, строительство здания и аренда.

В работе был произведен расчёт затрат по всем трем вариантам вложений в коммерческую недвижимость, который показал, что наиболее эффективным проектом является проект аренды торговых помещений. Срок окупаемости данного проекта составляет 8 месяцев, на каждый вложенный рубль организация получит 17,91 руб. дохода. Кроме этого, доходным проектом можно считать проект строительства торговой недвижимости, данный проект получит доход уже с третьего года работы.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Федеральный закон № 51–ФЗ от 30 ноября 1994 г. (в ред. от 16 декабря 2019 г. № 430–ФЗ)
2. А. Н. Асаул, Г. М. Загидуллина, П. Б. Люлин, Р. М. Сиразетдинов. Экономика недвижимости. Учебник. – М.: Юрайт, 2018. – 354 с.
3. Абрамичева, К.Д. Особенности оценки коммерческой недвижимости предприятий / К.Д. Абрамичева, А.В. Заступов // Проблемы развития предприятий: теория и практика. 2018. № 1. С. 139–143.
4. Бекасов, Ш. Оценка стоимости недвижимости: сборник задач: Учебное пособие для ВУЗов / Ш. Бекасов. – М.: КноРус, 2017. – 260 с.
5. Белый, Е.М. Экономика предприятия и управление организацией: учебник / Е.М. Белый. – М.: Русайнс, 2017. – 176 с.
6. В.Д. Газман. Лизинг недвижимости. – М.: Высшая Школа Экономики (Государственный Университет), 2016. – 440 с.
7. В.И. Петров. Оценка стоимости земельных участков. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 264 с.
8. В.Н. Бердникова. Экономика недвижимости. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 192 с.
9. Варламов, А.А. Земельный кадастр. В 6 т. Т. 5. Оценка земли и иной недвижимости / А.А. Варламов, С.А. Гальченко. – М.: КолосС, 2018. – 265 с.
10. Г.М. Стерник, С.Г. Стерник, Н.В. Тулинова. Девелопмент недвижимости. Инвестиционный анализ и проектный консалтинг. Учебное пособие. – М.: Проспект, 2017. – 304 с.
11. Гарнов, А.П. Экономика предприятия: учебник / А.П. Гарнов, Е.А. Хлевная, А.В. Мыльник. – М.: Юрайт, 2019. – 303 с.
12. Гонин, В.Н. Оценка влияния экономического кризиса на рынок коммерческой недвижимости / В.Н. Гонин, В.А. Секисов // Вестник Забайкальского государственного университета. 2016. Т. 22. № 4. С. 107–113.

13. Грибов, В.Д. Экономика организации (предприятия): учебник / В.Д. Грибов, В.П. Грузинов, В.А. Кузьменко. – М.: КноРус, 2019. – 408 с.
14. Григоренко, О.В. Экономика предприятия: учебное пособие / О.В. Григоренко, А.Н. Мыльникова, И.О. Садовнича. – М.: Русайнс, 2017. – 272 с.
15. Гришин, В.И. Экономика предприятия: учебник / В.И. Гришин, Я.П. Силин. – М.: КноРус, 2019. – 472 с.
16. Д.В. Новожилов. Некоторые вопросы оценки гостиничной недвижимости. – М.: Международные отношения, 2018. – 440 с.
17. Дорман, В.Н. Экономика организации: учебное пособие / В.Н. Дорман. – М.: Юрайт, 2019. – 134 с.
18. Е.Н. Иванова. Оценка стоимости недвижимости (для бакалавров). – М.: КноРус, 2018. – 352 с.
19. Зуева, В.А. К вопросу об управлении коммерческой недвижимостью в России / В.А. Зуева // Научные вести. 2019. № 1 (6). С. 59–63.
20. И.Н. Соловьев. Налоговый кнут и пряник по-итальянски. Правовые механизмы защиты финансовой сферы в Итальянской Республике. – М.: Проспект, 2017. – 144 с.
21. И.П. Иваницкая, А.Е. Яковлев. Введение в экономику недвижимости. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2016. – 240 с.
22. Иванилова, С.В. Экономика организации: учебное пособие / С.В. Иванилова. – М.: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 152 с.
23. Иванова, Е.Н. Оценка стоимости недвижимости. Сборник задач: Учебное пособие / Е.Н. Иванова. – М.: КноРус, 2017. – 304 с.
24. Ивашенцева, Т.А. Экономика предприятия: учебник / Т.А. Ивашенцева. – М.: КноРус, 2017. – 288 с.
25. Калагов, А.О. Современное состояние коммерческой недвижимости и ее влияние на развитие отечественного рынка / А.О. Калагов // Вектор экономики. 2018. № 4 (22). С. 17.

26. Калагов, А.О. Управление коммерческой недвижимостью: состояние и факторы формирования / А.О. Калагов // Аллея науки. 2018. Т. 5. № 4 (20). С. 336–339.
27. Касьяненко Т.Г. Оценка земли и природных ресурсов. Учебное пособие. – М.: КноРус, 2019. – 368 с.
28. Касьяненко, Т.Г. Оценка недвижимости / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова, В.Е. Есипов. – М.: КноРус, 2019. – 640 с.
29. Каурова, О.В. Экономика предприятия: учебное пособие / О.В. Каурова. – М.: КноРус, 2017. – 152 с.
30. Кирильчук, С.П. Экономика предприятия: учебник для среднего профессионального образования / С.П. Кирильчук. – М.: Юрайт, 2019. – 416 с.
31. Ключкова, Е.Н. Экономика организации: учебник / Е.Н. Ключкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – М.: Юрайт, 2019. – 447 с.
32. Колышкин, А.В. Экономика организации: учебное пособие / А.В. Колышкин, С.А. Смирнов. – М.: Юрайт, 2019. – 498 с.
33. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): учебник / В.В. Коршунов. – М.: Юрайт, 2019. – 313 с.
34. Косарев, Р.В. Перспективы развития регионального рынка коммерческой недвижимости / Р.В. Косарев // Journal of Economic Regulation. 2016. Т. 7. № 1. С. 104–109.
35. Л.И. Кирюшечкина, Л.А. Солодилова. Экономика архитектурных решений. Экономические основы для архитектора. Учебник. – М.: РГ–Пресс, 2018. – 304 с.
36. М.А. Котляров. Экономика недвижимости и развитие территорий. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2018. – 152 с.
37. М.А. Котляров. Экономика недвижимости. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 238 с.
38. Магомедов, А.М. Экономика организации: учебник / А.М. Магомедов. – М.: Юрайт, 2019. – 323 с.

39. Милкова, О.И. Экономика и организация предприятия: учебное пособие / О.И. Милкова. – М.: Юрайт, 2019. – 293 с.

40. Мокий, М.С. Экономика организации: учебник / М.С. Мокий, О.В. Азоева, В.С. Ивановский. – М.: Юрайт, 2019. – 284 с.

41. Н.В. Васильева. Кадастровый учет и кадастровая оценка земель. Учебное пособие. – М.: Юрайт, 2018. – 150 с.

42. Н.В. Васильева. Основы землепользования и землеустройства. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2018. – 378 с.

43. Наназашвили, И.Х. Оценка недвижимости: Учебное пособие / И.Х. Наназашвили. – М.: Архитектура–С, 2017. – 200 с.

44. Наталия Рогожина. Основы экономики недвижимости в схемах. Учебное пособие. – М.: Проспект, 2018. – 190 с.

45. О.В. Рожнова, С.Н. Гришкина, В.П. Сиднева. Учет нефинансовых активов в соответствии с МСФО. Учебное пособие. – М.: Русайнс, 2017. – 152 с.

46. Оценка коммерческой недвижимости на примере офисной и методы, способствующие ее совершенствованию / Г.В. Ломакин, А.Г. Григорян // Международный журнал прикладных наук и технологий Integral. 2017. № 4. С. 22.

47. Павлова, М.С. Теоретические основы оценки стоимости коммерческой недвижимости / М.С. Павлова // Вестник современных исследований. 2018. № 4.2 (19). С. 490–493.

48. Попова, И.В. Оценка экономической эффективности проекта использования коммерческой недвижимости / И.В. Попова, З.В. Аюпова // Синергия Наук. 2017. № 12. С. 236–241.

49. Растова, Ю.И. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / Ю.И. Растова, С.А. Фирсова. – М.: КноРус, 2019. – 280 с.

50. Роберт Шиллер. Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение управляет рынками. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 424 с.

51. Розанова, Н.М. Экономика фирмы: учебник / Н.М. Розанова. – М.: Юрайт, 2019. – 187 с.

52. С.Н. Максимов. Экономика недвижимости. Учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2017. – 404 с.
53. Севостьянов, А.В. Экономическая оценка недвижимости и инвестиции / А.В. Севостьянов. – М.: Academia, 2018. – 40 с.
54. Сергеев, И.В. Экономика организации (предприятия): учебник / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – М.: Юрайт, 2019. – 511 с.
55. Сорокин, А.А. Роль коммерческой недвижимости в развитии бизнеса / А.А. Сорокин, А.Д. Малявина // Экономика и бизнес: теория и практика. 2018. № 10–2. С. 89–92.
56. Спирина, В.С. Анализ экономической эффективности решений, принимаемых при управлении коммерческой недвижимостью (на примере торгово–развлекательных комплексов) / В.С. Спирина, А.О. Алексеев // Прикладная математика и вопросы управления. 2016. № 1. С. 93–108.
57. Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова, В.Е. Есипов, С.К. Мирзажанов. Оценка недвижимости. – М.: КноРус, 2018. – 752 с.
58. Т.Г. Касьяненко. Оценка недвижимости. Учебник. – М.: Проспект, 2018. – 512 с.
59. Тепман, Л.Н. Оценка недвижимости: Учебное пособие / Л.Н. Тепман, В.А. Артамонов. – М.: Юнити, 2017. – 591 с.
60. Туаев, Д.В. Перспективы развития системы оценки коммерческой недвижимости / Д.В. Туаев // Бюллетень Владикавказского института управления. 2017. № 51. С. 135–139.
61. Управление недвижимостью. Учебник. – М.: Юрайт, 2016. – 390 с.
62. Федотова, М.А. Оценка недвижимости (бакалавриат) / М.А. Федотова. – М.: КноРус, 2018. – 176 с.
63. Фокина, О.М. Экономика организации (предприятия): учебное пособие / О.М. Фокина, А.В. Соломка. – М.: КноРус, 2019. – 232 с.
64. Чалдаева, Л.А. Экономика предприятия: учебник / Л.А. Чалдаев. – М.: Юрайт, 2019. – 435 с.

65. Чигрина, А.И. Формирование информационного обеспечения рынка коммерческой недвижимости / А.И. Чигрина // Право. Экономика. Психология. 2018. № 1 (9). С. 54–62.

66. Щенятская, М.А. Содержательный аспект понятий жилой и коммерческой недвижимости / М.А. Щенятская, И.П. Авилова, А.Е. Наумов // Вестник научных конференций. 2016. № 1–5 (5). С. 213–216.

67. Бухгалтерская отчетность ООО «Агроторг» [Электронный ресурс] // Интерфакс – Центр раскрытия корпоративной информации. – Режим доступа: <http://www.e-disclosure.ru>

68. Интернет–маркетинг [Электронный ресурс] // ActiveTraffic. Режим доступа: <https://www.activetraffic.ru/wiki/internet-marketing/>

69. Коммерческая недвижимость: виды, типы и классификация. Тренды 2019 [Электронный ресурс] // Независимый гостиничный альянс. – Режим доступа: <http://openhospitality.org/blog/prodazhi/kommercheskaya-nedvizhimost-vidy-tipy-i-klassifikatsiya-trendy-2019/>

70. Минэкономики не исключило ускорения инфляции из-за ослабления рубля [Электронный ресурс] // РосБизнесКонсалтинг – информационное агентство. Режим доступа: <https://www.rbc.ru/economics/10/03/2020/5e675d5f9a79475965d3aed8>

71. О компании [Электронный ресурс] // Официальный сайт ООО «Агроторг». – Режим доступа: <http://www.agrotorg-74.pf/about>

72. Основные типы коммерческой недвижимости и их классификация в зависимости от вида деятельности [Электронный ресурс] // Журнал для собственников недвижимости в России. – Режим доступа: <https://zhivemvrossii.com/pomeshhenie/vidi-nejilih.html>

73. Прогноз баланса трудовых ресурсов на 2019–2021 годы [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства труда и социальной защиты РФ. Режим доступа: <https://rosmintrud.ru/docs/mintrud/migration/1301>

74. Среднедушевые денежные доходы населения по Российской Федерации [Электронный ресурс] // Официальный сайт Федеральной службы

государственной статистики – Режим доступа:
<https://www.gks.ru/folder/13397?print=1>

75. Стоит ли планировать инвестиции в недвижимость на 2019–2020 года [Электронный ресурс]// Независимый информационный портал об инвестициях и финансовых инструментах в России и за рубежом – Режим доступа:<https://investpad.ru/investment/investicii-v-nedvizhimost-v-2019-2020-godax/>

76. Это не предел: что будет дальше с курсом рубля [Электронный ресурс] // РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/20200325/1569067916.html>

77. Эффективность инвестиционных вложений: методы и этапы оценки [Электронный ресурс]// Официальный сайт Информационно–аналитической компания «VVS». – Режим доступа: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/effektivnost-investitsionnykh-vlozheniy/

Расположение магазинов сети «Пятерочка» в г. Челябинске

