

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»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, зам. руководителя

ИП «Орлов»

\_\_\_\_\_ А.В. Озеров

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой, д.э.н.

доцент

\_\_\_\_\_ Т.А. Худякова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Оценка инвестиционной привлекательности открытия  
сервисного центра «Космос» в г. Челябинск

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ–38.03.01.2021.276.ПЗ ВКР

Руководитель работы  
старший преподаватель

\_\_\_\_\_ Н.Ю. Варкова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Автор работы  
студент группы ЭУЗ-568

\_\_\_\_\_ М.В. Ярцева

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Нормоконтролёр,  
ст. преподаватель

\_\_\_\_\_ Н.В. Тихонова

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Челябинск 2021

## АННОТАЦИЯ

Ярцева М. В. Оценка инвестиционной привлекательности открытия сервисного центра «Космос» в г. Челябинск. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУЗ–568, ПЭ, 2021, 113 с. 34 ил., 24 табл., библиогр. список – 73 наим., 3 приложения, 22 листа раздаточного материала ф. А4.

В данной выпускной квалификационной работе предоставлено понятие и проанализированы подходы инвестиционной деятельности предприятия, в том числе, дано представление ознакомиться с методами оценки инвестиционных проектов, и рассмотреть основные методики оценки привлекательности инвестиционного проекта.

Предоставлен анализ и статистика зарубежной деятельности в сфере сервисного обслуживания по ремонтам техники, а также анализ российского рынка в сфере сервисного обслуживания по ремонтам техники.

Проанализирована возможность открытия нового предприятия в сфере сервисного обслуживания по ремонтам техники в г. Челябинске.

Предоставлена общая характеристика инвестиционного проекта открытия сервисного центра «Космос» по ремонту различной бытовой техники.

Произведен анализ инвестиционных и текущих затрат, анализ инвестиционной привлекательности проекта простыми методами.

Практическая существенность данной работы выражается в разработке и оценке инвестиционной целесообразности открытия сервисного центра «Космос».

Проведенные исследования представили возможность и необходимость формирования данного вида деятельности в г. Челябинске.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ .....	8
1.1 Понятие и сущность инвестиционной привлекательности предприятия .	8
1.2 Основные факторы, влияющие на формирование инвестиционной привлекательности предприятия.....	11
1.3 Основные показатели деятельности предприятия .....	16
2 КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ .....	25
2.1 Классификация предприятий сервисных услуг. Место, занимаемое сервисным центром в данной инфраструктуре.....	25
2.2 Анализ исследования рынка сервисных услуг в России и за рубежом...	29
2.3 Анализ исследования рынка сервисных услуг в г.Челябинск .....	53
3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	59
3.1 Описание проекта для открытия сервисного центра «Космос» в г. Челябинск .....	59
3.2 Расчет показателей эффективности инвестиционного проекта.....	80
3.3 Мероприятия по улучшению деятельности предприятия и повышения его инвестиционной привлекательности .....	92
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	100
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК .....	103
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	111
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Характеристика потребительских цен .....	111
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Диаграмма Ганта.....	112
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Характеристика потенциального потребителя.....	113

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность темы:** Оценка инвестиционной привлекательности представляет важную роль для хозяйствующего субъекта, потому что инвесторы данной характеристике уделяют особое внимание, исследуя при этом все финансово–хозяйственные показатели деятельности предприятия, так как вынуждены, более взвешено подходить к вложению средств.

В современных условиях для осуществления эффективной деятельности предприятия особо актуальной является проблема мобилизации и эффективного использования инвестиций. Инвестиционная активность является составной частью деловой активности хозяйствующих субъектов, включающей также производственную, инновационную, рыночную, маркетинговую и иную активность. Формирование инвестиционной привлекательности, выработка четкой стратегии инвестирования, определение ее приоритетных направлений, мобилизация всех источников инвестиций является важнейшим условием устойчивого и качественного развития предприятий в сегодняшних непростых условиях.

Наиболее важным и ответственным этапов инвестиционного процесса является избрание предприятия, в которое будут вкладываться инвестиционные ресурсы. Инвестиционная привлекательность предприятия, является самым важным критерием при выборе объекта инвестирования. Таким образом, необходимо отметить, что эффективное инвестирование представляется допустимым лишь только при нахождении и сравнении инвестиционной привлекательности всевозможных предприятий. Следовательно, при отсутствии данной экономической категории инвестиционный процесс объективно теряет смысл.

В данной выпускной квалификационной работе необходимо рассмотреть и систематизировать существующие подходы и исследовать инвестиционную привлекательность предприятия.

**Объект исследования:** сервисный центр «Космос», предприятие сервисных услуг по ремонту техники.

**Предмет исследования:** инвестиционная привлекательность сервисного центра.

**Цель работы:** Оценка инвестиционной привлекательности открытия сервисного центра «Космос».

**Задачи исследования:**

- рассмотреть сущность инвестиционной привлекательности предприятия;
- выявить основные факторы, влияющие на формирование инвестиционной привлекательности предприятия;
- описание методы и подходы к оценке инвестиционной привлекательности с учетом рисков для проекта;
- рассмотреть классификацию предприятий сервисных услуг, а также определить место, занимаемое сервисными центрами в данной инфраструктуре;
- собрать данные и проанализировать рынок сервисных услуг;
- провести описание проекта для открытия сервисного центра;
- рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта;
- разработать мероприятия повышения инвестиционной привлекательности предприятия.

# 1 ОСНОВЫ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## 1.1 Понятие и сущность инвестиционной привлекательности предприятия

«Важнейшей составляющей управления экономикой предприятия является управление инвестициями, объектом которого является инвестиционная деятельность предприятия» [23].

Инвестиции имеют большое значение в экономике любого предприятия, а следовательно и всей страны. Благодаря инвестициям предприятие способно систематически обновлять и расширять производственный капитал. Если не будет инвестиций в предприятие, производство и введение в оборот новых видов продукции или услуг, а так же возрастание качества и дизайна товаров, будет невозможны [24].

Инвестиции положительно влияют на создание новых предприятий. Благодаря этому, появляется возможность расширять производство, организовывать введение новейших технологий, а так же повышать качество оказываемых услуг, тем самым улучшая конкурентоспособность предприятия. Все вышеописанные возможности, будут оказывать на инвесторов хорошее впечатление.

Привлечение инвестиций в экономику предприятия, является основной задачей в нынешней экономической обстановке. Наиболее качественно можно найти их решение путем повышения инвестиционной привлекательности всех основных объектов инвестирования.

В отечественной практике данное понятие было введено сравнительно недавно, что частично разъясняет неудовлетворительную подготовленность в данной экономической ситуации. По мере формирования воспроизводственного процесса и под влиянием модификаций окружающей его среды содержание понятия уточняется и обогащается. Об этом свидетельствует факт существования

огромного количества различных определений термина «инвестиционная привлекательность» [1].

Определение «инвестиционная привлекательность предприятия» используется для определения эффективности и выгоды предложенного решения. Это могут быть, например, различные корпорации, нововведенные или уже используемые проекты, для исследования их объектов инвестирования, и применяется исследование инвестиционной привлекательности предприятия.

«Инвестиционная привлекательность – это совокупность объективных свойств, признаков, средств и возможностей, которые обуславливают возможный платежеспособный спрос на данные инвестиции» [2].

«Инвестиционную привлекательность можно рассматривать как оценку эффективности использования собственного и заемного капитала, проводить полный анализ его платежеспособности и ликвидности» [3].

Инвестиции обеспечивают постоянное развитие предприятия и помогают решать следующие виды задач:

- расширение собственной предпринимательской деятельности за счет накопленных финансовых и материальных ресурсов;
- приобретение новых предприятий;
- диверсификация вследствие освоения новых областей бизнеса.

Расширение собственной предпринимательской деятельности свидетельствует о надежной позиции предприятия на рынке, присутствии спроса на выпускаемую продукцию, а также на производимые работы или оказываемые услуги в данной сфере деятельности.

В качестве инвестиций могут быть представлены:

- денежные средства, банковские вклады, акции, облигации и другие виды ценных бумаг;
- все движимое и недвижимое имущество (это могут быть здания, сооружения, машины, оборудование и многое другое);

- объекты авторского права, лицензии, патенты, ноу-хау, программные продукты, технологии, а также другие интеллектуальные ценности;
- права пользования землей, природными ресурсами или другим имуществом.

Любые инвестиции связаны с инвестиционной деятельностью предприятия, которая представляет собой процесс обоснования и реализации наиболее эффективных форм вложений капитала, направленных на расширение экономического потенциала предприятия [24].

Анализ и оценку финансового состояния любого предприятия реализовывают с всевозможными целями, которые будут различными у владельцев компаний, кредиторов, но также и инвесторов. Если предприятие реализовывает оценку собственного финансового состояния с основной целью обнаружения резервов увеличения ликвидности, платежеспособности и рентабельности, с целью получения прибыли, а также разработки прогнозов на перспективу или его оздоровление, то кредиторы и инвесторы оценивают финансовое состояние с точки зрения, минимизировать свои риски. Основой и самой значимой задачей, которая стоит перед инвестором – это выбор объектов инвестирования. Она показывает, имеют ли они заманчивые перспективы развития и дают ли разрешение на обеспечение высочайшей эффективности инвестиций.

Инвестиции можно разделить по разным категориям и подкатегориям. Виды инвестиций представлены на рисунке 1.1.

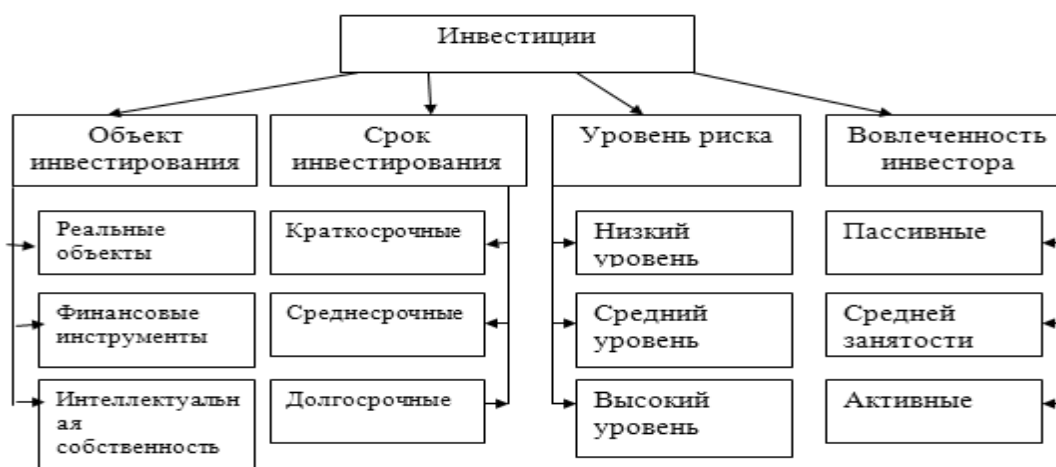


Рисунок 1.1 – Виды инвестиций



В экономике страны инвестиционная привлекательность предприятия имеет большое значение. Так как благодаря инвестиционной привлекательности можно представить характеристику производственной, управленческой и финансовой деятельности предприятия. А так же обосновать причины, по которым инвестирование в данное предприятие будет наиболее выгодным [4].

## 1.2 Основные факторы, влияющие на формирование инвестиционной привлекательности предприятия

Нынешняя экономика требует повышенной конкурентоспособности от предприятий. Это необходимо для того, чтобы предприятие непрерывно развивалось, становилось более эластичным в условиях действующего экономического состояния страны. Предприятию так же необходимо предлагать потребителям продукцию, которая будет отличаться в настоящее время, повышенным качеством, а так же удовлетворять необходимые потребности покупателей. При постоянных инвестициях, происходит постепенное развитие деятельности предприятия.

Под инвестиционной привлекательностью предприятия в нынешних источниках имеется в виду комплексный показатель, который характеризует целесообразность инвестирования средств в данное предприятие.

Самые распространенные способы привлечения инвестиционных вложений:

- заемные средства в кредитных организациях;
- использование привлеченных инвестиций на финансовом рынке;
- привлечение стратегического инвестора.

Заемные средства в кредитных предприятиях, являются механизмом для привлечения финансирования самым обычным, но также и считается одним из самых затратных. При осуществлении данного способа привлечения финансирования денежные средства используются в виде банковского кредита, и главные условия займа устанавливаются кредитором. В связи с подобными

условиями, финансирование предоставляется предприятиям, которые могут удостоверить платежеспособность и дать необходимый залог стоимостью значительно выше кредитного займа. Если предприятие становится банкротом, оно обязано возратить заемные средства за счет собственных источников.

Чтобы предприятие для инвесторов было привлекательным, предприятиям необходимо вести достоверную финансовую отчетность, а так же проводить контроль над денежными средствами предприятия.

Для того, чтобы повысить возможность получения инвестиций для предприятия, необходимо, чтобы инвестиционная привлекательность предприятий была повышенной [41].

Инвесторы бывают финансовые и стратегические.

Финансовый инвестор – это юридическое или физическое лицо, которое реализовывает вложение денежных средств, в ценные бумаги на финансовых рынках. Так же можно сказать, что данная категория инвесторов, занимается финансовыми инвестициями.

Финансовые инвесторы, получают прибыль от инвестиций в ценные бумаги, а так же используют в своей деятельности инвестиционный портфель инвестора. Данный портфель содержит набор ценных бумаг, которые помогают достигать необходимых целей, ставящиеся перед инвестором.

Необходимо, так же заметить, что финансовый инвестор, использует в работе только свои собственные стратегии инвестирования, и следует только индивидуальным целям. Именно по данной причине, у каждого финансового инвестора, различные наборы ценных бумаг, которые входят в его инвестиционный портфель.

Стратегический инвестор – это юридическое или физическое лицо, которое приобретает большой пакет акций определенного предприятия, чтобы участвовать в управлении предприятием или даже получить контроль над всем предприятием.

Стратегический инвестор вкладывает свои денежные средства, с целью расширить и усовершенствовать предприятие, чтобы оно в дальнейшем приносило значительную прибыль. Благодаря данным стратегическим инвестициям, можно устранить некоторых конкурентов работающих в похожей сфере деятельности.

При стратегическом инвестировании, руководство предприятия в которое были инвестированы денежные средства, фактически теряет контроль над управлением.

Данное сотрудничество, при условии, что цели предприятия и стратегического инвестора оказываются одинаковыми, является прибыльным и хорошо влияет на дальнейшую деятельность предприятия в целом [42].

На инвестиционную привлекательность предприятия, оказывают влияние внешние и внутренние факторы.

На рисунке 1.2 представлены факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность предприятия.



Рисунок 1.2 – Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность

Внешние факторы не зависят от последствий финансово–хозяйственной деятельности предприятий.

В то время как, внутренние факторы, наоборот, имеют повышенную зависимость от последствий финансово–хозяйственной деятельности предприятия. Внутренние факторы влияют на инвестиционную привлекательность предприятия и являются основным механизмом ее регулирования [43].

Факторы инвестиционной привлекательности предприятия подразделяются на:

- цели инвесторов;
- производственно–технические цели и специфика данного предприятия, в которое необходимо вкладывать средства;
- экономические цели собственников.

Далее факторы инвестиционной привлекательности, следует, разделить на внеэкономические факторы и финансово–экономические.

Инвестор первым делом внимательно отслеживает все финансовые показатели, в том случае, если они превышают допустимые значения. Бывают ситуации, когда инвестор обязан принимать к осуществлению инвестиционный проект, который находится в финансово нестабильном состоянии, и не привлекает особого внимания [6].

Можно сделать вывод о том, что на инвестиционную привлекательность предприятия влияют такие факторы как: экономическая и политическая обстановка в мире, стране или регионе, квалификация работников, а так же финансовые показатели деятельности предприятия. Предприятиям, необходимы постоянные инвестиции, для совершенствования товаров или услуг, которые они производят или оказывают для будущих потребителей [5].

«Инвестиционная привлекательность предприятия с экономической точки зрения должна быть предопределена как внутренними показателями капиталовложений (срок реализации проекта, доходность инвестиций и прочие),

так и обстоятельствами по привлечению финансовых ресурсов и формированию их источников.

Инвестирование предпринимательской деятельности соответственно проводится за счет собственных или за счет привлеченных средств, но чаще всего в основном, за счет месте взятых. Последнее время для большей части российских предприятий самый существенный источник инвестиций, является собственная прибыль, в том числе и начисленные амортизационные отчисления. Следовательно, инвестиционный фонд для инвестиционной деятельности должен быть наполнен безвозмездными вложениями в натуральном виде или в форме финансовой спонсорской помощи» [28].

Для инвестиционной деятельности предприятия, важно то, какими будут будущие инвестиции, собственными или заемными. Для некоторых инвестиций, показателем который требует определенного внимания, считается цена капитала.

«Цена собственного капитала обязана быть представлена через дивидендную политику предприятия, которая должна быть пропорциональна доле акционерного капитала в совместной совокупности собственных средствах предприятия.

Цена собственного капитала для реализации самофинансирования инвестиций образуется нижним пределом показателя рентабельности: принятие решения об осуществлении инвестиций при доходности меньшей цене капитала, возможно, сможет сильно сократить основные финансовые показатели предприятия, но и возможно так же может привести к банкротству и неплатежеспособности предприятия.

Для стороннего инвестора стоимость собственного капитала предприятия по внедрению инвестиций выступает в качестве гарантии возврата затраченных средств, но и служит предначертанным критерием достаточного уровня, отражающего финансовую надежность объекта инвестиций» [30].

«Цена стороннего капитала определяется как средневзвешенная процентная ставка по привлеченным финансовым ресурсам.

Стоимость привлеченного капитала напрямую зависит от внутренних и внешних факторов. Среди внутренних факторов в основном выделяют деловую репутацию предприятия. На значение деловой репутации предприятия оказывают прямое воздействие не только финансовые показатели производственной деятельности, но и авторитет руководства предприятия, созданная в ней система взаимоотношений с непосредственными партнерами и конкурентами.

Цена капитала образует нижнюю границу по доходности инновационных проектов, другими словами, это нормативное значение прибыли на инвестиции. Таким образом, предприятие, которое принимает постановление о реализации инвестиционного проекта, обязано учитывать факторы, такие как:

- стоимость привлеченного капитала;
- стоимость собственного капитала;
- структура капитала» [31].

В целом можно сделать вывод о том, что факторы, которые оказывают воздействие на инвестиционную привлекательность, чрезвычайно многообразны, они должны быть расклассифицированы по всевозможным признакам, но и должны так же иметь predetermined уровень влияния в каждом конкретном эпизоде.

### 1.3 Методы и подходы к оценке инвестиционной привлекательности

Оценка инвестиционной привлекательности предприятий, имеет особо важное значение для экономики государства в целом. Если инвестировать в предприятия денежные средства, то предприятия с большей вероятностью смогут развиваться и расти в сфере своей деятельности. Инвестиции, особенно необходимы предприятиям, у которых по определенным причинам, отсутствуют собственные средства для развития предпринимательской деятельности. Особо важным для всех инвесторов, является то, чтобы вложенные денежные средства привели к окупаемости предприятия, для дальнейшего возврата вложенных средств, а так же

получения от них увеличивающееся прибыли.

В настоящее время не существует общего подхода к оценке инвестиционной привлекательности [44].

Для всех предприятий, основной задачей является оставаться на прежних местах рынка, а так же заполучить лидерство в своей сфере деятельности. Чтобы этого достигнуть, необходимо постоянно развиваться и участвовать в создании новых технологий. Бывают такие ситуации, что без привлечения финансовых инвестиций, развитие предприятия считается невозможным. Если в предприятие будут постоянно инвестироваться денежные средства, то предприятие может считаться конкурентоспособным.

«Основными методиками инвестиционной привлекательности предприятия, можно считать:

1. Метод дисконтированных денежных потоков;
2. Оценка на основе анализа факторов внешнего и внутреннего воздействия;
3. Семифакторная модель;
4. Интегральная оценка на основе внутренних показателей;
5. Комплексная оценка» [32].

Рассмотрим данные методики более подробно.

1. Метод дисконтированных денежных потоков

При использовании данного метода, сравнивается стоимость денежных средств в период начала финансирования и при возврате в виде будущих денежных потоков. В том числе, учитывается фактор времени. Пользуясь данным методом, можно довольно быстро предоставить оценку стоимости предприятия, исключая сложные подсчеты.

Основным преимуществом данного метода является возможность изведать потенциал предприятия, даже сокрытый, а также вероятность реалистично оценить, на сколько привлекательно данное предприятие для инвестора. Отрицательным моментом следует читать, сильную подвластность исходных результатов от первоначальных значений денежных потоков и соответствующих

ставок дисконтирования.

Коэффициент дисконтирования рассчитывается по формуле (1) [33]:

$$K_d = \frac{1}{(1+E)^t}, \quad (1)$$

где  $E$  – это норма дисконтирования;

$t$  – порядковый номер временного интервала получения дохода;

Следовательно, формула дисконтирования денежных потоков будет выглядеть следующим образом (2):

$$DCF = \sum_{i=1}^n \frac{CF_i}{1+r^i}, \quad (2)$$

где  $DCF$  – дисконтированный денежный поток;

$CF$  – денежный поток в период времени  $i$ ;

$r$  – ставка дисконтирования;

$n$  – количество временных периодов [20].

В данной формуле, ставка дисконтирования имеет особенное значение.

Предоставленный показатель изображает, что должен увидеть инвестор в данной ситуации.

Основными преимуществами данного метода является то, что он позволяет оценивать бизнес с неравномерными, зачастую и с отрицательными финансовыми последствиями, на сколько реалистична оценка стоимости предприятия, а также вероятность познать сокрытый потенциал. Несовершенством данного метода следует считать показатели, которые в динамике перемещаются в следующий период. Нельзя дать гарантию того, что показатели, которые рассчитываются данным методом, будут достоверными.

В основе такого метода, как оценка инвестиционной привлекательности на



основе анализа факторов внешнего и внутреннего воздействия необходимо сначала при помощи метода Дельфи предопределить внешние и внутренние факторы, которые оказывают на инвестиционную привлекательность максимальное воздействие. Следом необходимо выстроить модель воздействия избранных факторов; подвергнуть анализу инвестиционную привлекательность предприятия; на конечном этапе необходимо предоставить разработанный ряд назначений. Все этапы выражают взаимосвязанность между собой. Совокупность внешних факторов предопределяется при помощи анкетирования, таким образом, зависит от объекта исследования.

Основное преимущество предоставленной методики состоит в том, что рассматриваются внешние и внутренние факторы влияния, в результате этого возникает вероятность провести комплексное исследование. Основным отрицательным моментом проявляется субъективность данных, которая является результатом использования на первоначальном этапе таких инструментов как: анкетирование и опросы [32].

В предоставленной методике, о семифакторной модели, рентабельность активов является основным критерием инвестиционной привлекательности.

Данная модель более подробно описывает факторы, которые воздействуют на рентабельность активов [3].

Семифакторная модель содержит факториальные показатели, такие как: прибыль от продаж продукции, выручка от реализации продукции, активы, оборотные активы, дебиторская задолженность, заемный капитал, краткосрочные обязательства, кредиторская задолженность. Основным принципом принятия решения послужило следующее правило: чем больше рентабельность активов, тем наиболее эффективно работает предприятие и является более заманчивым для инвестора.

Семифакторная модель позволяет правильно математически подсчитать показатель, послуживший критерием оценки уровня инвестиционной привлекательности, обнаружить статистику рассматриваемых индикаторов [32].

Формула semifactorной модели (3) [34]:

$$Z = 3,3 \cdot K1 + 0,1 \cdot K2 + 1,4 \cdot K3 + 0,2 \cdot K4 + 0,5 \cdot K5 + 2,1 \cdot K6 + 0,9 \cdot K7, \quad (3)$$

где K1 – это прибыль до налогообложения / активы;

K2 – это прибыль отчетного года / прибыль прошлого года;

K3 – это прибыль до налогообложения + проценты к уплате;

K4 – это ЧП / оборотные активы;

K5 – это запасы / краткосрочная задолженность;

K6 – это кредиторская задолженность / итог баланса;

K7 – это Коа (Выручка/Активы).

Данный метод помогает выразить, каким является воздействие основных факторов на рентабельность активов, на состояние предприятия относительно финансов, а так же воздействие на инвестиционную привлекательность предприятия в целом.

Метод интегральной оценки инвестиционной привлекательности на основе внутренних показателей. Данная методика используется на внутренних показателях деятельности предприятия, которые классифицируются 5 блоков: показатели эффективности использования основных и материальных оборотных средств, финансового состояния, использования трудовых ресурсов, инвестиционной деятельности, эффективности хозяйственной деятельности.

Рассчитанные значения, совершенные по каждому из 5 блоков, после этого сводятся к интегральному показателю инвестиционной привлекательности предприятия. Расчет интегральной оценки заключается в 2 этапах: расчёт стандартизированных значений всех показателей, эталонных значений, нахождение их веса в комплексной оценке и высчитывание за все годы вероятных функций, которые в конце первого этапа объединяются в комплексные оценки инвестиционной привлекательности по каждому блоку показателей. Подсчитывание интегральной оценки инвестиционной привлекательности

предприятия является результатом второго этапа.

Немаловажным методом является комплексная оценка инвестиционной привлекательности предприятия, охватывающая в анализе как внутренние, так и внешние факторы деятельности предприятия и сведению их к единому интегральному показателю. Предоставленный метод соединяет 3 раздела: общий, специальный и контрольный.

Общий раздел охватывает: оценку положения на рынке, зависимость от крупнейших поставщиков и покупателей, анализ стратегической эффективности предприятия.

Специальный раздел содержит этапы оценки общей эффективности; пропорциональности экономического увеличения; операционной, финансовой, инновационно–инвестиционной активности; качества прибыли.

Контрольный раздел методики располагает расчет итогового коэффициента инвестиционной привлекательности, устанавливаемого как сумма произведений ранее предоставленных баллов и весовых коэффициентов, по которому и производится окончательный вывод [32].

Комплексна методика оценки инвестиционной привлекательности, основана на анализе финансового состояния предприятия и проводится по данным бухгалтерской отчетности. Методика оценки инвестиционной привлекательности предприятия предполагает объединение данных в группы. В первую очередь производится анализ финансового состояния предприятия на основе данных бухгалтерской отчетности, представленной на рисунке 1.3 [35].

Рентабельность – считается одним из самых важных показателей, которые могут представить эффективность работы предприятия, устремить внимание на слабые места и предоставить возможность скорректировать действия во всех направлениях.

Рентабельность – является экономическим показателем, который изображает, насколько результативно употребляют ресурсы: сырье, кадры, деньги и другие

материальные и нематериальные активы. Можно посчитать рентабельность некоторого актива, а можно целой компании безотлагательно.

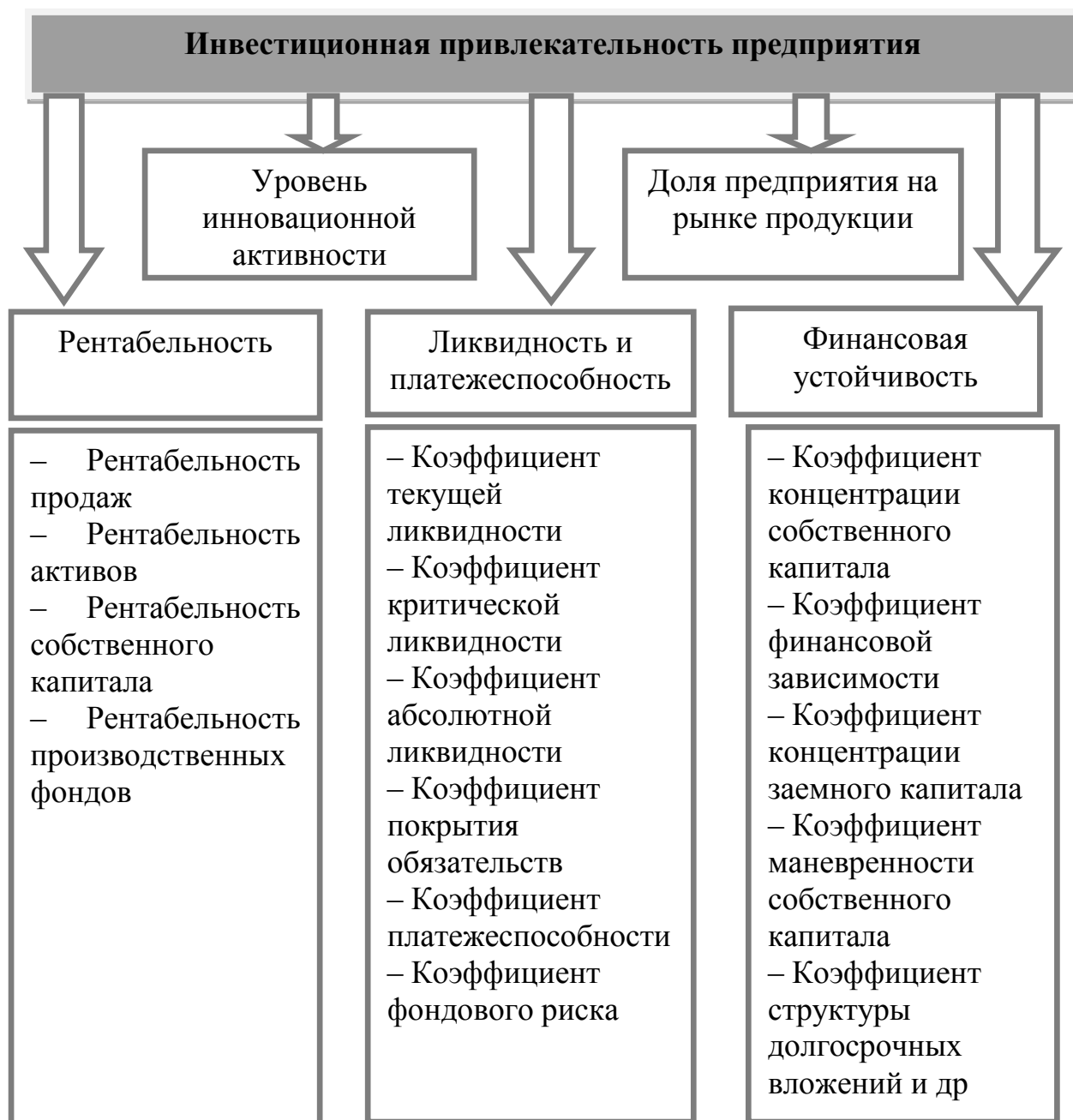


Рисунок 1.3 – Комплексная методика оценки инвестиционной привлекательности предприятия

Рентабельность дает возможность, для того чтобы спрогнозировать прибыль, сопоставить предприятие с конкурентами или спрогнозировать доходность инвестиций. Еще немало важным считается рассчитать рентабельность

предприятия для оценки, если намерились его продавать: предприятие, которое приносит значительно выше прибыли и при этом расходует меньше ресурсов, стоит дороже.

Формула для расчета рентабельности выглядит следующим образом (4):

$$P = \frac{Pr}{B} \cdot 100\% , \quad (4)$$

где P – Рентабельность;

Pr – Прибыль от продаж;

B – Выручка.

Есть и другая формула для расчета рентабельности (5):

$$P = \frac{Ц}{C} \cdot 100\% , \quad (5)$$

где P – Рентабельность;

Ц – Цена;

C – Себестоимость.

Для повышения прибыли используются разнообразные способы, но учитывают подобные факторы, как сезонность, конкуренция, простои:

– увеличивается качество продовольствия или услуги, упаковки, проводится модернизация, переоснащение производства. Конечно, на всё это требуются в основном привлечение инвестиций. Если следовать намеченному, плану они обязаны спокойно окупиться в дальнейшем при помощи понижения численности употребляемого сырья, увеличением спроса и многое другое;

– разрабатывается новейшая маркетинговая стратегия и политика;

– понижается себестоимость товара или услуги, для того чтобы можно было соперничать с остальными предприятиями. Но конечно, это не обязано причинять вред качеству продукции.

Предприятие должно считаться финансово стабильным, если при расчете все показатели устойчивости выходят в пределах нормы. Так же случаются ситуации, когда финансовое положение предприятия считается неустойчивым. Это происходит тогда, когда значение собственного капитала предприятия равен или выше значению заемного капитала.

При анализе предприятия необходимо сравнивать показатели всех основных данных за предыдущие года. Это поможет провести полный прогноз о финансовой устойчивости анализируемого предприятия. Немало важным моментом, так же является то, что необходимо провести анализ и оценку деятельности конкурентов в подобной сфере предпринимательства.

#### Выводы по первому разделу

Инвестиции имеют важное значение для развития экономики. При помощи инвестиций, многие предприятия пытаются получать прибыль. Инвестирование предприятий оказывает важное значение для экономики любой страны.

Планирование инвестиций на предприятии чрезвычайно усложненный и немало значимый процесс. Сложность процесса планирования состоит в том, что необходимо учитывать многочисленные факторы, такие как непредвиденные, и вот числе степень рисков капитальных вложения инвестиций. Значимость для предприятия данного процесса основывается на том, что, планируя инвестиции, проявляется основа работы предприятия в будущем. Если разработанный инвестиционный проект наилучшим образом спланирован и реализован, то предприятие заработает доход, если нет, то в будущем предприятие может стать банкротом.

Проведя анализ некоторых методов оценки инвестиционной привлекательности предприятия можно сделать вывод, о том, что в данных методах присутствуют положительные и отрицательные моменты.

## 2 КЛАССИФИКАЦИЯ И АНАЛИЗ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

### 2.1 Классификация предприятий сервисных услуг. Место, занимаемое сервисным центром в данной инфраструктуре

В данный период формирование предприятий сферы сервиса реализуется в условиях рыночной экономики, поиска более эластичных производственных и организационных структур, определения партнерства и конкурентоспособности предприятий.

Обслуживание потребителей, это одна из важных особенностей. С данной задачей приходится постоянно сталкиваться предприятиям, которые связаны с сервисными услугами.

Каждое из действующих предприятий сервиса – это стабильная социальная структура, объединение людей, объединенных сплоченностью целей в процессе сервисной деятельности. Данных предприятий огромное количество. Основными являются предприятия, корпорации, кофейни, супермаркеты, косметические салоны, мастерские и многие другие.

Классификаций может быть множество в зависимости от применяемых оснований. Предоставим некоторые из действующих классификаций:

- по форме собственности;
- по организационно–правовой форме;
- по объему деятельности;
- по назначению и составу предоставляемых услуг.

По форме собственности сервисные предприятия являются частными, государственными, муниципальными, относятся к общественным организациям и смешанным формам собственности [35].

По организационно–правовой форме предприятия сервисной сферы подразделяются на:

- государственные или муниципальные унитарные предприятия;

- производственные и потребительские кооперативы;
- хозяйственные товарищества и общества.

Для деятельности сервисных услуг, являются акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) – является организацией, которая создана по договоренности юридическими или физическими лицами путем объединения их вложений с целью осуществления сервисной деятельности. Вложенные участником денежные средства составляют его долю. Торговля долей на открытом рынке запрещена. Это форма сотрудничества и кооперации хозяйствующих субъектов является наиболее оптимальной для оказания услуг и приобретения прибыли. Ответственность любого участника и доля в прибыли – соответственно определяется лишь только пределами внесенного им вклада.

Акционерное общество (АО) – является организацией, созданной по договоренности юридических и физических лиц методом слияния их вложений, соответственно, через выпуск и продажу акций. Акционеры не отвечают по обязательствам общества и несут риск убытков, объединенных с его деятельностью, в пределах принадлежащих им акций. Распределение прибыли, соответственно, по результатам года пропорционально численности акций. Если акции без затруднений продаются и покупаются, располагаются по открытой подписке через фондовую биржу – это будет считаться открытым акционерным обществом (ОАО). Финансовая осведомленность о последствиях деятельности ОАО является открытой, соответственно, выпускается баланс, годовой отчет и так далее. Если акции распределяются между учредителями, это будет считаться закрытым акционерным обществом (ЗАО). Акционерное общество закрытого типа имеет возможность не опубликовывать баланс и другую информацию о последствиях деятельности.

По объему деятельности рекомендовано выделять сервисные предприятия первичного типа, простые, повышенного типа и интегрированные.



1. Первичные предприятия сервиса, имеющиеся в практике наименования: частное предприятие (ЧП), индивидуальное частное предприятие (ИЧП) законодательством не предусмотрены. Таким образом, во всех случаях говорится об индивидуальных предпринимателях без образования юридического лица (ПБОЮЛ). Ими являются физические лица, которые самостоятельно занимаются хозяйственной деятельностью. В основном это люди, которые организовали собственное дело для осуществления экономически выгодной предпринимательской идеи. Предприниматель зарабатывает весь доход и несет весь риск от последствий хозяйственной деятельности. Такие ситуации нередко наблюдаются в сфере сервиса, потому что ориентированы на услуги, удовлетворяющие потребности постоянного спроса;

2. Простые сервисные предприятия: ООО, ЗАО, ОАО, унитарные предприятия. В форме унитарных предприятий должны быть построены лишь только государственные и муниципальные предприятия. Унитарные предприятия не наделены правом собственности на укрепленное за ним имущество, которое является неделимым:

– простые сервисные предприятия обычно причисляют к малым и средним предприятиям. С января 2008 г. среди малых предприятий начали выделять микропредприятия. Среднее и малое предприятие – является любой коммерческой организацией в сфере сервиса (вновь формируемая или действующая), с ограничениями по количеству работающих сотрудников и доли участия в уставном капитале предприятия государства, общественных и религиозных организаций (объединений), благотворительных и иных фондов. Некоммерческие предприятия не должны числиться как малые предприятия. Среднее количество работников за отчетный период не желательно, чтобы превышало следующие предельные уровни:

- микропредприятие, где количество работников насчитывает до 15 человек;
- малое предприятие, здесь число работников насчитывается до 100 человек;

– среднее предприятие, в данном случае число работников не должно превышать 250 человек.

3. Сервисными предприятиями повышенного типа являются: производственное, научно–производственное и территориально–производственное объединения, сетевая фирма сбыта, концерн, холдинг, компания, корпорация.

Классификация по назначению и составу услуг. Подобных классификаций может быть огромное количество. Каждый вид услуг обладает своей классификацией. В частности, услуги питания предоставляют самые разнообразные предприятия: кофейни, столовые, рестораны, бары и различные зарубежные кухни [10].

Все сервисные предприятия обладают похожими особенностями. Такими как:

1. Предприятие сервиса – это раскрытая система, анализируемая в целостности факторов внутренней и внешней среды.

2. Для предприятий сервиса важным моментом, считается, качество продуктов и услуг, чтобы удовлетворять все необходимые потребности будущих потребителей.

3. Для предприятий сервиса свойственны: ситуационный подход к управлению, приспособление к изменяющимся условиям, гибкость и оперативность реагирования на вновь появляющийся спрос.

Все сервисные предприятия в процессе образования и функционирования испытывают похожие трудности, решают существенные проблемы, среди которых становление сервисного предприятия, достижение экономической стабильности формирование имиджа и завоевания прочной репутации в конкурентной борьбе на рынке услуг [37].

На рисунке 2.1 представлена классификация сервисного обслуживания.

По времени осуществления	
	Предпродажный
	Послепродажный
	Гарантийный
	Послегарантийный
По содержанию работ	
	Мягкий, жесткий
По направленности услуг	
	Прямой, косвенный
По степени адаптации к потребителям	
	Стандартизированный, индивидуальный
По масштабу	
	Локальный, региональный, национальный

Рисунок 2.1 – Классификация сервисного обслуживания

В данной выпускной квалификационной работе, я буду рассматривать открытие сервисного центра «Космос», который относится к категории Индивидуального Предпринимателя (в дальнейшем именуемое как ИП).

Открываемый сервисный центр в данной инфраструктуре, будет классифицироваться по объему деятельности предприятия первичного типа, так как центр ориентирован на услуги, удовлетворяющие потребности повседневного спроса.

## 2.2 Анализ исследования рынка сервисных услуг в России и за рубежом

Формирование экономических услуг многофункциональный процесс, характерный всем странам. Осуществление предоставленного процесса совершается с учетом вызревания внутренних предпосылок и зависит от уровня

экономического развития. В странах, с незначительно слабо раскручивающейся экономикой, хозяйственная деятельность сводится преимущественно к производству товарной продукции.

Лидером в производстве услуг является США, на их долю достается более 1/3 мирового производства. Затем идет Великобритания и с немного большим отставанием следуют Франция, Канада, Италия. В Германии и, особенно в Японии в наибольшей степени вырабатывается производство товаров, но и наблюдается рост доли услуг [47].

Один из наиболее крупных сервисных центров в мире Geek Squad – был сформирован в 1994 году и первым к чему они приступили, это начали свою работу с компьютерных услуг и аксессуаров, которые предлагали, как юр. лицам, так и частным лицам. Приблизительно с данного года начинают работать большее количество фирм взаимосвязанных с миром электроники, вследствие того, что собственно с начала 90–х и последовал прорыв в данной индустрии.

В сервисном центре Geek Squad используется униформа и транспорт с собственным логотипом. Это хороший подход, с точки зрения, что все сотрудники будут ходить в одинаковой форме, приходящие клиенты, будут сразу же знать к кому следует обратиться с их проблемой. Так же собственный транспорт, позволяет быстрее выезжать на выезды к клиентам.

Так же там присутствует конвейер с запчастями, эффективность этого метода в том, что основное количество запчастей предоставляются специалистам по конвейеру, для того чтобы не тратить время и обслуживать значительно большее число требований от различных специалистов [16].



Рисунок 2.2 – Сервисный центр Geek Squad

Статистика ремонтов в США к концу 2020 года выросла, по сравнению с прошлыми годами, представлена на рисунке 2.3 [17].



Рисунок 2.3 – Статистика ремонтов техники в США к концу 2020 года

В связи с коронавирусом в 2020 году люди стали больше обращаться в сервисные центры, чтобы починить сломанную технику, в целях экономии денежных средств, при покупке новой техники.

В России услуги раскручиваются довольно медленно, преимущество

отдается товарам. В условиях санкций и экономического кризиса государство фиксирует свое внимание на товарном производстве. По предоставленным данным Федеральной службы государственной статистики, совместный объем платных услуг за 2020 год уменьшился на 11,8 % при сопоставлении с 2018–2019 годами. Самое наибольшее понижение замечается при предоставлении ветеринарных услуг 30,9 %, медицинских услуг 28,1 %, бытовых услуг 20,8 %. Использование в сфере образовательных услуг также существенно понизилось на 23,1 %, а в сфере туризма и гостиничного размещения на 18 %. Следовательно, необходимо обозначить, что на совместном фоне объем услуг связи повысился на 2 % [45].

Основными тенденциями нынешнего формирования сферы обслуживания, проявляются:

- модифицирование потребительского спроса,
- внутривидовое расширение ассортимента услуг,
- усиленное формирование информационно–телекоммуникационных услуг,
- межвидовое объединение услуг и развитие сервисных комплексов.

Исследования, которые проводятся специалистами маркетинговой деятельности, являются самой актуальной информацией о деятельности предприятия на рынке, о спросе на их услуги, а так же их конкурентоспособности. При анализе данных исследований, руководящий состав принимает взвешенные решения о деятельности предприятий и его дальнейших действий и целей.

Изменение потребительского спроса, связано с изменениями вкусов и платежеспособности потребителей. Анализ некоторых видов деятельности показывает, что часть бытовых услуг неуклонно понижается, в то время как услуги связи, жилищно–коммунальные услуги, услуги системы образования повышаются [46].

Одним из немногих факторов тенденции изменения спроса необходимо указать повышающуюся урбанизацию, которая приводит к повышению спроса на

некоторые виды работ и услуг, которые связаны с обустройством в городах и уменьшением спроса на услуги сельскохозяйственного характера. Бесспорно, имеется также разделение индивидуальных потребностей в связи с возникающей демографической обстановкой и стратификацией общества. Следовательно, видима деформация как в сторону повышения наиболее выгодных видов услуг для состоятельных потребителей, так и в касательстве сравнительно недорогих видов услуг (таких как ремонт техники) для некоторой доли населения, относящегося к малообеспеченным кругам общества. Значительным фактором, поднимающим изменение спроса, является введение достижений научно-технического прогресса – таких как ремонт сложной бытовой техники, новых компьютерных технологий и другие виды услуг.

Следующая значительная тенденция, которая замечается в сервисной отрасли, является ускоренное развитие предприятий, которые изготавливают так называемую интеллектуальную продукцию. В сфере обслуживания информация при оказании определенных видов услуг составляет до 75 % вновь образованной стоимости [38].

В процессе предоставления потребителю информационные услуги появляются новые формы обслуживания и технологические цепочки. Информационные системы являются основными компонентами передовых технологий управления и производства на сервисных предприятиях. В обстоятельствах глобальной информатизации существенной задачей проявляется стремительно растущее создание и раскручивание отрасли, предоставляющей обширный спектр информационных услуг, конкурентоспособных на рынке.

Изучение и востребованность современных информационно-телекоммуникационных услуг является определяющим обстоятельством для образования инфраструктуры бизнеса в сфере сервиса. Использование новейших видов услуг и форм обслуживания способствует повышению занятости населения и удовлетворению возрастающих потребностей общества [38].

Третья немаловажная тенденция в формировании нынешнего сектора услуг

находится во внутриотраслевом расширении ассортимента услуг, предоставляющейся всевозможным потребителям. Прогрессивные предприятия совершенствуют уровень обслуживания, предоставляя дополнительные услуги клиентам, такие как ускоренное обслуживание, небольшой ремонт, продажа сопутствующих товаров.

Значимой особенностью стала тенденция формирования дополнительных услуг, которая близко взаимосвязана с основным видом обслуживания, в частности, по дизайну, реставрированию и модернизации бытовой техники при ремонтных работах, том числе предпочтение и установка новейших усовершенствованных деталей на бытовой технике.

Следующая тенденция в формировании индустрии услуг состоит в организации полноценного обслуживания клиентов и объединении услуг. Под воздействием рыночного спроса и при поддержке возможностей конкретных предприятий совершается объединение обособленных видов услуг в комплексные методом интеграции и комбинирования во всевозможных сочетаниях. Разработка многофункционального комплекса сопровождается изменения некоторых услуг. Следовательно, проявляется принципиально новейший подход к созданию комплексного сервиса [38].

К обстоятельствам, благоприятствующим формированию сервисного обслуживания и повышению его роли в российской экономике, можно отнести следующие виды:

- усовершенствование изготавливаемой продукции и связанную с этим потребность в разработке системы до- и послепродажного обслуживания, которая будет отвечать технической и кадровой базе;

- надобность в удержании подобающего состояния изготовленных материально-вещественных ценностей в условиях понижения резервов, которые необходимы для производства новых товаров;

- усиление воздействия результатов деятельности сервисных подразделений, предприятий и организаций на осуществление их маркетинговой политики.



Многочисленные российские сферы сервисного обслуживания все еще не доросли до международных стандартов, для того чтобы предоставить населению торговые предприятия, особенно нынешних форматов, потребительских услуг, учреждений культуры, основываясь на данной причине они нуждаются в качественных условиях и стимулах для благополучного формирования. Следовательно, изменение в данных отраслях, возможно, достигнуть только в том случае, если ресурсы будут усовершенствованы с учетом зарубежного опыта и потребностей.

При осуществлении данной структурной стратегии значимая роль относится к государству. В дополнение к общим мерам по усовершенствованию бизнеса необходимо увеличить государственную поддержку отраслей сферы услуг и меры по их стимулированию. Без значительного повышения объема государственного финансирования, перспективы реформирования и раскручивания социальных услуг и науки, решения проблем транспортной инфраструктуры и коммуникаций чрезвычайно невелики.

«В марте 2020 г. темп роста цен ускорился под влиянием разовых факторов. Годовая инфляция составила 2,5%, что на 0,2 п.п. выше, чем в феврале. Ускорение роста цен было связано с ослаблением обменного курса, а также увеличением спроса на ряд продовольственных товаров и других товаров первой необходимости в связи с подготовкой населения к режиму самоизоляции, введенному из-за распространения пандемии COVID–19. Годовой темп роста цен на услуги остался неизменным» [38].

«После минимума в феврале – марте 2020 г. годовая инфляция возросла на 0,2 п.п. и составила 2,5% представлена на рисунке 2.4. Одним из основных факторов ускорения роста потребительских цен являлось ослабление рубля, в значительной мере ставшее результатом негативного влияния пандемии коронавируса на глобальную экономику и прекращения действия соглашения ОПЕК+. Другим фактором стал повышенный спрос на ряд товаров первой необходимости, вызванный распространением пандемии коронавируса

на Россию. Возросли годовые темпы удорожания продовольственных и непродовольственных товаров. Годовой прирост цен на услуги остался неизменным (Приложение 1)» [39].



Рисунок 2.4 – Распределение приростов цен на товары и услуги

В России на фоне кризиса значительно поднялся спрос на ремонт техники.

Финансовые проблемы 2020 года заставили россиян все чаще обращаться к услугам специалистов по ремонту разнообразной техники. Пандемия поспособствовала отказаться от сформировавшейся ранее ситуации – заменять сломанные приборы новыми, том числе освободила россиян от гонки за внешними атрибутами обеспеченности и дала возможность сосредоточиться на функциональной достаточности [47].

В период пандемии многие россияне стали заботливее относиться к технике, которая находится дома. Например, весной и летом 2020 года потребность в ремонте бытовой техники, такой как микроволновые печи, различные комбайны, блендеры, пылесосы и много другой, вырос на 73%, при сравнении с весной и летом 2019 года. Крупную бытовую технику, такую как стиральные машины и холодильники, на ремонт стали направлять на 43% чаще.

Ожидается отрицательно отразилась пандемия, и взаимосвязанный с ней перевод на удаленную работу, на состоянии оргтехники. Ремонт компьютеров, которые находятся дома, микрофонов, и другого оборудования для работы на дому понадобилось россиянам весной 2020 на 27% чаще, при сравнении с аналогичным периодом предыдущих годов.

При отсутствии часто используемых развлечений дети и родители начали чаще играть дома, в частности, как в настольные игры, так и на компьютерах. Активное применение приставок поспособствовало и к повышенному спросу на ремонт данной техники, следовательно, в апреле – июне 2020 года спрос повысился в два раза.

Объявления об услугах по оказанию ремонта разнообразной техники повысились как в начале года, так и в конце. Чаще всего используемой подработкой в прошедшем году стал ремонт компьютерной техники: численность объявлений специалистов по ремонту в январе – октябре 2020 года повысилось в несколько раз (104%) при сравнении с прошедшими годами.

Разумное потребление, это один из основных значимых трендов нескольких лет, который закрепился в период пандемии.

Появилось немного свободного времени, так как в офис ехать не нужно, следовательно, есть больше возможностей найти специалиста по ремонту техники поблизости с домом на онлайн-платформах. При таком раскладе ситуации, ремонт техники стал считаться не такой уж и сложной задачей.

Повышение спроса стимулирует и рост численности предложений, следовательно, чем больше выбор специалистов, тем проще найти нужного мастера по ремонту техники.

Онлайн-платформы в период пандемии, с точки зрения экспертов, значительно помогли многим людям обратившихся к ним в поисках дополнительного заработка.

Режим самозанятых стал очень популярен, так как данный вид в 2020 году распространился на новые регионы. В данной ситуации некоторая часть

численности населения, стала регистрироваться в качестве самозанятых и иметь дополнительный доход, в том числе и качество специалистов по ремонту техники на дому.

В связи со сложившейся ситуацией в стране, выявилось повышение цен на бытовую технику до 12% с начала года, следовательно, население стало меньше покупать новой техники. Часть населения, которая хотела бы купить новую технику продолжают пользоваться старой или отдают в сервисные центры ремонта, так как это является более выгодным вариантом [48].

В России количество работающих сервисных центров на данный момент составляет чуть более 16 тыс.

Чаще всего в России покупают бытовую технику, анализируемая статистика представлена на рисунке 2.5.



Рисунок 2.5 – Статистика того, что чаще всего покупают в России

Представив данную диаграмму, можно сделать вывод, о том, что люди часто покупают бытовую технику, следовательно, и будут ее ремонтировать.

Ремонт бытовой техники пользуется большим спросом, следовательно, в данной сфере деятельности повышенная конкурентоспособность предприятий.

Начать работу в сфере по ремонту бытовой техники не требует высоких затрат. Необходимо, лишь обладать нужными навыками для начала работы в данной сфере бизнеса. Официально организовать данный бизнес, разрешено в качестве ИП или самозанятого, платить все необходимые отчисления и проводить ремонты на дому [50].

Изучив популярные направления в сфере ремонта бытовой техники и проанализировав отдельные запросы при помощи Яндекс.Wordstat и Google Trends, можно сделать выводы о данной сфере предпринимательства.

Для анализа статистики запросов будем использовать Яндекс.Wordstat. По запросу услуги ремонт мелкой бытовой техники Wordstat предоставил всего 3 231 показов в месяц. На рисунке 2.6 представлена статистика по запросам Wordstat о ремонте мелкой бытовой техники в месяц.

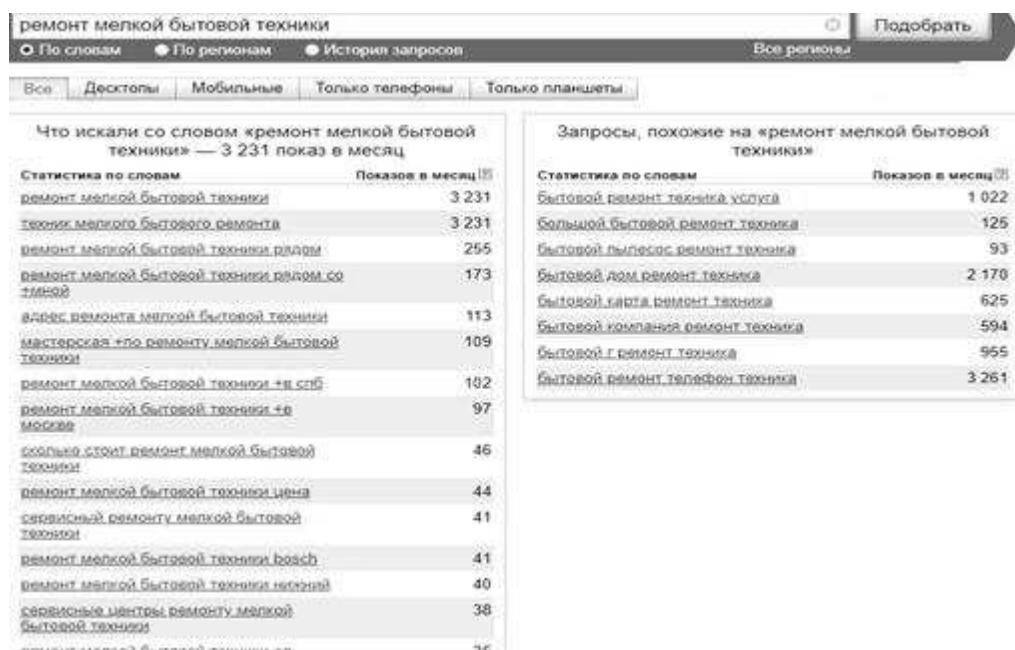


Рисунок 2.6 – Статистика запросов о ремонте мелкой бытовой техники в месяц

В масштабах России данную услугу нельзя считать достаточно востребованной, так как общее количество запросов за месяц имеет небольшое значение.

Далее рассмотрим динамику оценки истории запроса при помощи

Яндекс.Wordstat о ремонте мелкой бытовой техники. Анализируемая динамика представлена на рисунке 2.7.

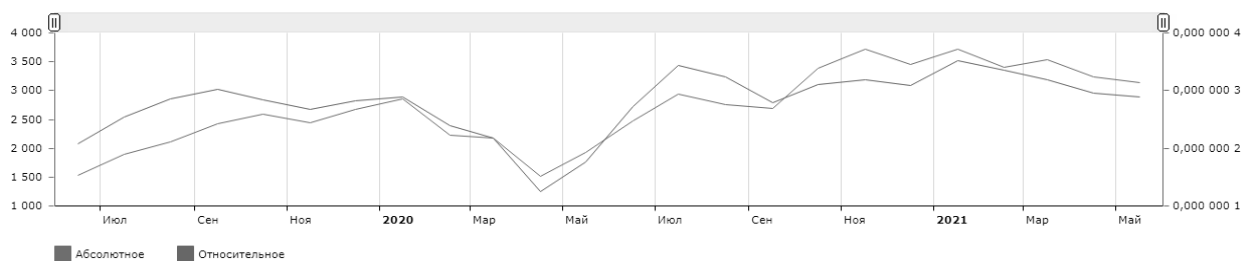


Рисунок 2.7 – Динамика истории запроса о ремонте мелкой бытовой техники

При оценке истории запроса при помощи Яндекс.Wordstat за последние 3 года виден постоянно колеблющийся спад и подъем спроса на данные услуги, на который незначительно влияет сезонность. Сильный спад проявился в мае 2020 года, но к середине июля интерес вновь повысился практически до прежнего уровня, а дальше в основном держался выше прежнего уровня спроса.

Проанализируем запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике по запросам ремонта мелкой бытовой техники. На рисунке 2.8 представлена статистика ремонтов мелкой бытовой техники за последние 5 лет в Google Trends.



Рисунок 2.8 – Статистика ремонтов мелкой бытовой техники за последние 5 лет в Google Trends

Изучая данную статистику можно сделать вывод о том, что в Google Trends за последние применённые для запроса 5 лет значимость запросов о ремонтах мелкой бытовой техники периодически изменяется. В следствии каждого спада

далее наступает рост данных запросов.

К крупной бытовой технике собственники обычно имеют другое отношение в отличие от мелкой техники. Для анализа статистики запросов будем использовать Яндекс.Wordstat. По запросу о ремонте бытовой техники Яндекс.Wordstat, отображает 102 282 показов за месяц. На рисунке 2.9 представлена статистика по запросам Wordstat о ремонте бытовой техники в месяц.

Что искали со словом «ремонт бытовой техники» — 102 282 показа в месяц		Запросы, похожие на «ремонт бытовой техники»	
Статистика по словам	Показов в месяц	Статистика по словам	Показов в месяц
<a href="#">ремонт бытовой техники</a>	102 282	<a href="#">стиральный машина ремонт</a>	376 978
<a href="#">ремонт бытовой техники техник</a>	102 282	<a href="#">ремонт стиральный машина дом</a>	64 271
<a href="#">ремонт бытовой техник</a>	102 282	<a href="#">адрес бытовой техника</a>	13 361
<a href="#">производим ремонт бытовой техники</a>	4 963	<a href="#">ремонт телефон</a>	526 749
<a href="#">фирма производит ремонт бытовой техники</a>	4 874	<a href="#">холодильник ремонт</a>	326 809
<a href="#">фирма производит ремонт бытовой техники +к капиталу</a>	4 414	<a href="#">мобильный ремонт техника</a>	304
<a href="#">ремонт бытовых техник мастерские</a>	4 128	<a href="#">ремонт телевизор</a>	293 189
<a href="#">бытовой мастерский ремонт техника</a>	4 025	<a href="#">ремонт сервис техника центр</a>	317
<a href="#">адреса ремонта бытовой техники</a>	3 902	<a href="#">бытовой холодильник ремонт</a>	1 893
<a href="#">мастерская +по ремонту бытовой техники</a>	3 808	<a href="#">объявление ремонт техника</a>	310
<a href="#">сервисный ремонт бытовой техники</a>	3 241	<a href="#">бытовой техника цена</a>	30 038
<a href="#">телефон ремонта бытовой техники</a>	3 241	<a href="#">ремонт сервис техника</a>	3 078
<a href="#">техник мелкого бытового ремонта</a>	3 204	<a href="#">бытовой мелкий техника</a>	10 402
<a href="#">ремонт мелкой бытовой техники</a>	3 204		
<a href="#">ремонт бытовой техники москва</a>	3 187		
<a href="#">центр +по ремонту бытовой техники</a>	2 871		
<a href="#">мастер +по ремонту бытовой техники</a>	2 851		

Рисунок 2.9 – Статистика запросов о ремонте бытовой технике в месяц

Судя по данной статистике запросов, ремонт бытовой техники пользуется большим спросом, в отличие от мелкой техники.

Далее рассмотрим динамику оценки истории запроса при помощи Яндекс.Wordstat о ремонте бытовой техники. На рисунке 2.10 представлена динамика оценки истории запроса о ремонте бытовой техники.

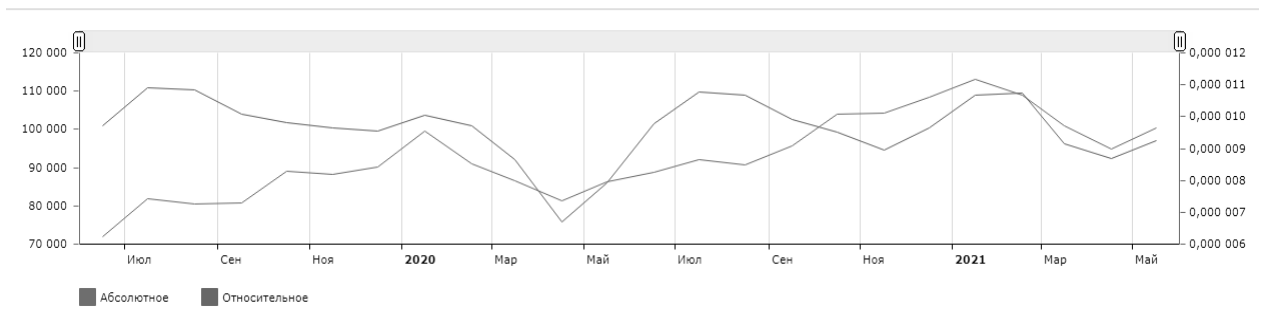


Рисунок 2.10 – Оценка истории запроса о ремонте бытовой техники

Проанализируем историю запросов при помощи Яндекс.Wordstat, интерес к услуге существенно изменяется. Серьезный спад наблюдался в мае 2020 года, но к июлю вновь повышается, далее немного изменяется постепенно снижаясь, затем вновь повышаясь.

Предоставим запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о статистике по запросам ремонта бытовой техники. На рисунке 2.11 представлена статистика ремонтов бытовой техники за последние 5 лет в Google Trends.

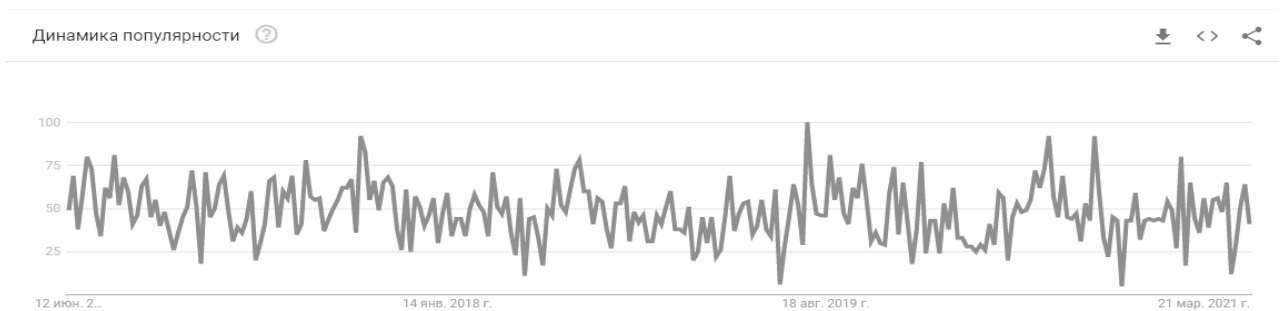


Рисунок 2.11 – Статистика ремонтов бытовой техники за последние 5 лет в Google Trends

По статистике сайта Google Trends при периодических изменениях спроса, понижение или подъем, в настоящее время динамика остается на прежнем уровне, если сравнивать с показателями 4 – 5 лет назад.

Предоставим вывод, о том, что ремонт бытовой техники все еще востребован для россиян и есть смысл создавать бизнес в данной инфраструктуре.



Практически в каждом доме существуют крупная бытовая техника, и вся эта техника имеет определенный срок эксплуатации данного оборудования. При значительной стоимости подобной техники, не многие потребители могут позволить купить новую бытовую технику, если их используемая техника сломалась.

От общих запросов теперь перейдем к более подробным. Для анализа статистики запросов будем использовать Яндекс.Wordstat. По запросу о ремонте телевизоров в Яндекс.Wordstat количество запросов соответствует 293 189 показам в месяц. На рисунке 2.12 представлена статистика по запросам Яндекс.Wordstat о ремонте телевизоров в месяц.

Что искали со словом «ремонт телевизоров» — 293 189 показов в месяц		Запросы, похожие на «ремонт телевизоров»	
Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>	Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">ремонт телевизоров</a>	293 189	<a href="#">сервис телевизор</a>	7 006
<a href="#">ремонт телевизоров +на дому</a>	37 451	<a href="#">мастерской телевизор</a>	5 884
<a href="#">ремонт телевизоров lg</a>	22 434	<a href="#">ремонт жк</a>	23 166
<a href="#">ремонт телевизоров самсунг</a>	18 166	<a href="#">мастер телевизор</a>	21 809
<a href="#">ремонт телевизоров +в москве</a>	12 614	<a href="#">телевизор сломаться</a>	8 761
<a href="#">ремонт жк телевизоров</a>	10 073	<a href="#">диагностика телевизор</a>	1 857
<a href="#">ремонт телевизоров цена</a>	9 518	<a href="#">сервисный центр телевизор</a>	10 200
<a href="#">ремонт телевизоров samsung</a>	8 978	<a href="#">ремонтировать телевизор</a>	2 089
<a href="#">сервисный ремонт телевизоров</a>	8 374	<a href="#">где отремонтировать телевизор</a>	1 785
<a href="#">ремонт подсветки телевизора</a>	8 279	<a href="#">отремонтировать телевизор</a>	8 510
<a href="#">ремонт телевизоров районе</a>	8 126	<a href="#">ремонт тв</a>	17 281
<a href="#">ремонт телевизоров +в спб</a>	7 586	<a href="#">телемастер вызов дом</a>	1 248
<a href="#">ремонт телевизоров адреса</a>	7 443		
<a href="#">мастер +по ремонту телевизоров</a>	7 200		
<a href="#">центр ремонта телевизоров</a>	7 182		
<a href="#">ремонт телевизоров филипс</a>	6 514		
<a href="#">телефон ремонта телевизоров</a>	5 659		
<a href="#">ремонт телевизоров недорого</a>	5 463		

Рисунок 2.12 – Статистика запросов о ремонте телевизоров в месяц

Проанализируем статистику запросов, можно сделать вывод, о том, что количество запросов о ремонте телевизоров относительно высокое.

Далее рассмотрим динамику оценки истории запроса при помощи

Яндекс.Wordstat о ремонте телевизоров. На рисунке 2.13 представлена динамика оценки истории запроса о ремонте телевизоров.

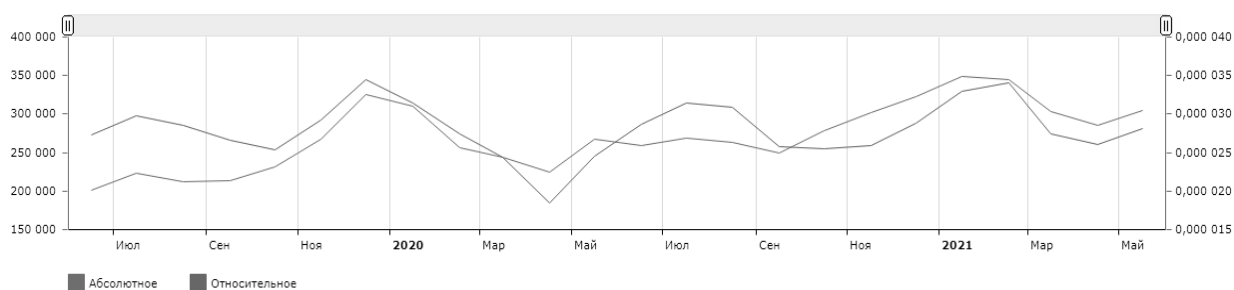


Рисунок 2.13 – Оценка истории запроса о ремонте телевизоров

В истории Яндекс.Wordstat спад интереса к услуге проявился в начале мая 2020 года. До этого примерно с начала июля 2019 года спрос был примерно одинаков с небольшим спадом и подъемом в последствии.

Далее необходимо проанализировать запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике по запросам ремонта телевизоров. На рисунке 2.14 представлена статистика ремонта телевизоров за последние 5 лет в Google Trends.



Рисунок 2.14 – Статистика ремонта телевизоров за последние 5 лет в Google Trends

Проанализируем статистику на сайте Google Trends можно сказать, о том, что на протяжении всего периода спрос колебался, то повышался, то незначительно понижался. Но к настоящему времени динамика данного спроса повысилась, при сравнении всего периода.

Новые телевизоры в настоящее время намного усовершенствованные. Данные телевизоры невозможно отремонтировать без специального оборудования. При том, что настройка и установка так же могут потребовать помощи грамотного специалиста. При этом телевизор есть практически в каждом доме. Из этого можно сделать вывод о востребованности услуги. Ремонт телевизоров – это одна из наиболее выгодных услуг, которая может принести хороший дополнительный заработок специалисту, который будет выполнять данную услугу.

Для анализа статистики запросов будем использовать Яндекс.Wordstat. По запросу ремонт холодильников Яндекс.Wordstat отображает 225 402 показа. На рисунке 2.15 представлена статистика по запросам Яндекс.Wordstat о ремонте холодильников в месяц.

Что искали со словом «ремонт холодильников» — 326 789 показов в месяц		Запросы, похожие на «ремонт холодильников»	
Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>	Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
<a href="#">ремонт холодильников</a>	326 789	<a href="#">стиральный машина ремонт</a>	376 978
<a href="#">ремонт холодильников +на дому</a>	74 156	<a href="#">мастер холодильник</a>	37 537
<a href="#">мастер +по ремонту холодильников</a>	17 908	<a href="#">купить холодильник</a>	967 064
<a href="#">ремонт холодильников выезд</a>	15 875	<a href="#">холодильник бирюса</a>	114 989
<a href="#">ремонт холодильников недорого</a>	15 819	<a href="#">ремонт стиральный машина дом</a>	64 271
<a href="#">центр ремонта холодильников</a>	13 075	<a href="#">запчасть холодильник</a>	46 553
<a href="#">ремонт холодильников +в москве</a>	13 075	<a href="#">стиральный ремонт</a>	402 018
<a href="#">ремонт холодильников +на дому недорого</a>	12 014	<a href="#">уплотнитель холодильник</a>	38 752
<a href="#">холодов ремонт холодильников</a>	9 597	<a href="#">мастер стиральный машина</a>	39 533
<a href="#">сервис ремонта холодильников холод сервис</a>	9 197	<a href="#">холодильник атлант</a>	254 764
<a href="#">ремонт холодильников быстро</a>	9 183	<a href="#">квартира купить</a>	13 689 752
<a href="#">ремонт холодильников сервис центр холод быстрый выезд</a>	9 140	<a href="#">пластиковый окно</a>	1 986 481
<a href="#">ремонт холодильников цены</a>	9 068	<a href="#">м видео 0</a>	1 179
<a href="#">ремонт холодильников выезд +на дом</a>	8 312	<a href="#">знакомство сайт</a>	3 102 212
<a href="#">ремонт холодильников область</a>	6 258	<a href="#">холодильный оборудование ремонт</a>	8 901
<a href="#">ремонт холодильников телефон</a>	6 123	<a href="#">цифровой тв</a>	160 578
<a href="#">ремонт холодильников атлант</a>	5 949	<a href="#">цифровой телевидение</a>	269 474
		<a href="#">натяжной потолок</a>	1 343 713

Рисунок 2.15 – Статистика запросов о ремонте холодильников в месяц

Проанализируем приведенную историю статистики запросов, можно сделать вывод, о том, что данное количество запросов немного выше, если сравнивать с количеством запросов о ремонте телевизоров. Следовательно, за исследуемый

период, большим спросом пользуется услуга по ремонту холодильников. Дополнительно так же присутствуют запросы по ремонту техники на дому, поиску специалиста и недорогой услуги.

Далее рассмотрим динамику оценки истории запроса при помощи Яндекс.Wordstat о ремонте холодильников. На рисунке 2.16 представлена динамика оценки истории запроса о ремонте телевизоров.

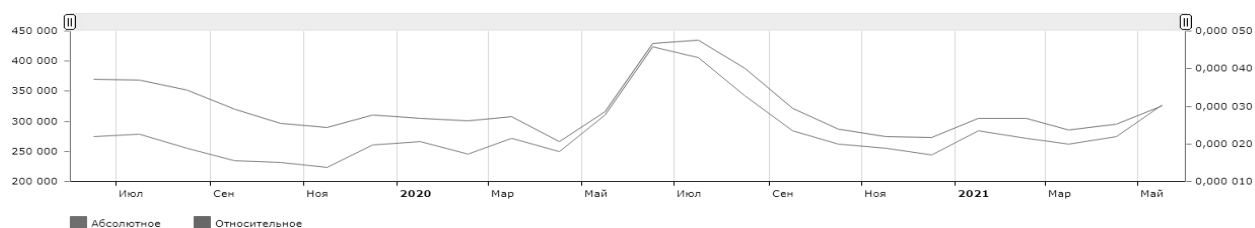


Рисунок 2.16 – Оценка истории запроса о ремонте холодильников

История запросов Яндекс.Wordstat демонстрирует увеличение спроса на данную услугу с начала июля 2020 года. Все остальное время по графику наблюдается примерно одинаковое состояние графиков.

Далее необходимо проанализировать запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике, о ремонте холодильников. На рисунке 2.17 представлена статистика ремонта холодильников за последние 5 лет в Google Trends.



Рисунок 2.17 – Статистика ремонта холодильников за последние 5 лет в Google Trends

Проанализируем данную статистику на сайте Google Trends можно сделать вывод, о том, что интерес к ремонту холодильников изменяется на протяжении

всего исследуемого периода, но в то же время сохраняется интерес к данной услуге.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что ремонты холодильников, будут считаться наиболее прибыльным бизнесом.

Для анализа статистики запросов будем использовать Яндекс.Wordstat. По запросу о ремонте стиральных машин Яндекс.Wordstat показал 376 978 запроса за месяц. На рисунке 2.18 представлена статистика по запросам Яндекс.Wordstat о ремонте стиральных машин в месяц.

Что искали со словом «ремонт стиральных машин» — 376 978 показов в месяц		Запросы, похожие на «ремонт стиральных машин»	
Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>	Статистика по словам	Показов в месяц <sup>?</sup>
ремонт стиральных машин	376 978	машинка ремонт стиральный	13 838
ремонт стиральных машин +на дому	63 599	дом машина стиральный	76 194
мастер +по ремонту стиральных машин	19 663	стиральный машина lg	327 546
ремонт стиральных машин недорого	18 028	замена машина стиральный	77 200
ремонт стиральных машин +на дому недорого	13 635	бытовой дом ремонт техника	2 181
ремонт стиральных машин +в москве	12 822	стиральный машина запчасть	90 709
ремонт стиральных машин индезит	11 233	холодильник ремонт	326 809
ремонт стиральных машин +своими руками	10 013	мастер стиральный машина	39 533
ремонт стиральных машин цены	8 348	стиральный мастер	44 369
ремонт стиральных машин бош	7 351	бытовой ремонт техника услуга	992
ремонт стиральных машин bosch	7 253	дом стиральный	81 391
ремонт стиральных машин lg	7 055		
ремонт стиральных машин район	6 770		
ремонт стиральных машин телефон	6 610		
ремонт стиральных машин самсунг	6 034		
ремонт стиральных машин +в спб	5 780		
сервисный ремонт стиральных машин	5 552		

Рисунок 2.18 – Статистика запросов о ремонте стиральных машин в месяц

Проанализируем статистику запросов, можно сделать вывод, о том, что количество запросов по услуге ремонта стиральных маши больше всех показателей услуг, анализируемых ранее, в частности таких как ремонт телевизоров и холодильников. В подобных запросах можно заметить указания брендов, а также потребителей интересует возможность ремонта техники на дому и недорого.

Далее рассмотрим динамику оценки истории запроса при помощи Яндекс.Wordstat о ремонте стиральных машин. На рисунке 2.19 представлена динамика оценки истории запроса о ремонте стиральных машин.

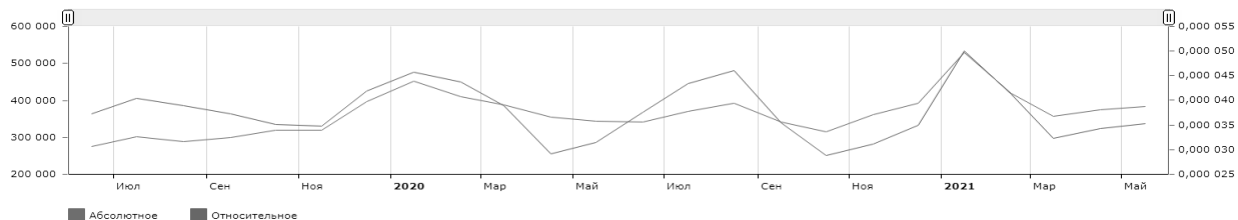


Рисунок 2.19 – Оценка истории запроса о ремонте стиральных машин

По истории запроса Яндекс.Wordstat наблюдается спад интереса в начале мая 2020 года и в начале ноября 2020 года. Все остальное время в исследуемом периоде наблюдается повышенный спрос на данные услуги.

Далее необходимо проанализировать запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике, о ремонте стиральных машин. На рисунке 2.20 представлена статистика ремонта стиральных машин за последние 5 лет в Google Trends

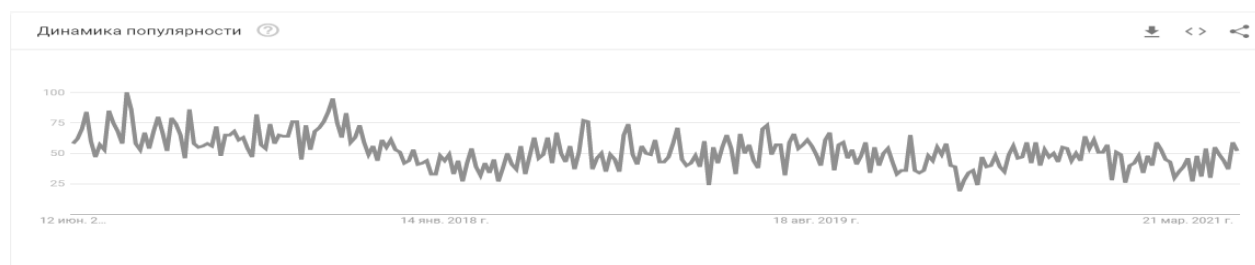


Рисунок 2.20 – Статистика ремонта стиральных машин за последние 5 лет в Google Trends

Проанализируем данную статистику на сайте Google Trends можно сделать вывод, о том, что уровень заинтересованности снизился с февраля 2018 года, но в августе 2018 года уже повысился. Анализируя данный график, можно сделать вывод, что далее за весь оставшийся период сохраняет стабильность.

За весь анализируемый период динамика спроса по ремонту бытовой техники остается стабильной. Спрос потребителей возрастает летом, и весной. А вот спад наблюдается в начале мая и ноября.

Далее необходимо проанализировать запросы при помощи Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике, необходимо представить, какое направление будет считаться наиболее выгодным, необходимо сопоставить статистики всех запросов. На рисунке 2.21 представлена статистика в динамике ремонта мелкой бытовой техники, ремонта бытовой техники, ремонта телевизоров, ремонта холодильников и ремонта стиральных машин за последние 5 лет в Google Trends

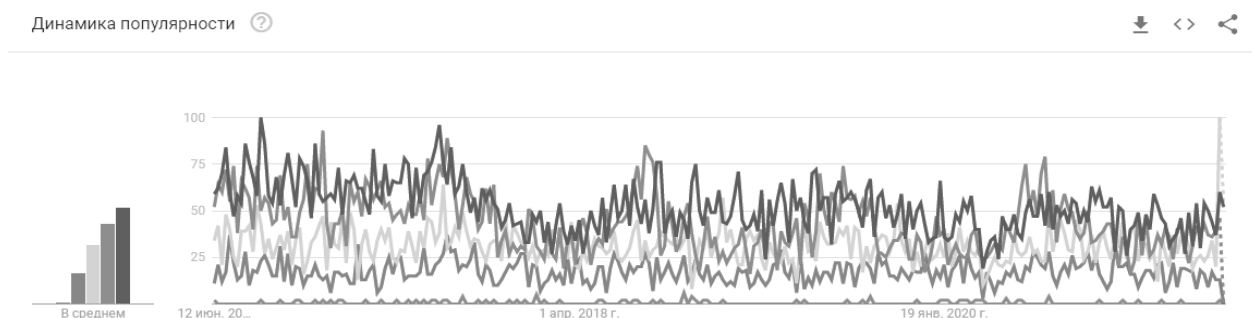


Рисунок 2.21 – Статистика в динамике ремонта техники за последние 5 лет в Google Trends

Синий график – ремонт мелкой бытовой техники;

Красный график – ремонт бытовой техники;

Желтый график – ремонт телевизоров;

Зеленый график – ремонт холодильников;

Фиолетовый график – ремонт стиральных машин.

Получилось, что самая востребованная услуга – это ремонт стиральных машин, но и услуга ремонт холодильников практически не отстает от предыдущего графика, далее лишь немного уступает по убыванию услуга

ремонту телевизоров. Редко используются общие запросы о ремонте бытовой техники и очень редко запросы о ремонте мелкой бытовой техники.

Далее предоставим статистику запросов при помощи Google Trends, и предоставим необходимые выводы о представленной статистике по регионам. На рисунке 2.22 представлена статистика в динамике охвата ремонта мелкой бытовой техники, ремонта бытовой техники, ремонта телевизоров, ремонта холодильников и ремонта стиральных машин за последние 5 лет в Google Trends по некоторым субрегионам России.



Рисунок 2.22 – Статистика в динамике по регионам России ремонта техники за последние 5 лет в Google Trends

При сравнении по некоторым субрегионам заметна востребованность узких запросов, таких как ремонт стиральных машин, это самый обширный из всех, далее идет ремонт холодильников, следом ремонт телевизоров, и самый наименьший интерес к общему запросу наименования услуги.

Услуги, которые больше всего пользуются спросом – это ремонты стиральных машин, холодильников и телевизоров.

На рисунке 2.23 – Представлена статистика производителей техники, которые наиболее часто требуют обращений в сервисные центры.



### % обращений в СЦ по части поломок СМ

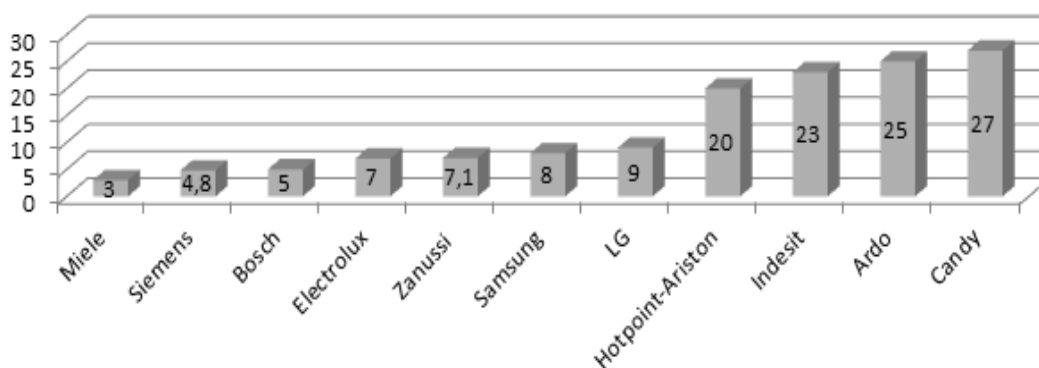


Рисунок 2.23 – Статистика производителей техники, которые наиболее часто требуют ремонта

В денежном обороте общий объем по ремонту бытовой техники уменьшился на 19,6%.

На рисунке 2.24 представлена статистика количества услуг по ремонту бытовой техники и электроники, в денежном эквиваленте, которые оказываются населению, в 2015 – 2020 годах, 2021 год, является прогнозным.

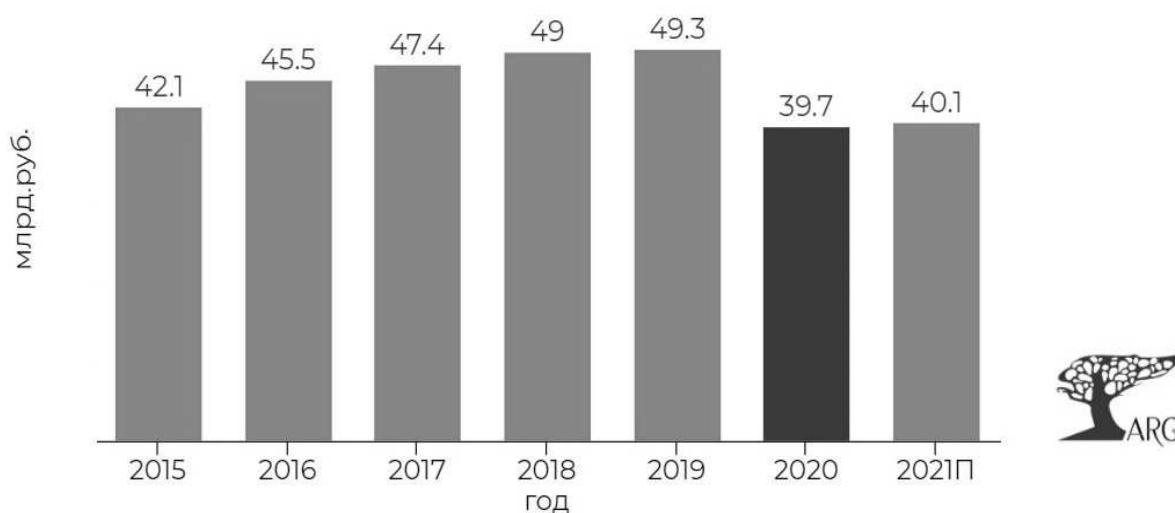


Рисунок 2.24 – Динамика объема услуг по ремонту бытовой техники и электроники, оказанных населению за 2015 – 2021 гг.

39,7 млрд. руб. – в данную сумму денежных средств оценивается общее количество услуг на исследуемом рынке по ремонту бытовой техники и электроники в 2020 году, за прошедший год общий объем снизился почти на 20%. Несмотря на отрицательную статистику последних лет, анализируя прошлые года рынок услуг по ремонту техники, стабильно повышался с каждым годом. По предварительному анализу, в 2021 году последует восстановление до 40,1 млрд. руб.

В 2020 году при анализе всех регионов РФ лишь 7 регионов предоставили положительную динамику. Высокий прирост отмечается в Тульской области, он является значением +56,2%, предельный спад наблюдается в Северной Осетии, его значение составляет – 64,5%. Наибольшая часть объема всего рынка неизменно достается Центральному Федеральному округу, и отображает значение равное 19,2% за 2020 год. В то же время он показал самое сильное понижение среди остальных макрорегионов, его значение составляет – 29,7%. Точно так же и со следующими по объему округами, например, в Приволжском округе спад составил 13,6%, в то время как в Уральском всего 8,8%.

Главным основанием, из-за которого потерпел спад рынок по ремонту бытовой техники, выражается в эпидемиологической ситуации во всем мире. Предположительно, уже в начале весны 2020-го года сообщалось о задержках поставок, комплектующих из Китая, который являлся очагом коронавируса, и, следовательно, о последующем повышении цен. С другой стороны, не говоря об общем снижении бизнес – активности видоизменялось и предложение в сегменте рынка данных услуг: более значимыми становились услуги частных специалистов, которые занимались ремонтом различной техники, чтобы получить дополнительный заработок. Следовательно, благодаря исследованию «Авито», можно сделать вывод, о том, что за период пандемии, заметно повысилась численность объявлений об услугах по оказанию ремонта разнообразной бытовой техники. Больше всего пользовались спросом, специалисты по ремонту

компьютерной техники, их число объявлений в период с января по октябрь, повысилось на 104%, если сравнивать с аналогичным периодом за 2019 год.

В последнее время в России замечается существенное повышение численности предприятий, которые работают в сфере сервисных услуг.

Проанализировав рынок сервисных услуг по регионам, можно сделать вывод о том, что лидирующее место по объему сервисных услуг достается Центральному Федеральному округу. Его часть составляет немного больше 29 % от общего объема страны. Это случается за счет эффекта масштаба рынка сервисных услуг Москвы и Московской области. Следом выступают Приволжский и Южный Федеральные округа, на долю которых доводится в совокупности 35 % рынка сервисных услуг. Сибирский Федеральный округ становится на четвертое место по объему предоставления сервисных услуг потребителям. Последнее место занимает Дальневосточный Федеральный округ на его долю приходится 25463 млн руб. [11].

### 2.3 Анализ исследования рынка сервисных услуг в г. Челябинск

Разнообразное современное оборудование и техника пользуются повышенным спросом среди покупателей. Данная техника дает возможность пользоваться новыми приборами, при выполнении повседневных задач и обязанностей в доме. Бытовая техника в настоящее время представлена в обширном ассортименте, что дает возможность выбирать всю необходимую технику, в соответствии, с описанными характеристиками. Вследствие этого любую квартиру или дом можно обустроить всей необходимой бытовой техникой, по желанию собственника.

Случаются ситуации, когда часть бытовой техники ломается, следовательно, справиться с некоторыми поломками самостоятельно, очень трудно. Вследствие этого некоторая часть потребителей отдадут предпочтение обратиться к профильным специалистам, которые помогут провести диагностику, а затем и

отремонтировать сломанную бытовую технику, если это конечно возможно. Следует отметить, что в сфере ремонта бытовой техники, присутствуют всевозможные услуги, которые предоставляются профессиональными специалистами.

Многие специалисты, которые работают в сфере ремонта бытовой техники, выделяют наиболее востребованные услуги. Данные услуги используются наиболее часто при сравнении с другими вариантами доступных работ от профессионалов. Вот некоторые из них:

– Диагностика. Специалисты обладают необходимыми инструментами и знаниями, чтобы провести полноценную диагностику каждой бытовой техники. Это даст возможность выявить все необходимые проблемы, которые присутствуют на момент осмотра.

– Ремонт телевизоров. Несмотря на прогресс и развитие интернет сетей, основная часть населения продолжают систематически смотреть телевизоры. Телевизоры наиболее часто подвергаются различным повреждениям, вследствие этого могут выйти из строя по разным причинам.

– Ремонт холодильников. Холодильники являются одними из самых важных видов бытовой техники, которые используются ежедневно. Вследствие этого любые неполадки в данном случае порождают дискомфорт и необходимость оперативно восстановить все необходимые функции для применения техники.

– Ремонт стиральных машин. Предоставленная техника позволяет справляться с большим количеством стирки вещей, следовательно, каждая поломка требует оперативного ремонта [10].

Для удержания прочных позиций в своей нише, повышения конкурентоспособности и поддержания стабильных продаж техники и услуг по ремонту техники необходимо регулярно анализировать рынок сервисных услуг.

Политические факторы оказывают воздействие на предприятие путем внесения изменений в законодательство, таких как, изменение правил торговли услугами, законе о защите прав потребителей, а также налогового режима)

Экономический фактор оказывает влияние на предприятие, в первую очередь, через уровень инфляции, что выражается в повышении цен на товары и услуги, и, следовательно, уменьшении уровня платежеспособности населения, что приведет к снижению спроса на технику и соответственно падению выручки.

Социальные факторы могут оказывать влияние на ассортимент и специфику сервисного центра. Для поддержания соответствующего уровня качества обслуживания руководству предприятия необходимо постоянно следить за новинками техники, включать в прайс новые дополнительные услуги. Все это необходимо для постоянного поддержания интереса у потребителя и соответствия его потребностям и возможностям [12].

Таким образом, можно сделать вывод, что предприятию для повышения конкурентоспособности необходимо:

1. Повысить квалификацию работников;
2. Для повышения спроса, необходимо внедрить программу лояльности как для новых клиентов, так и для тех, кто уже давно пользуется их услугами.

На данный момент сервисные центры занимают устойчивое положение на рынке и завоевывают доверие потребителей, поэтому основная задача предприятия не подводить своих будущих клиентов.

Но в то же время не стоит забывать и о постоянном дальнейшем развитии, так как многие конкуренты могут быть серьезно настроены на упорную борьбу.

Каждое предприятие неразрывно связано со средой, в которой оно функционирует. На его развитие оказывает влияние огромное количество факторов внутренней и внешней среды.

Структура поддержания расширенного сервисного центра обязана учитывать следующие особенности его образования и реализации:

- продуктовый ряд услуг расширенного сервиса динамичен и кроме заранее рассчитанных услуг может содержать проектные решения;
- спрос на услуги расширенного сервиса трудно прогнозировать, и компания–создатель обязана очень внимательно относиться к инвестициям, особенно в

новые активы, которые могут потребоваться в процессе исполнения;

– для осуществления данных услуг возможно привлечение всевозможного количества внешних предприятий, что требует хорошей координации и понимания, как работает рынок привлекаемых к исполнению услуг предприятия.

Клиент компании, приобретающий услуги расширенного сервиса, восприимчив к качеству их исполнения не менее, чем к качеству базового продукта и сервиса.

Поддержка данной ситуации должна включать в себя внятное понимание и следование внешним и внутренним стандартам, таких как:

- сроках обрабатывания запроса клиента;
- сроках и качестве осуществления услуги;
- скорости реакции и устранение претензий;
- правилах привлечения сторонних операторов [26].

Количество сервисных центров по ремонту техники в г.Челябинска насчитывается около 300.

Далее необходимо проанализировать запросы при помощи сайта Google Trends, и сделать выводы о представленной статистике, по ремонтам различной техники по Челябинской области. На рисунке 2.25 представлена статистика в динамике услуг по ремонту мелкой бытовой техники, ремонту бытовой техники, ремонту телевизоров, ремонту холодильников и ремонту стиральных машин за последние 5 лет в Google Trends по Челябинской области.

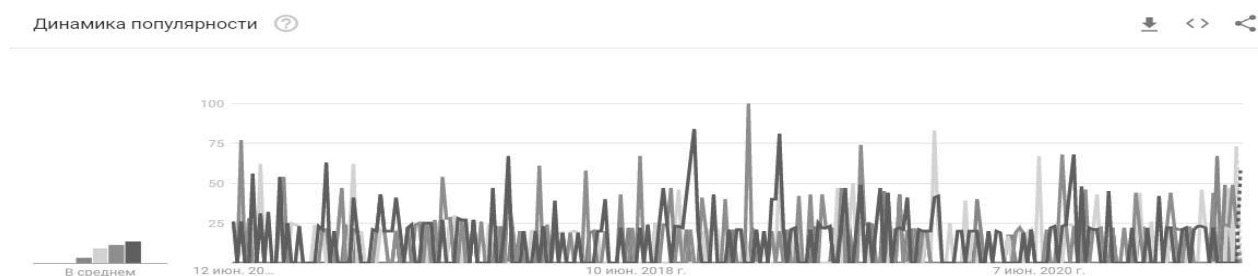


Рисунок 2.25 – Статистика в динамике услуг по ремонту техники за последние 5 лет в Google Trends по Челябинской области

Синий график – ремонт мелкой бытовой техники;

Красный график – ремонт бытовой техники;

Желтый график – ремонт телевизоров;

Зеленый график – ремонт холодильников;

Фиолетовый график – ремонт стиральных машин.

На данном графике можно заметить, что услуги по ремонту телевизоров, холодильников и стиральных машин находятся за весь анализируемый период практически на одном уровне. Периодически проскакивают повышенные спросы на ремонт стиральных машин, холодильников и очень редко телевизоров. В то время как общие запросы о ремонте бытовой техники и мелкой бытовой техники находятся значительно ниже всех ранее описанных услуг.

Проанализировав онлайн сайт ZOON.RU, можно сделать выводы о том, какие наиболее часто делают запросы о сервисных центрах по ремонту техники в г. Челябинске. Например, такие как:

В каких сервисных центрах г. Челябинска круглосуточный режим работы?

Следовательно, данный сайт, даст точный ответ о том, какие сервисные центры работают с графиком 24 часа в сутки: такие как, например, сервисный центр по ремонту стиральных машин Концепт, gembt74, а также сервисный центр на улице Миасс, 1.

В каком сервисном центре г. Челябинска самый высокий рейтинг?

Следовательно, данный сайт, даст ответ о том, какие сервисные центры, наиболее положительно оценили пользователи ZOON: это такие, как например, Балвер, РемРада, РБТ – Сервис74.

В каком сервисном центре г. Челябинска доступны акции и скидки в день рождения?

Сайт предоставит точный ответ, о том, где в свой день рождения можно получить скидку на услуги по ремонту техники – это в Ремстир.

Проанализировав некоторые статистики, можно с уверенностью сказать, о том, что сервисные центры по ремонту техники в г. Челябинске пользуются спросом.

Так же, можно выделить то, что в г. Челябинске их не единичное количество, а намного больше, следовательно, любой потенциальный потребитель, сможет подобрать для себя любой сервисный центр, который будет располагаться в удобном для него месте. А также где стоимость оказываемых услуг будет являться для него самой оптимальной или вовсе бесплатной, так как техника может быть сдана по гарантии.

#### Выводы по второму разделу

Для действующей рыночной экономики, важными считаются предприятия, которые пользуются спросом и доверием у потребителей, а так же те предприятия, которые стараются постоянно проводить модернизацию своей деятельности.

Успех занятости сервисного центра по ремонту бытовой техники повышается от полноценного исследования основных спросов потребителей на оказываемые услуги, а так же возможности оценивать качество осуществляемых работ в данном сервисном центре.

Проведя анализ исследования рынка сервисных услуг, можно сказать о том, что услуги по ремонту различной бытовой техники пользуются спросом.



### 3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

#### 3.1 Описание проекта для открытия сервисного центра «Космос» в г. Челябинск.

Данный проект предполагает открытие сервисного центра «Космос» в г. Челябинск.

Основной целью данного сервисного центра будет, создание дополнительного рынка услуг по ремонту бытовой техники, а также организации новых рабочих мест для населения.

Для открытия сервисного центра «Космос» необходимо взять в аренду помещение по адресу улица Молодогвардейцев, д.68Д. Сервисный центр будет располагаться вблизи развитой транспортной инфраструктуры, а также непосредственной близости от улиц пр. Победы, улицы Молодогвардейцев, улицы Бр. Кашириных, в паре остановок от нового микрорайона «ACADEM Riverside». Местоположение представлено на рисунке 3.1.

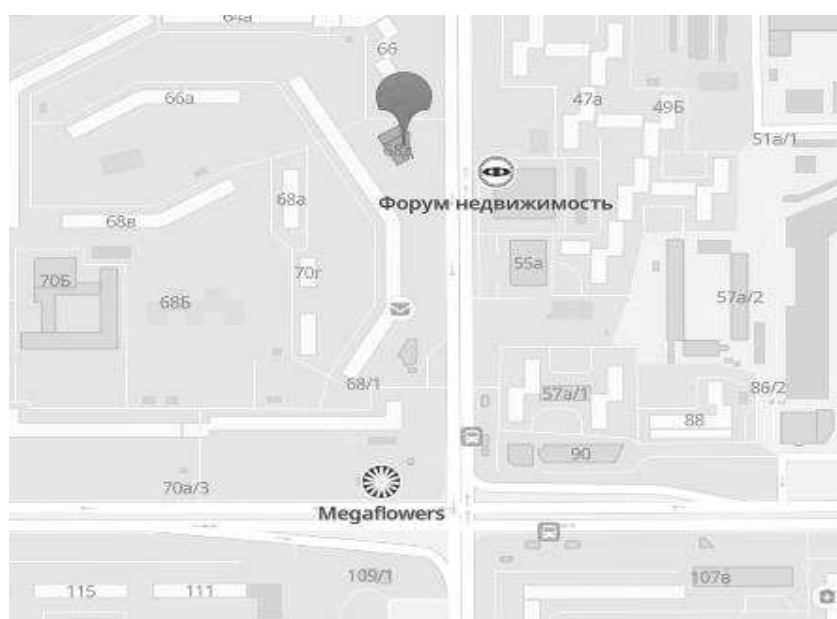


Рисунок 3.1 – Месторасположение сервисного центра

Площадь помещения: 65 кв.м.

Количество сотрудников: 5 человек.

Директор – принимает на себя руководство сервисным центром.

Организационно–правовая форма: ИП (индивидуальный предприниматель).

Система налогообложения: упрощенная система налогообложения (УСН) с процентной ставкой 6 %.

Так как новый сервисный центр «Космос» небольшой, то и организационная структура управления данным проектом будет линейной, она представлена на рисунке 3.2.

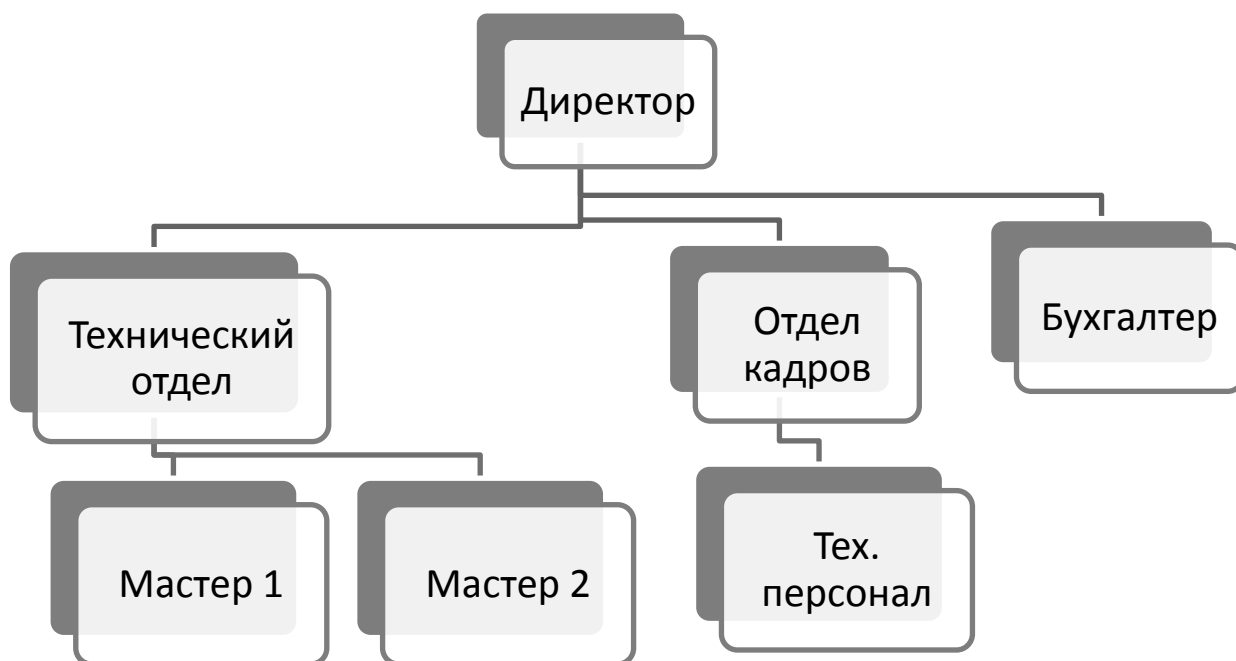


Рисунок 3.2 Схема организационной структуры управления проектом

В данном сервисном центре четко распределены полномочия и меры ответственности по каждой должности.

Директор – на эту должность назначается один человек, то есть, лицо, имеющее высшее профессиональное образование или среднее профессиональное образование, но главное, чтобы был стаж работы в данной сфере деятельности. Директор будет заниматься:

- оформлением документов, необходимых для осуществления деятельности;

– осуществлять организацию, планирование и координацию деятельности сервисного центра;

– осуществлять контроль над целесообразным применением материальных, финансовых и трудовых ресурсов, оценкой последствий производственной деятельности, а так же эффективности оказывать потенциальным потребителям необходимых видов услуг.

Главный бухгалтер – назначается один сотрудник, который составляет формы бухгалтерской отчетности, работает с банками и налоговой службой, проводит инвентаризацию, начисляет заработную плату всему рабочему персоналу.

Технический отдел – в данном отделе будут назначены два специалиста по ремонту бытовой техники. Квалифицированные мастера будут выполнять ремонтные работы различной мелкой и крупной бытовой техники.

Тех. персонал – в данном центре это уборщица, на должность которой, так же нанимаются два сотрудника, которые будут работать посменно. Занимается поддержанием чистоты в зале, служебных помещениях, а также при входе в сервисный центр.

В данном случае, разрабатываемое предприятие имеет отношение к сфере обслуживания клиентов, то время работы данного сервисного центра с 9.00 до 18.00.

Необходимо составить календарное планирование данного проекта.

Календарное планирование проекта – это утвержденный будущим руководством предприятия календарный план описываемого проекта. Основной целью которого, является получение точного и полноценного расписания проекта с учетом длительности работ на протяжении всего проекта.

Календарное планирование проекта рекомендует разделять планирование основных работ в несколько этапов:

- 1) подготовительный этап (прединвестиционный и инвестиционный);
- 2) этап реализации проекта – предполагающий запуск проекта и получение дохода от его реализации (эксплуатационный этап) [51].

В таблице 3.1 представлен календарный график проекта по каждому этапу.

Таблица 3.1 – Календарный график проекта

№ этапа	Наименование этапа	Дата начала	Дата окончания	Длительность этапа в днях
<b>1. Подготовительный этап</b>				
1.1	Регистрация ИП Сервисного центра «Космос»	01.09.2021	07.09.2021	6
1.2	Получение документации на разрешение открытия сервисного центра «Космос»	07.09.2021	09.09.2021	2
1.3	Подбор места для сервисного центра	09.09.2021	21.09.2021	12
1.4	Заключение договора аренды	21.09.2021	22.09.2021	4
1.5	Ремонт помещения	22.09.2021	04.10.2021	12
1.6	Покупка и установка необходимого оборудования для ремонта техники	30.09.2021	05.10.2021	5
1.7	Поиск и заключение договоров с поставщиками необходимых запчастей	01.10.2021	11.10.2021	10
1.8	Поиск и найм персонала на работу	05.10.2021	17.10.2021	12
1.9	Обучение персонала	17.10.2021	24.10.2021	7
1.10	Контрольные испытания перед открытием сервисного центра	24.10.2021	31.10.2021	7
<b>2. Этап реализации</b>				
2.1	Открытие сервисного центра «Космос»	01.11.2021	–	–
Итого длительность подготовительного этапа		–	–	77

Календарный график проекта показывает начало и окончание каждого этапа выполненных работ. Итоговая длительность подготовительного этапа составляет

77 дней, начиная с 1 сентября 2021 года заканчивая открытием сервисного центра «Космос» для клиентов 1 ноября 2021 года.

В период подготовительного этапа проводятся все необходимые работы, позволяющие своевременно, как и планировалось, торжественно открыть сервисный центр «Космос» для получения прибыли с дальнейшей окупаемостью данного проекта.

На основании предоставленной таблицы строится диаграмма Гантта, представлена в Приложении Б, на котором изображено начало и окончание работ по каждому этапу. Диаграмма Гантта демонстрирует, последовательное выполнение работ всего проекта [52].

Следующий этап планирования – определение потребности в финансировании проекта на каждом из этапов проект:

- первоначальные (единовременные) затраты;
- предварительные операционные затраты подготовительного периода (затраты на приращение оборотного капитала).

Потребности в финансировании, их стоимость и поставщики представлены ниже в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Расчет потребности в финансировании проекта

Наименование	Сумма	Поставщик
Единовременные затраты		
Оформление отделочных работ помещения	150 000	ООО СК «Армада»
Обучение персонала	30 000	ООО «Практикум групп»
Заработная плата	176 000	
Регистрация документов	2 000	Госуслуги
Торжественное открытие	20 000	Праздничное агентство «Красный апельсин»
Оборудование для ремонта техники	150 000	Ситилинк
Запас необходимых запчастей на первое время	100 000	М .Видео
Инвентарь для ремонта техники	75 000	ПРОКОНТАКТ

Окончание таблицы 3.2 – Расчет потребности в финансировании проекта

Столы	50 000	Икея
Компьютерное оборудование	140 000	Ситилинк
Шкаф для хранения инструментов	55 000	Икея
Шкафы для техники	40 000	Компания Клен
Стойка для зала	30 000	Компания Клен
Мебель для зала	100 000	Компания Клен
Оборудование сан.узла	35 000	Компания по продаже сан.техники
Установка оборудования и мебели	110 000	ООО «Академия строительства»
Орг. техника и кассовый аппарат	167 000	Ситилинк, онлайн касса «ВТБ»
Дверь входная	20 000	Икея
Оборудование для тех. Персонала	40 000	Икея, М.Видео
Итого единовременные затраты	1 340 000	
Затраты на приращение оборотного капитала		
Расходные материалы на месяц	100 000	«Лента», «Метро»
Комплект посуды для пользования персонала	25 000	Компания Клен
Текстиль для зала сервисного центра	35 000	Икея
Итого затрат на приращение оборотного капитала	160 000	
<b>ИТОГО ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ</b>	<b>1 500 000</b>	

Потребность в финансировании составляет 1,5 млн. рублей. Часть затрат, связанных с разработкой проекта, будет выполнена за счет собственных средств. Остальные средства планируется взять в кредит в банке под 12 процентов годовых. Строение финансирования проекта представлено ниже в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Строение финансирования проекта

Источник	Сумма, в руб.	Доля, в %	Условия
Собственные средства	500 000	33,34	
Кредит в банке	1 000 000	66,66	На год под 12% годовых
Итого	1 500 000	100	

Из таблицы 3.3 можно сделать вывод, что большая часть средств будет взята в кредит у банка под 12 процентов годовых. Период выплаты кредита будет составлять 1 год.

Итоговая потребность в финансировании составляет 1,5 млн. рублей, большая часть из которых составляет единовременные затраты проекта.

В данном случае, так как предполагается финансирование проекта из заемных источников, необходимо представить календарный график погашения кредита.

График погашения кредита с расшифровкой ежемесячного платежа, количеством процентов, суммой ежемесячного платежа приведен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – График погашения кредита

Дата	Ежемесячный платеж, руб	в т.ч.		Остаток по кредиту, руб
		основная сумма, руб.	Проценты, руб.	
01.09.2021	88 848,8	78 848,8	10 000,0	921 151,2
01.10.2021	88 848,8	79 637,3	9 211,5	841 513,9
01.11.2021	88 848,8	80 433,6	8 415,1	761 080,3
01.12.2021	88 848,8	81 238,0	7 610,8	679 842,3
01.01.2022	88 848,8	82 050,4	6 798,4	597 791,9
01.02.2022	88 848,8	82 870,9	5 977,9	514 921,1
01.03.2022	88 848,8	83 699,6	5 149,2	431 221,5
01.04.2022	88 848,8	84 536,6	4 312,2	346 684,9
01.05.2022	88 848,8	85 381,9	3 466,8	261 303,0
01.06.2022	88 848,8	86 235,8	2 613,0	175 067,2
01.07.2022	88 848,8	87 098,1	1 750,7	87 969,1
01.08.2022	88 848,8	87 969,1	879,7	0,0

Сумма ежемесячных выплат равна 88848,8 рублей при ставке 12 процентов. Переплата по кредиту составит 66 185,60 рублей. Общая сумма кредита составит 1 066 185,60 рублей.

Так как в данном проекте планируется приобретение основных средств, то их необходимо представить в виде таблицы 3.5 [53].

Таблица 3.5 – Потребность в основных средствах

Наименование	Цена	Кол-во	Сумма	Поставщик	Срок амортизации	Амортизация в месяц
Оборудование для ремонта техники	150 000	1	150 000	Ситилинк	3 года (36 мес.)	4 166,5
Инвентарь для ремонта техники	75 000	1	75 000	ПРОКОНТ АКТ	5 лет	1 250
Столы	50 000	1	50 000	Икея	5 лет	833
Компьютерное оборудование	140 000	1	140 000	Ситилинк	5 лет	2 333
Шкаф для хранения инструментов	55 000	1	55 000	Икея	5 лет (60 мес.)	916
Шкафы для техники	40 000	1	40 000	Компания Клен	3 года (36 мес.)	1 111
Стойка для зала	30 000	1	30 000	Компания Клен	3 года	833
Мебель для зала	100 000	1	100 000	Компания Клен	3 года	2 777
Орг. Техника	100 000	1	100 000	Ситилинк	5 лет	1 666
Кассовый аппарат	67 000	1	67 000	ВТБ	3 года	1 861
Оборудование для тех. Персонала	40 000	1	40 000	Икея, М.Видео	3 года	1 111
Оборудование сан. Узла	35 000	1	35 000	Компания по продаже сан. техники	10 лет (120 мес.)	291
Итого		13	882 000			19 148,5

Из таблицы 3.5 видно, что потребность в основных средствах для оборудования сервисного центра составляет 882 000 рублей, а их амортизация составит 78 500 рублей в год.

Для снабжения процесса предоставления и реализации услуг в сервисном центре нужно располагать определенной суммой оборотных средств (активов).

Оборотные средства – это средства, которые используются предприятием для реализации своей устойчивой деятельности, оборотные средства содержат в себе



производственные резервы анализируемого предприятия, незавершенное производство, запасы готовой и отгруженной продукции, дебиторскую задолженность, а также наличные деньги в кассе и денежные средства на счетах предприятия [54].

Форма расчета удельной потребности в оборотных средствах представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Удельная потребность в оборотных средствах

Наименование продукции	Расходные материалы, услуги	Цена, руб.	Удельная потребность	Стоимость, руб.	Поставщики
Диагностика	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Итого потребность			200	–
Ремонт холодильников	Инструменты	200	2	400	Ситилинк
	Работа специалиста	500	2	1000	–
	Итого потребность			1400	–
Ремонт грилей и мультипекарей	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–
Ремонт фенов	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–
Ремонт телефонов	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–
Ремонт увлажнителей	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–
Ремонт мясорубок и комбайнов	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–

Окончание таблицы 3.6 – Удельная потребность в оборотных средствах

Ремонт стиральных машин	Инструменты	200	2	400	Ситилинк
	Работа специалиста	500	2	1000	–
	Итого потребность			1400	–
Ремонт прочей мелкой техники	Инструменты	200	1	200	Ситилинк
	Работа специалиста	500	1	500	–
	Итого потребность			700	–

Потребность в оборотных средствах на обеспечение:

- Одной диагностики составляет 200 рублей;
- Одной услуги по ремонту холодильника составляет 1400 рублей;
- Одной услуги по ремонту грилей и мультипекарей составляет 700 рублей;
- Одной услуги по ремонту фенов составляет 700 рублей;
- Одной услуги по ремонту телефонов составляет 700 рублей;
- Одной услуги по ремонту увлажнителей составляет 700 рублей;
- Одной услуги по ремонту мясорубок и комбайнов составляет 700 рублей;
- Одной услуги по ремонту стиральных машин составляет 1400 рублей;
- Одной услуги по ремонту прочей мелкой бытовой техники составляет 700 рублей.

Прогнозируемая производственная мощность в год составит:

- Диагностика составляет 500 услуг;
- Ремонт холодильников составляет 140 услуг;
- Ремонт грилей и мультипекарей составляет 280 услуг;
- Ремонт фенов составляет 160 услуг;
- Ремонт телефонов составляет 200 услуг;
- Ремонт увлажнителей составляет 160 услуг;
- Ремонт мясорубок и комбайнов составляет 190 услуг;
- Ремонт стиральных машин составляет 120 услуг;
- Ремонт прочей мелкой техники составляет 380 услуг.

После выхода на полную производственную мощность, количество оказанных услуг по ремонту техники в каждый последующий год составит большее количество, чем в предыдущий год:

- Диагностика составляет 4600 услуг;
- Ремонт холодильников составляет 400 услуг;
- Ремонт грилей и мультитекарей составляет 500 услуг;
- Ремонт фенов составляет 350 услуг;
- Ремонт телефонов составляет 480 услуг;
- Ремонт увлажнителей составляет 370 услуг;
- Ремонт мясорубок и комбайнов составляет 540 услуг;
- Ремонт стиральных машин составляет 320 услуг;
- Ремонт прочей мелкой техники составляет 1250 услуг.

Деятельность сервисного центра связана с использованием трудовых, материальных и финансовых затрат. Необходимо учесть все затраты, возникающие на этапе реализации данного проекта (эксплуатационная фаза).

Существуют различные классификации текущих затрат, связанных с операционной деятельностью предприятия. В данном разделе примем за основу классификацию операционных затрат в зависимости от степени влияния на них объема производства, выделим условно–постоянные и условно–переменные затраты [55].

К условно–постоянным расходам сервисного центра «Космос» относятся все статьи затрат, которые не зависят от объема выпуска и реализации продукции. Большинство эксплуатационных расходов центра по своему характеру являются постоянными. К таким расходам относятся:

- коммунальные платежи;
- арендная плата;
- заработная плата (так как в сервисном центре принята окладная система оплаты труда);
- амортизация;

- затраты на рекламу;
- проценты по кредиту.

Заработная плата всех сотрудников данного сервисного центра будет, имеет форму оклада и представлена в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Заработная плата сотрудников

Должность	Кол-во сотрудников	Заработная плата в месяц, руб.	Заработная плата в год, руб.
Директор	1	36 000	432 000
Мастер 1	1	30 000	360 000
Мастер 2	1	30 000	360 000
Бухгалтер	1	27 000	324 000
Уборщица	1	15 000	180 000
Итого	5	138 000	1 596 000

Всего в функционировании сервисного центра «Космос» будет задействовано 5 человек, общая заработная плата которых будет составлять 133 000 рублей в месяц.

Общая сумма постоянных затрат по проекту рассчитывается в таблице 3.8, которая в последующем будет, учитывается при расчете себестоимости продукции [56].

Таблица 3.8 – Общие постоянные затраты проекта

Статья затрат	Сумма в месяц, руб.	Сумма в год, руб.
Коммунальные платежи	16 840	202 080
Аренда помещения	45 000	540 000
Заработная плата	138 000	1 596 000
Амортизация	19 148,50	229 782
Проценты по кредиту	5 515,45	66 185,40
Интернет	2 000	24 000
Материалы	364 250	4 371 000
Итого	590 753,95	7 029 047,40

Факторы риска, которые имеют значение для открытия данного сервисного центра:

- Поломка дорогостоящего устройства при ремонте. Повышать квалификацию, улучшать техничку оснащённость, доносить до клиентов риски ремонта и подписывать с клиентами договор, с соответствующим пунктом;

- Высокая конкуренция, снижающийся спрос. Выполнять взятые обязательства в срок, повышать уровень сервиса, увеличить маркетинговый бюджет;

- Кража. Установить сигнализацию, особо ценные предметы хранить в сейфовом шкафу;

- Низкое качества сервиса. Персонал нужно обучить обслуживать клиентов, контролировать с помощью контрольных закупок (тайных покупателей).

Как их исправить, если они появятся или не допустить их в дальнейшей работе данного сервисного центра. Необходимо разработать маркетинговый план действий для данного сервисного центра.

Маркетинг сервисного центра включает в себя все мероприятия, которые направлены на привлечение клиентов. В него входит: создание концепции кофейни, проработка интерьерных решений, а также планирование рекламных мероприятий.

Маркетинговый план является очень важным разделом. Для его написания необходимо провести маркетинговые исследования, результаты которых и должны быть представлены в данном пункте [56].

Целью маркетингового раздела данного бизнес-плана является то, как рассчитываемый бизнес предполагает взаимодействовать с рынком данных услуг и реагировать на обстановку, которая складывается в нём, чтобы реализовать сбыт товаров и услуг.

При составлении данного плана необходимо представить:

- обоснование цены проекта (товаров, работ, услуг);

- анализ конкурентов;

– анализ покупателей.

Необходимо обосновать цену основных услуг данного сервисного центра.

В рамках данного проекта оптимальным будет определение среднерыночной стоимости товаров, опираясь на конкуренцию на рынке услуг по ремонту техники.

В таблице 3.9 представлены рыночные цены стоимости услуг конкурентов, предоставляющих схожий вид деятельности без учета материалов и запчастей, а также выведена средняя рыночная стоимость на данные виды услуг, предоставляемых в сервисных центрах.

Таблица 3.9 – Определение среднерыночной стоимости услуг сервисного центра

Наименование услуги	Стоимость услуги в сервисном центре «Подебус»	Стоимость услуги в сервисном центре «DNS»	Среднерыночная стоимость услуги
Диагностика	600	600	600
Ремонт холодильников	2 300	2 200	2 250
Ремонт грилей и мультipeкарей	1 900	1 800	1 850
Ремонт фенов	1 200	1 200	1 200
Ремонт телефонов	2 000	1 800	1 900
Ремонт увлажнителей	1 000	1 100	1 050
Ремонт мясорубок и комбайнов	1 500	1 600	1 550
Ремонт стиральных машин	2 200	2 100	2 150
Ремонт прочей мелкой техники	1 400	1 400	1 400

Определив, среднерыночную стоимость услуг на ремонт различной техники, на примере стоимости услуг у конкурентов, тем не менее не стоит забывать о том, что цену рекомендовано устанавливать на основании средней цены между ценами

конкурентов и собственной себестоимостью, а точнее необходимо варьировать ее между этими двумя показателями.

Необходимо рассчитать совокупные переменные затраты для сервисного центра «Космос». Расчет совокупных переменных затрат представлен в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Расчет совокупных переменных затрат

Наименование услуги	Стоимость услуги, руб.	Количество услуг, шт.	Общая сумма, руб.
Диагностика	200	4 600	920 000
Ремонт холодильников	1 400	400	560 000
Ремонт грилей и мультитекарей	700	500	350 000
Ремонт фенов	700	350	245 000
Ремонт телефонов	700	480	336 000
Ремонт увлажнителей	700	370	259 000
Ремонт мясорубок и комбайнов	700	540	378 000
Ремонт стиральных машин	1 400	320	448 000
Ремонт прочей мелкой техники	700	1 250	875 000
Итого:	7 200	8 810	4 371 000

По данной таблице можно сделать вывод, что совокупные переменные затраты (AVC) составляют 4 371 000 рублей.

Следовательно, далее необходимо предоставить рациональную цену на услуги, которые будут предоставляться в сервисном центре «Космос». В таблице 3.11 представлен расчет себестоимости по каждой услуге которая предоставляется в данном центре.

Удельные постоянные затраты:  $2\,718\,047,5 / 8\,810 = 310$  рублей

Таблица 3.11 – Расчет себестоимости услуг

Наименование услуги	Удельные переменные затраты	Удельные постоянные затраты	Себестоимость продукции
Диагностика	200	310	510
Ремонт холодильников	1 400	310	1 710
Ремонт грилей и мультipeкарей	700	310	1 010
Ремонт фенов	700	310	1 010
Ремонт телефонов	700	310	1 010
Ремонт увлажнителей	700	310	1 010
Ремонт мясорубок и комбайнов	700	310	1 010
Ремонт стиральных машин	1 400	310	1 710
Ремонт прочей мелкой техники	700	310	1 010

Сопоставляя расчетную величину себестоимости и максимально возможную рыночную цену, предприниматель сервисного центра может самостоятельно определить конечную цену продажи услуги. В таблице 3.12 приведен расчет рациональной цены и цены у конкурентов на услуги, предоставляемые в сервисных центрах.

Таблица 3.12 – Определение цен на услуги проекта

Наименование	Себестоимость продукции	Средняя цена конкурентов
Диагностика	510	600
Ремонт холодильников	1 710	2 250
Ремонт грилей и мультipeкарей	1 010	1 850
Ремонт фенов	1 010	1 200
Ремонт телефонов	1 010	1 900
Ремонт увлажнителей	1 010	1 050
Ремонт мясорубок и комбайнов	1 010	1 550
Ремонт стиральных машин	1 710	2 150
Ремонт прочей мелкой техники	1 010	1 400

В таблице 3.13 прописана рациональная стоимость услуг на ремонт крупной и мелкой бытовой техники в сервисном центре «Космос».



Таблица 3.13 – Рациональная стоимость услуг на ремонт техники в сервисном центре «Космос»

Наименование услуги	Стоимость услуг в сервисном центре «Космос»
Диагностика	600
Ремонт холодильников	2 200
Ремонт грилей и мультipeкарей	1 700
Ремонт фенов	1 200
Ремонт телефонов	1 700
Ремонт увлажнителей	1 200
Ремонт мясорубок и комбайнов	1 400
Ремонт стиральных машин	2 100
Ремонт прочей мелкой техники	1 300

Важным моментом в анализе конкурентов сервисного центра, является нахождение ближайших предприятий, предлагающих такие же виды услуг [59].

В среднем по городу Челябинску по статистике находится порядка 300 сервисных центров. Для анализа конкурентоспособности необходимо взять сервисные центры, которые будут, находятся в нескольких остановках от нашего сервисного центра «Космос». Выберем сервисные центры «Подебус» и «DNS».

Необходимо определить потенциальных конкурентов, описать и провести их сравнение по ряду признаков, основных критериев в таблице 3.14.

Здесь следует обратить внимание на ценовую категорию, а также на услуги, пользующиеся большим или меньшим спросом. Полученная информация поможет сделать вывод о конкурентоспособности открываемого сервисного центра.

Анализ будет проводиться, опираясь на двух потенциальных конкурентов на основании количественной оценки с помощью пятибалльной шкалы, где 1 – очень плохо, 2 – плохо, 3 – удовлетворительно, 4 – хорошо, 5 – очень хорошо.

Таблица 3. 14 – Анализ конкурентов

Критерии	«Подебус»	«DNS»	«Космос»
Расположение	4	5	5
Наличие парковки	4	5	5
Цена услуги по ремонту	4	4	5
Качество ремонта	4	5	5
Интерьер	3	4	5
Ассортимент услуг оказываемых в сервисных центрах	5	5	5
Реклама	3	5	4
Узнаваемость	4	5	4
Подготовленность персонала	4	4	5
Итого:	35	42	43

Посчитав и проанализировав все показатели вместе, можно сделать вывод о том, что положение сервисного центра «Космос» в целом считается конкурентоспособным, так как значение общей суммы баллов составляет немного больше, чем у других конкурентов. Также можно сказать, что основным конкурентом на данный момент, можно будет считать сервисный центр «DNS», так как его общее значение показателя конкурентоспособности лишь немного уступает нашему сервисному центру.

На рисунке 3.3 представлен многоугольник конкурентов [61].

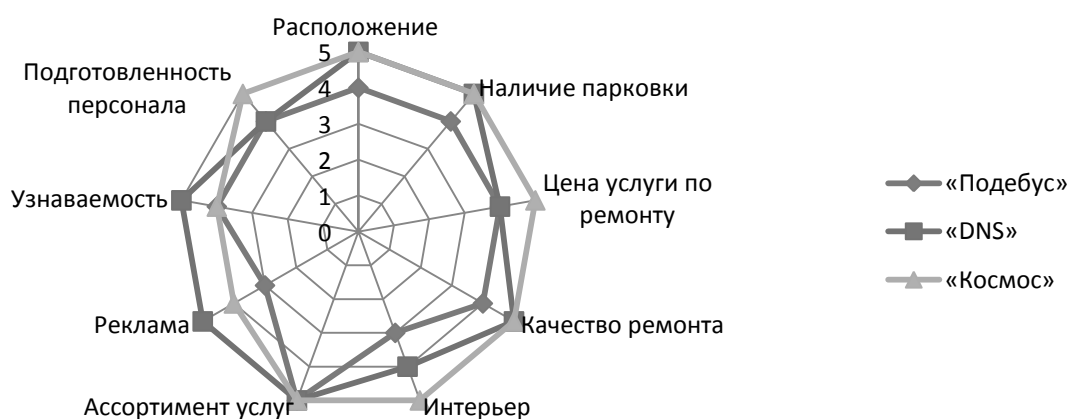


Рисунок 3.3 – Многоугольник конкурентов

Далее нам необходимо провести анализ потребителей, которым будут оказываться услуги по ремонту техники.

Главная цель данного этапа предоставит прогноз выручки от осуществления услуг данного проекта:

- применяя метод AID (Automatic interaction detection) предоставить характеристику потенциального потребителя услуги;
- применяя метод опроса (интервьюирования), данные статистики и пр. определить объем потребности потребителей [60].

Для установления более точной характеристики потенциального потребителя услуги применяется метод AID, описание которого представлено в Приложении В.

По данной схеме можно определить, что потенциальными клиентами сервисного центра будут люди в возрасте от 20 до 40 лет. Создаваемый сервисный центр ориентирован, прежде всего, на потребителя со средним уровнем дохода, которые испытывают потребность в предоставлении качественных услуг рассматриваемого сегмента рынка.

В целом большинство потенциальных клиентов — это работающие люди и студенты.

Проведя опрос, большинство опрошенных потенциальных клиентов предпочитают не искать сервисный центр в другом районе города, а просто прийти в ближайший центр и получить необходимый вид услуги. Для большинства клиентов, главным критерием является качество обслуживания сервисного центра, а также грамотно проведенный ремонт различной бытовой техники.

Необходимо спрогнозировать объем реализации продукции проекта в таблице 3.15.

Таблица 3.15 – План продаж с учетом окончательной цены

Наименование услуги	Цена одной услуги	Количество о услуг за год (прогнозный период)	Всего выручка за год (прогнозный период)	Количество услуг за год (при выходе на полную мощность)	Всего выручка за год (при выходе на полную мощность)
Диагностика	600	500	300 000	4600	2 760 000
Ремонт холодильников	2 200	140	308 000	400	880 000
Ремонт грилей и мультипекарей	1 700	280	476 000	500	850 000
Ремонт фенов	1 200	160	192 000	350	420 000
Ремонт телефонов	1 700	200	340 000	480	816 000
Ремонт увлажнителей	1 200	160	192 000	370	444 000
Ремонт мясорубок и комбайнов	1 400	190	266 000	540	756 000
Ремонт стиральных машин	2 100	120	252 000	320	672 000
Ремонт прочей мелкой техники	1 300	380	494 000	1250	1 625 000
<b>ИТОГО</b>		<b>2 130</b>	<b>2 820 000</b>	<b>8810</b>	<b>9 223 000</b>

По данной таблице можно сделать вывод о выручке за весь год, при выходе на полную мощность. Выручка составляет 9 223 000 рублей.

Доля услуги в общем объеме продаж представлены на рисунке 3.4.

- Диагностика
- Ремонт грилей и мультипекарей
- Ремонт телефонов
- Ремонт мясорубок и комбайнов
- Ремонт прочей мелкой техники
- Ремонт холодильников
- Ремонт фенов
- Ремонт увлажнителей
- Ремонт стиральных машин

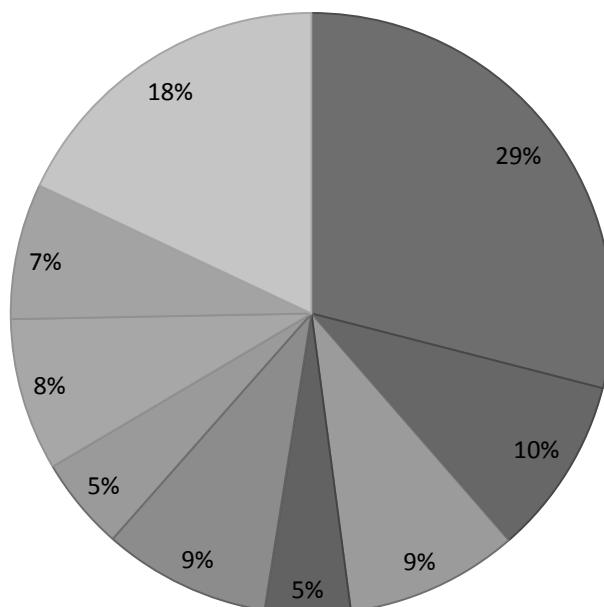


Рисунок 3.4 – Доля услуги в общем объеме продаж, %

Далее предоставим финансовый план данного проекта.

Финансовый план представляет полную картину ожидаемых финансовых результатов деятельности предприятия при осуществлении проекта. В результате составления финансового плана будет дана полная картина о том, сколько средств нужно израсходовать на формирование проекта и когда бизнес начнет приносить доход [62].

Используя расчетные данные, полученные в плане маркетинга, формируется форма № 2 (отчет о финансовом результате по проекту). Отчет о финансовом результате проекта представлен в таблице 3.16.

Таблица 3.16 – Отчет о финансовом результате проекта, руб

Статья	2021	2022	2023	2024
Выручка от продажи услуг (за минусом НДС)	2 256 000	7 378 400	12 800 450	16 378 400
Производственная себестоимость проданной продукции	719 411,25	4 316 467,5	4 560 780	5 150 140
Валовая прибыль	1 536 588,75	3 961 932,5	8 239 670	11 228 260
Управленческие расходы	100 358,33	602 150	602 150	602 150
Прибыль (убыток от продаж)	1 436 230,42	3 359 782,50	7 637 520	10 626 110
Прибыль (убыток) до налогообложения	1 436 230,42	3 359 782,50	7 637 520	10 626 110
Текущий налог на прибыль (6% УСН)	86 173,82	201 586,95	458 251,20	637 566,60
Чистая прибыль (убыток) отчетного периода	1 350 056,59	3 158 195,55	7 179 268,80	9 988 543,40

Проект будет запущен в ноябре 2021 года, соответственно на полную производственную мощность выйдет только в 2022 году. Предполагается, что выручка в последующих рассматриваемых прогнозных периодах будет увеличиваться. В 2023 и 2024 годах выручка и чистая прибыль, соответственно так же будут увеличиваться.

### 3.2 Расчет показателей эффективности инвестиционного проекта

Для того, чтобы понять будет ли выгодным и целесообразным разрабатываемый проект, необходимо поставить задачу о расчете интегральных показателей экономической эффективности. Вследствие того, что финансовые последствия проекта будут получены через определенные промежутки времени после его запланированного запуска. В данном случае эффективным будет проведение процедуры дисконтирования денежных потоков разрабатываемого

проекта, в данном случае, необходимостью привести стоимость ожидаемых денежных потоков к текущему моменту времени [63].

На основании проведенных ранее расчетов составляется итоговая таблица, отражающая движение денежных средств на каждом периоде. Отдельно формируются потоки операционной деятельности, включающие в себя выручку по проекту, себестоимость, налоговые выплаты. Формируются потоки инвестиционной деятельности, предполагается, что инвестиционная деятельность будет только в подготовительном периоде в 2021 году. И в заключении формируются потоки финансовой деятельности. Отчет о движении денежных средств по проекту («cash flow») представлен в таблице 3.17.

Далее составляется отчет о движении денежных средств по проекту.

Таблица 3.17 – Отчет о движении денежных средств

	Подготовительный период, руб.	Этап реализации (год), руб.		
	2021	2022	2023	2024
<b>Операционный поток</b>				
Выручка по проекту	2 256 000	7 378 400	12 800 450	16 378 400
Себестоимость без амортизации	980 450	3 150 450	5 120 480	7 250 750
Налоговые выплаты	35 861,66	215 170	350 450	430 740
Итого условный операционный денежный поток	239 688,34	4 012 780	7 329 520	8 696 910
<b>Инвестиционный поток</b>				
Затраты на приобретение активов	1 340 000			
Приращение чистого оборотного капитала	160 000			
Итого инвестиционный денежный поток	1 500 000			
<b>Финансовый поток</b>				

Окончание таблицы 3.17 – Отчет о движении денежных средств

Поступление денежных средств на проект	1 500 000			
Выплаты процентов	35 237,40	30 947,90	0	0
Выплата основного долга	320 157,70	679 842,40	0	0
Итого денежный поток от финансовой деятельности	1 144 604,90	679 842,40	679 842,40	679 842,40

Самые важные показатели оценки инвестиционного проекта – это доходность, рентабельность и окупаемость данного разрабатываемого проекта. Для оценки эффективности инвестиционного проекта применяют пять основных методов [19]:

1. образованные на дисконтировании, позволяют рассчитать показатели:

- чистая текущая стоимость (чистый приведенный эффект) (NPV);
- индекс рентабельности инвестиций (PI);
- внутренняя норма рентабельности инвестиций (IRR);

2. образованные на учетных оценках, позволяют рассчитать показатели:

- срок окупаемости проекта (PP);
- коэффициент эффективности инвестиций (ARR).

Расчет интегральных показателей экономической эффективности проекта [64].

Для разработки данного проекта использовались собственные средства и заемные. Для расчета ставки дисконтирования используется сокращенная формула Фишера (6):

$$r = \text{уровень инфляции} + \text{премия за риск} + \text{номинальная ставка}, \quad (6)$$

Инфляция составляет 4,9 процента; премия за риск составляет 7 процентов;



минимальная доходность по депозитам 6 процентов. Ставка дисконтирования:

$$r = 4,9 + 7 + 6 = 17,9\%$$

Проведем расчеты интегральных показателей с целью отражения положения предполагаемого предприятия.

Чистый приведенный доход NPV отражает нам эффективность вложения в инвестиционный проект. Рассчитаем NPV по формуле (7) [65]:

$$NPV = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{S_t}{(1+r)^t}, \quad (7)$$

где  $n$  – период, в течение которого проект будет существовать;

$S_t$  – сальдо денежных потоков от операционной деятельности в периоде  $t$ ;

$r$  – ставка дисконтирования;

$I_0$  – первоначальные инвестиции.

Подставив значения в формулу (7), получим:

$$\begin{aligned} NPV &= -1500000 + \left( \frac{239688,34}{(1+0,179)^1} + \frac{4012780}{(1+0,179)^2} + \frac{7329520}{(1+0,179)^3} + \frac{8696910}{(1+0,179)^4} \right) = \\ &= 105663727 \end{aligned}$$

Размер чистого приведенного дохода составляет 10 566 372,7 рублей. Это является положительным значением и позволяет признать проект экономически целесообразным и эффективным с точки зрения инвестора.

Далее в данной работе рассчитаем чистый доход (NV) по формуле (8):

$$NV = \sum_{i=1}^T CF_i - \sum_{i=1}^T I_t \quad (8)$$

где CF – денежные поступления в период t;

$I_0$  – первоначальные инвестиции.

Подставив необходимые значения в формулу (8), получим значение:

$$NV = 239688 + 4012780 + 7329520 + 869610 - 1500000 = 18778898,3$$

Недисконтированный индекс доходности (PI). Индекс доходности рассчитывается по формуле (8):

$$PI = \frac{NV}{I_0} + 1, \quad (8)$$

где NV – сумма чистого дохода;

$I_0$  – инвестиции.

Подставив значения в формулу (8), получим:

$$PI = \frac{18778898,3}{7029047,40} + 1 = 3,6$$

Так как значение PI больше 1, то данный разрабатываемый инвестиционный проект принимается для дальнейшего инвестиционного анализа.

Что бы определить дисконтированный индекс доходности (DPI), используется формула (9):

$$DPI = \frac{\sum_{t=0}^n \frac{S_t}{(1+r)^t}}{I_0} + 1, \quad (9)$$

Подставив необходимые значения в формулу (9), получим значение:

$$DPI = \frac{\left( \frac{239688,34}{(1+0,179)^1} + \frac{4012780}{(1+0,179)^2} + \frac{7329520}{(1+0,179)^3} + \frac{8696910}{(1+0,179)^4} \right)}{7029047,4} + 1 = 2,50$$

Индекс доходности составляет 8,044, то есть, каждый вложенный рубль принесет 8,044 рубля. Индекс доходности больше единицы, отсюда следует, что проект стоит принимать.

Формула расчета нормы рентабельности инвестиций (IRR) имеет следующий вид (10) [66]:

$$IRR = r_1 + \frac{NPV(r_1)}{NPV(r_1) - NPV(r_2)} \cdot (r_2 + r_1), \quad (10)$$

где  $r_1$  – ставка дисконтирования, которая даёт положительное значение NPV;

$r_2$  – ставка дисконтирования, которая даёт отрицательное значение NPV;

$NPV(r_1)$  – положительное значение NPV;

$NPV(r_2)$  – отрицательное значение NPV.

Для данного расчета необходимо рассчитать  $NPV(r_2)$ :

$$\begin{aligned} NPV(r_2) &= -1500000 + \frac{239688,34}{(1+1,022)^1} + \frac{4012780}{(1+1,022)^2} + \frac{7329520}{(1+1,022)^3} + \frac{8696910}{(1+1,022)^4} = \\ &= -397914,311 \end{aligned}$$

Подставив полученные значения в формулу (10), получим значение:

$$IRR = 17,9 + \frac{10566372,7}{10566372,7 - (-397914,311)} \cdot (102,2 - 17,9) = 99,14\%$$

Далее рассчитаем норму прибыли (ARR) по формуле (11):

$$ARR = \frac{\left(\frac{\sum ЧП}{n}\right)}{I_0} \cdot 100\%, \quad (11)$$

Подставив значения в формулу 12, можно получить прибыль.

$$ARR = \frac{\left(\frac{1350056,59 + 3158195,55 + 7179268,8 + 9988543,4}{4}\right)}{1500000} = 361,26\%$$

где ЧП – среднегодовая чистая прибыль по проекту;

n – количество периодов;

I<sub>0</sub> – первоначальные инвестиции.

Теперь рассчитаем простой срок окупаемости по формуле (12) [69].

$$PP = \frac{IC}{CF}, \quad (12)$$

где IC – сумма инвестиций в проект;

CF – планируемая ежегодная прибыль.

Подставив значения в формулу (12), получим:

$$PP = \frac{1500000}{3158195,55} = 0,47$$

По данным расчета, простой срок окупаемости PP составил 0,47, что соответствует примерно 6 месяцам.

Далее необходимо оценить риски данного проекта. Самой главной целью анализа риска, является необходимость в определении вероятности наступления и возможного ущерба от рискованного события.

Необходимо рассчитать точку безубыточности для данного проекта. Данная точка безубыточности рассчитывается для того чтобы показать какое количество услуг необходимо оказать, чтобы у предприятия не было убытков, но в данном случае и прибыли у предприятия не будет [68].

Точка безубыточности рассчитывается по каждой отдельной услуге или по общему объему продаж.

При расчете безубыточности в натуральном выражении по каждой отдельной услуге и, спользуется формула (13):

$$BEPe\partial = \frac{TFC}{(P - VC)}, \quad (13)$$

где TFC – общие постоянные затраты;

P – цена продукции;

VC – переменные затраты в единице продукции;

(P – VC) – маржинальная прибыль единицы продукции.

Если рассчитывается безубыточность (в натуральном выражении) по каждому объему продаж в целом, то используется формула (14):

$$BEPe\partial\partial = \frac{BB \cdot TFC}{(BB - TVC)}, \quad (14)$$

где BB – валовая выручка;

TVC – общие переменные затраты;

(BB – TVC) – маржинальная прибыль.

Помимо точки безубыточности в данном пункте необходимо также рассчитать запас финансовой прочности (формула 15), который показывает, насколько можно снизить плановый объем продаж до безубыточного состояния [70]:

$$ЗПФ = \frac{(ВВ - ВЕР)}{ВВ} \cdot 100\%, \quad (17)$$

где ВВ – валовая выручка.

Данные для расчета точки безубыточности объединены и представлены в таблице 3.18.

Таблица 3.18 – Исходные данные для расчета точки безубыточности

Наименование	Цена услуги (Р), руб	Переменные затраты на ед. продукции (VC), руб	Объем продаж, шт.
Диагностика	600	200	4 600
Ремонт холодильников	2 200	1 400	400
Ремонт грилей и мультipeкарей	1 700	700	500
Ремонт фенов	1 200	700	350
Ремонт телефонов	1 700	700	480
Ремонт увлажнителей	1 200	700	370
Ремонт мясорубок и комбайнов	1 400	700	540
Ремонт стиральных машин	2 100	1 400	320
Ремонт прочей мелкой техники	1 300	700	1 250

При этом доля каждого вида услуг в общей выручке составит:

$$y_1 = (600 \cdot 4600) / 7\,378\,400 = 33 \%$$

$$y_2 = (2200 \cdot 400) / 7\,378\,400 = 8 \%$$

$$y_3 = (1700 \cdot 500) / 7\,378\,400 = 9 \%$$

$$y_4 = (1200 \cdot 350) / 7\,378\,400 = 4,4 \%$$

$$y_5 = (1700 \cdot 480) / 7\,378\,400 = 7,6 \%$$

$$y_6 = (1200 \cdot 370) / 7\,378\,400 = 4\%$$

$$y_7 = (1400 \cdot 540) / 7\,378\,400 = 9 \%$$

$$y_8 = (2100 \cdot 320) / 7\,378\,400 = 6 \%$$

$$y_9 = (1300 \cdot 1250) / 7\,378\,400 = 19 \%$$

Таким образом, точка безубыточности для каждого вида услуг составит:

$$BE1 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,33 / (600 - 200) = 2\,243 \text{ шт.}$$

$$BE2 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,08 / (2200 - 1400) = 272 \text{ шт.}$$

$$BE3 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,09 / (1700 - 700) = 245 \text{ шт.}$$

$$BE4 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,044 / (1200 - 700) = 240 \text{ шт.}$$

$$BE5 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,076 / (1700 - 700) = 207 \text{ шт.}$$

$$BE6 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,04 / (1200 - 700) = 218 \text{ шт.}$$

$$BE7 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,09 / (1400 - 700) = 350 \text{ шт.}$$

$$BE8 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,06 / (2100 - 1400) = 233 \text{ шт.}$$

$$BE9 = 2\,718\,047,5 \cdot 0,19 / (1300 - 700) = 861 \text{ шт.}$$

Следовательно, чтобы перекрыть все постоянные и переменные затраты, сервисному центру необходимо провести диагностики и ремонты равные данным значениям, которые приведены в таблице 3.19.

Таблица 3.19 – Результаты расчета точки безубыточности сервисного центра

Наименование	Количество услуг, шт.
Диагностика	2 243
Ремонт холодильников	272
Ремонт грилей и мультитекарей	245
Ремонт фенов	240
Ремонт телефонов	207
Ремонт увлажнителей	218
Ремонт мясорубок и комбайнов	350
Ремонт стиральных машин	233
Ремонт прочей мелкой техники	861

Чтобы провести анализ безубыточности в денежном выражении, необходимо суммировать переменные расходы по каждому виду продукции. Сумма общих переменных затрат составит 7 200 рублей.

Точка безубыточности для данного сервисного центра составит:

$$BEP = 2\,718\,047,5 / (7\,378\,400 - 7200) \cdot 7\,378\,400 = 2\,720\,702,42$$

Запас финансовой прочности равен:

$$\text{ЗФП} = (7\,378\,400 - 2\,718\,047,5) / 7\,378\,400 \cdot 100\% = 63,16\%$$

Так как данное значение больше 50%, предприятие будет чувствовать себя в безопасности.

Итоговые данные оценки инвестиционной привлекательности проекта представлены в таблице 3.20.

Таблица 3.20 – Итоговые оценки инвестиционной привлекательности проекта

Показатель	Значение
Объем продаж, ед	8 810
Валовая выручка, руб.	7 378 400
Совокупные переменные затраты, руб. (AVC)	4 371 000
Совокупные постоянные затраты, руб.(TFC)	2 718 047,51
Чистый доход (NV), руб.	18 778 898,31
Норма прибыли (ARR), %	361,26
Недисконтированный срок окупаемости (PB), лет	0,47 (примерно 6 мес.)
Недисконтированный индекс доходности (PI), руб./руб.	3,6
Чистый дисконтированный доход (NPV), (руб.)	10 566 372,71
Дисконтированный индекс доходности (DPI), доли	2,50
Дисконтированный период окупаемости (DPB), лет	1,85 (примерно 23 месяца)
Внутренняя норма прибыли (IRR), %	99,14
Точка безубыточности, (BEP) в руб.	2 720 702,42
Запас финансовой прочности, %	63,16%

Следовательно, по расчетам данной таблицы, можно сделать вывод о том, что запас финансовой прочности анализируемого сервисного центра составляет 63,16 %. Это означает, что сервисный центр в безопасности во время такой ситуации.

В разработке данного проекта развития сервисного центра «Космос» было выявлено, что данная сфера деятельности является выгодной для предпринимателя в условиях рынка Челябинска и Челябинской области.

Необходимо провести оценку рисков данного проекта, данная оценка рисков призвана предусмотреть все трудности на пути развития деятельности сервисного



центра и избежать различных неблагоприятных ситуаций. Основное количество проблем в данной сфере деятельности предсказуемы и совершаются из-за неосведомленности или недооценки. Следовательно, так же существуют положительные риски, которые благоприятно влияют на развитие предлагаемого проекта [67].

В таблице 3.21 представлены основные группы рисков, вероятность и последствия их наступления.

Таблица 3.21 – Описательный анализ рисков

Риск	Вероятность наступления события	Последствия
<b>Экономические</b>		
Рост цен на запчасти для ремонта техники	высокая	Снижение прибыли
Недостаток денежных средств	средняя	Увеличение кредитов или снижение объемов производства
<b>Технические</b>		
Поломки дорогостоящего оборудования для ремонта техники	средняя	Некачественное функционирование оборудования
<b>Коммерческие</b>		
Уменьшение спроса на услуги	средняя	Уменьшение выручки
Появление новых конкурентов	Средняя	Уменьшение спроса
<b>Социальные</b>		
Платежеспособность покупателя	Низкая	Снижение спроса на оказываемые услуги в сервисном центре

В данной экономической ситуации самый высокий риск – это рост цен на запчасти для ремонта техники, что приведет к снижению прибыли. Недостаток

денежных средств оказывает среднюю степень риска. Так как стоимость закупаемых запчастей, инструментов и материалов для ремонта увеличиваются в стоимости, необходимо будет искать новых поставщиков и брать кредиты, если это потребуется.

Технические риски данного проекта имеют среднее значение. Из за поломки дорогостоящего оборудования для ремонта техники, последствия будут такими, что оборудование будет некачественно функционировать или вообще будет, необходима его замена.

Коммерческие риски имеют среднее значение, они связаны с конкуренцией. Необходимо поддерживать качество оказываемых услуг на высоком уровне, чтоб иметь возможность лидировать в конкурентной борьбе за клиента.

Социальные риски имеют низкое значение. Если платежеспособность населения снизится, следовательно, пойдет снижение спроса на услуги, которые оказываются в данном сервисном центре.

### 3.3 Мероприятия по улучшению деятельности предприятия и повышения его инвестиционной привлекательности

Маркетинговый прием – ценовая политика. Для повышения потока посетителей необходимо употребить как общее снижение цен всего ассортимента услуг сервисного центра «Космос». Повышение выручки с большим успехом компенсирует потери в цене за счет урезания части условно постоянных расходов в структуре цены.

Основной целью маркетинга сервисного центра, являются рекламные мероприятия, которые увеличивают прибыль от вложенных денежных средств.

Реклама сервисного центра предоставляет потенциальным потребителям информацию об оказываемых услугах, а так же о скидках и акциях, которые проводятся в данном сервисном центре [58].

Основная цель рекламы сервисного центра, является поддержание и повышение потока посетителей в рекламируемый центр, отличающийся от других подобных сервисных центров разумными ценами, качественным ремонтом различной техники и достойным обслуживанием.

Для рекламы сервисного центра основным является, использование средств массовой информации и разработанную печатную продукцию, с собственным логотипом.

Осуществляя рекламу в сервисном центре, не желательно забывать и об устной рекламе. Что касемо, рекламы в устной форме, прежде всего, следует стараться предоставить больше внимания потенциальным клиентам, пришедшим в сервисный центр «Космос».

Если клиент будет доволен, проведенным качеством услуги по ремонту техники, то он обязательно расскажет об этом некоторым друзьям и знакомым.

В рекламе всегда должна быть представлена новая идея и оригинальность проводимых мероприятий.

На рисунке 3.4 представлена статистика того, где предприятия малого бизнеса распространяют рекламу [74].

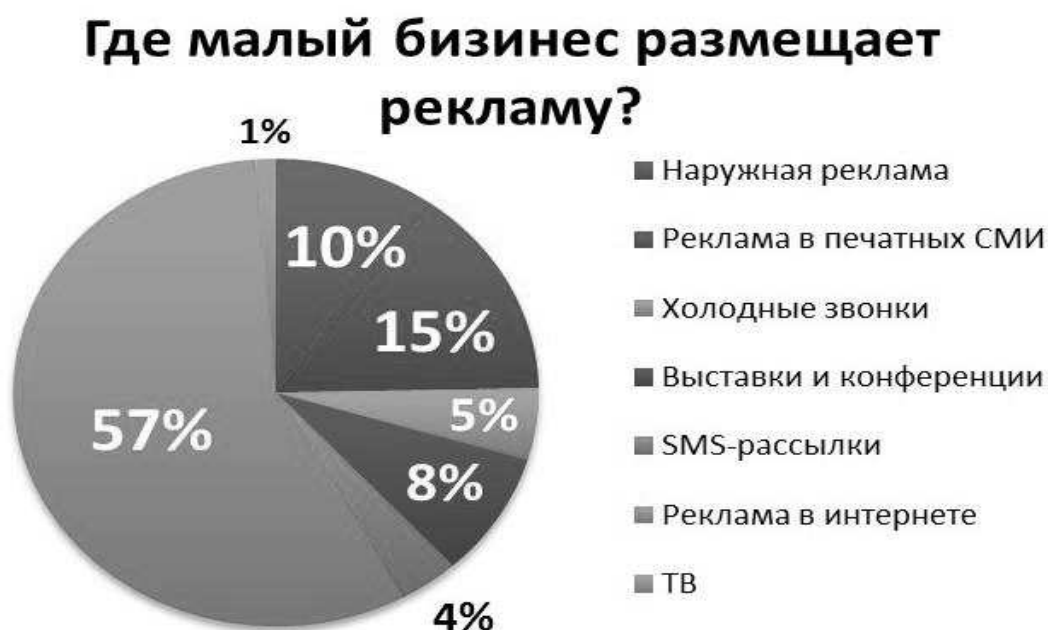


Рисунок 3.5 – Статистика расположения рекламы

В таблице 3.22 приведены рекламные мероприятия, которые необходимо ввести в данный проект.

Таблица 3.22 – Рекламные мероприятия вводимые в данный проект

Пути продвижения	Цена, руб	Количество	Цена, руб.
Реклама на баннерах	6 620	10 штук, которые будут расположены в радиусе 10–15 км, от сервисного центра	66 200
Изготовление брошюр–реклам	3,37	3 000 штук, для распространения в местах скопления людей	10 110
Реклама в интернет–источниках	19 000	Распространение информации на интернет–страницах поисковой системы Яндекс, которые пользуются большим спросом.	19 000
Итого:			95 310

Рекламу на баннерах будет изготавливать компания «Широкоформатная печать Баннер ОК в Челябинске» [70].

Изготовлением брошюр–реклам, будет заниматься оперативная онлайн–типография «100 макетов» [72].

Рекламой в интернет – источниках, будет заниматься Агентство интернет–маркетинга «Синапс» в Челябинске [73].

Можно сделать вывод о том, что на рекламные мероприятия необходимо будет, затратить 95 310 рублей в квартал. Это необходимо для того, чтобы больше людей узнали о работе нового сервисного центра «Космос», из разных источников информации.

Реклама на баннерах повысит узнаваемость сервисного центра «Космос», а также прибыль от данного введенного мероприятия увеличится на 15 %.

Распространение изготовленных брошюр–реклам повысит узнаваемость и приход потенциальных потребителей, следовательно прибыль от данного мероприятия увеличится на 5%.

Реклама на интернет–страницах поисковой системы Яндекс, увеличит спрос на услуги сервисного центра «Космос», следовательно и повысит прибыльность данного сервисного центра на 30%.

Чистая прибыль в год: 3 158 195,55 рублей.

Прибыль за 1 квартал будет составлять примерно: 789 548,88 рублей

Если вычесть из прибыли за 1 квартал затраты на рекламные мероприятия, у нас останется сумма прибыли равная:  $789\,548,88 - 95\,310 = 694\,238,88$  рублей

При вложении денежных средств в рекламу на баннерах, общая сумма чистой прибыли с течением времени и действием рекламы, может увеличиться на 15%.

$694\,238,88 \cdot 15\% = 104\,135,83$  рублей.

В данном случае сумма чистой прибыли с учетом всех вычетов на расходы будет равна: 798 374,72 рубля

При вложении денежных средств в распространение брошюр–реклам, общая сумма чистой прибыли от данного мероприятия может увеличиться на 5%.

$694\,238,88 \cdot 5\% = 34\,711,94$  рубля.

В данном случае сумма чистой прибыли с учетом всех вычетов на расходы будет равна: 728 950,82 рублей.

При вложении денежных средств в интернет–рекламу, общая сумма чистой прибыли от данного мероприятия может увеличиться на 30%.

$694\,238,88 \cdot 30\% = 208\,271,66$  рубль.

В данном случае сумма чистой прибыли с учетом всех вычетов на расходы будет равна: 902 510,54 рублей.

Общая сумма прибыли от данных мероприятий будет составлять: 347 119,43 рублей за 1 квартал.

Следовательно, после введения данных рекламных мероприятий, данная сумма увеличивает чистую прибыль, но еще так же и окупает вложенные денежные средства в данную рекламу.

Далее представим изменение показателей конкурентоспособности после реализации предложенных мероприятий в таблице 3.23.

Таблица 3.23 – Анализ конкурентов

Критерии	«Подебус»	«DNS»	«Космос»
Расположение	4	5	5
Наличие парковки	4	5	5

Окончание таблицы 3.23 – Анализ конкурентов

Цена услуги по ремонту	4	4	5
Качество ремонта	4	5	5
Интерьер	3	4	5
Ассортимент услуг оказываемых в сервисных центрах	5	5	5
Реклама	3	5	5
Узнаваемость	4	5	5
Подготовленность персонала	4	4	5
Итого:	35	42	45

В данной таблице добавились значения коэффициентов, на такие критерии как: «Качество рекламы» и «Узнаваемость».

Посчитав и проанализировав все вместе с новыми показателями, можно сделать вывод о том, что положение сервисного центра «Космос» изменилось, после введенных мероприятий, общее количество баллов стало выше. Данный сервисный центр, так и остался считаться конкурентоспособным, так как значение общей суммы баллов составляет немного больше, чем у других конкурентов.

На рисунке 3.4 представлен измененный многоугольник конкурентов, после внедренных мероприятий по улучшению качества рекламы и повышению узнаваемости сервисного центра "Космос".

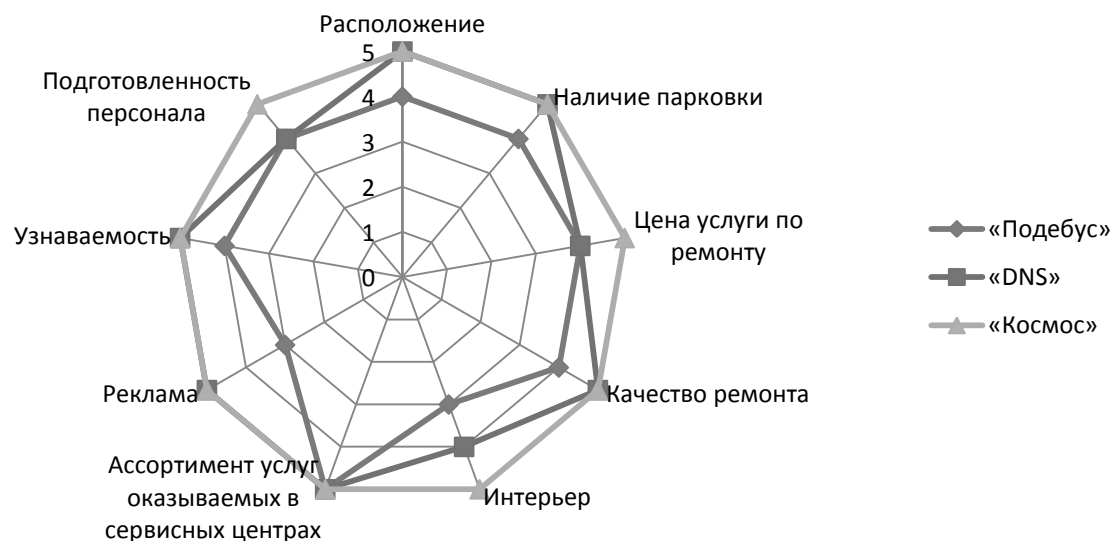


Рисунок 3.4 – Измененный многоугольник конкурентов

Мероприятия по улучшению деятельности сервисного центра «Космос», так же могут быть и следующие, кроме основных предложенных услуг по ремонту различной техники, можно так же начать предлагать обширный ассортимент дополнительных услуг, которые так же увеличат рентабельность данного сервисного центра. Это могут быть услуги такие как: профилактика ремонта бытовой техники, продажа запасных частей для техники по распродаже. В качестве бонусов можно предлагать скидки на крупные заказы, привилегии, ускоренные сроки работы, а так бесплатную диагностику в подарок, если потенциальные потребители услуг будут ремонтировать свою технику в данном сервисном центре [75].

В таблице 3.24 представлены мероприятия для повышения инвестиционной привлекательности сервисного центра «Космос» при предоставлении дополнительной услуги по профилактике ремонта бытовой техники.

Таблица 3.24 – Планируемые мероприятия для повышения инвестиционной привлекательности

Пути продвижения	Цена, руб
Профилактика ремонта бытовой техники	200

Далее рассчитаем экономическую эффективность от введенных мероприятий.

Мероприятие по профилактике ремонта бытовой техники при стоимости услуги 200 рублей.

В нашем случае, возьмем 2022 год, когда сервисный центр вышел на полную мощность, по количеству оказанных услуг.

В данном случае общее количество оказанных ремонтов по различной бытовой технике составляет 8 810 услуг за весь 2022 год.

Если каждый потенциальный клиент, согласится провести профилактику по ремонту бытовой техники дополнительно к стоимости ремонта, то экономическая эффективность от данного мероприятия принесет прибыль.

Всего прибыль от введенного мероприятия составит:

Общее количество услуг за 2022 год · стоимость вводимого мероприятия.

Прибыль от мероприятия = 8 810 услуг · 200 рублей = 1 762 000 рублей.

Чистая прибыль за 2022 год = 3 158 195,55 рублей.

Сумма чистой прибыли за 2022 год с учетом прибыли от введенного мероприятия = 3 158 195,55 + 1 762 000 = 4 920 195,55 рублей.

Следовательно, после введения данных мероприятий, сумма чистой прибыли увеличивается, это значит, что руководство сервисного центра «Космос» получит больше прибыли за счет реализованных мероприятий.

#### Выводы по третьему разделу

В данном разделе инвестиционного проекта приведена работа по составлению организационного плана, с целью предоставления информации о предприятии и подробного описания всей сути разрабатываемого проекта.

Следовательно, далее был представлен план маркетинга в части определения среднерыночной стоимости услуг проекта, анализ ближайших конкурентов и потенциального потребителя, для которых будут проводиться услуги сервисного центра «Космос».



В плане производства был представлен технологический процесс предоставления услуг и обоснована потребность в основных и оборотных средствах. В финансовом плане дано полное описание основных ожидаемых финансовых результатов данного проекта. Проведен анализ рисков разрабатываемого проекта и сделаны выводы по их управлению.

В заключение третьей главы дано описание мероприятий по улучшению деятельности данного сервисного центра «Космос». Основным маркетинговым ходом, является реклама сервисного центра, которая при благоприятных условиях ее действия будет увеличивать прибыль от проведенных мероприятий. А так же введение дополнительной услуги по профилактике ремонта бытовой техники, так же будет приносить прибыль руководству сервисного центра «Космос».

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подвергая рассмотрению инвестиционную привлекательность предприятия, важно помнить, что при ее формировании высокое значение имеют различные факторы. Такие как внутренние и внешние.

К внешним факторам причисляют законодательство в сферы инвестиций, возможности региона, в котором действует данное предприятие, а также экономические значимости данной отрасли и т.д. К внутренним факторам имеют отношение, такие как система управления организацией, навыки управленческой команды, состояние оборудования предприятия, финансовая стабильность и пр.

Также в данной работе были проанализированы разнообразные методы оценки инвестиционной привлекательности предприятия.

Основными методиками инвестиционной привлекательности предприятия можно считать:

1. Метод дисконтированных денежных потоков;
2. Оценка на основе анализа факторов внешнего и внутреннего воздействия;
3. Семифакторная модель;
4. Интегральная оценка на основе внутренних показателей;
5. Комплексная оценка.

Основной целью для проектируемого предприятия, является необходимость проявить себя на рынке данных услуг, а так же заполучить часть рынка в данной сфере деятельности. Главной особенностью нового предприятия должна стать возможность по предоставлению услуг более высокого качества и по приемлемым ценам, а так же расширенный ассортимент услуг.

Разработав данный инвестиционный проект, можно сделать вывод, о том, что открытие сервисного центра «Космос» будет весьма рентабельным делом, и реализация проекта по открытию сервисного центра «Космос» является экономически целесообразным.

Рассчитав и проанализировав все показатели можно сделать выводы, что данный проект будет являться достаточно результативным.

Помещение сервисного центра будет небольшим, весь персонал центра будет высококвалифицированным, способствуя этим хорошему и качественному обслуживанию потенциальных клиентов.

На открытие сервисного центра необходимо затратить 1 500 000 рублей.

Открытие сервисного центра состоится в ноябре 2021 года.

В 2022 – 2024 годах выручка и чистая прибыль, соответственно так же будут увеличиваться.

Всего в функционировании кофейни будет задействовано 5 человек, общая заработная плата которых будет составлять 1 176 000 рублей в год. С учетом страховых отчислений в годовой фонд оплаты труда необходимо выделить 1 519 920 рублей.

Посчитав и проанализировав все показатели вместе, можно сделать вывод о том, что положение сервисного центра «Космос» в целом считается конкурентоспособным, так как значение суммы баллов вместе составляет чуть больше, чем у других конкурентов. Также можно сказать, что основным конкурентом, можно считать сервисный центр «DNS», так как его общее значение показателя конкурентоспособности лишь немного уступает сервисному центру «Космос».

Чистая прибыль 2021 года оставляет 1 350 230,42 рубля.

Чистая прибыль 2022 года, при выходе на полную мощность, по обороту услуг в данном сервисном центре составляет 3 158 195,55.

Следовательно, в последующие отчетные периоды чистая прибыль сервисного центра «Космос», так же будет увеличиваться, и приносить хороший доход руководству сервисного центра.

Размер чистого приведенного дохода составляет 10 566 372,7 рублей. Это является положительным значением и позволяет признать проект экономически целесообразным и эффективным с точки зрения инвестора.

Индекс доходности составляет 8,044, то есть, каждый вложенный рубль принесет 8,044 рубля. Индекс доходности больше единицы, отсюда следует, что проект стоит принимать.

Точка безубыточности для данного сервисного центра «Космос» составляет 2 720 702,42 рублей.

Данный проект имеет достаточно большой запас финансовой прочности, значение данного показателя составляет 63,16, следовательно, больше 50 %.

Проект наиболее чувствителен к изменению валовой выручки, что может произойти вследствие изменения цены и спроса, которые необходимо контролировать.

После введения мероприятий по улучшению деятельности сервисного центра «Космос», в данном случае сумма чистой прибыли за 2022 год с учетом всех вычетов на расходы стала составлять 4 208 213,99 рублей.

Следовательно, после введения данных рекламных мероприятий, данная сумма увеличивает чистую прибыль, но еще так же и окупает вложенные денежные средства в данную рекламу.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Понятие и сущность инвестиционной привлекательности предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-suschnost-investitsionnoy-privlekatelnosti-predpriyatiya>. – (Дата обращения 25.05.2021).
2. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» от 25.02.1999 № 39–ФЗ (в ред. от 18.12.2020 № 478–ФЗ).
3. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» от 09.07.1999 № 160–ФЗ (в ред. от 31.05.2018 № 122–ФЗ)
4. Инвестиционная привлекательность: понятие и методы оценки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investoriq.ru/teoriya/investicionnaya-privlekatelnost.html>. – (Дата обращения 25.05.2021).
5. Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность организации. Евразийский Союз Ученых. Экономические науки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://euroasia-science.ru/ekonomicheskie-nauki/факторы-влияющие-на-инвестиционную-п/>. – (Дата обращения 25.05.2021).
6. Инвестиционная привлекательность предприятия: понятия, оценка, методы анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://business-poisk.com/investicionnaja-privlekatelnost-predpriyatija.html>. – (Дата обращения 25.05.2021).
7. Рентабельность – что это [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://businessmens.ru/article/rentabel-nost-cto-eto-formuly-i-primery-raschetov>. – (Дата обращения 25.05.2021).
8. Рентабельность: как рассчитать и зачем она нужна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://journal.tinkoff.ru/wiki>. – (Дата обращения 25.05.2021).
9. Классификация предприятий сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bstudy.net/723562/turizm/klassifikatsiya-predpriyatij-servisa>. – (Дата

обращения 25.05.2021).

10. Основные черты деятельности сервисных предприятий [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.org/12-83024.html>. – (Дата обращения 25.05.2021).

11. Объем рынка услуг по ремонту бытовой техники и электроники в 2020 году [электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.rbc.ru/articles/12316/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

12. Swot-анализ оценки конкурентоспособности предприятия [электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studwood.ru/1391853/ekonomika/swot\\_analiz\\_otsenki\\_konkurentosposobnosti\\_predpriyatiya](https://studwood.ru/1391853/ekonomika/swot_analiz_otsenki_konkurentosposobnosti_predpriyatiya). – (Дата обращения 25.05.2021).

13. Соснина, А. Д. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий / А. Д. Соснина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 11.3 (91.3). — С. 68–71. — URL: <https://moluch.ru/archive/91/19709/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

14. Основные тенденции развития сферы услуг в России и за рубежом // Евразийский Союз Ученых — 2017. — № 12.

15. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.gks.ru/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

16. Самый крупный сервисный центр в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sw19.ru/post/158>. – (Дата обращения 25.05.2021).

17. Обзор самых востребованных услуг в сфере ремонта бытовой техники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://compuzilla.ru/obzor-samykh-vostrebovannykh-uslug-v-sfere-remonta-bytovojj-tekhniki/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

18. Басовский, Л.Е. Экономическая оценка инвестиций: Учебное пособие / Л.Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 241 с.

19. Шеремет, А.Д. Методика финансового анализа / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА – М, 2018. – 617с.

20. Касьяненко, Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 559 с.
21. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие. / В.Я.Горфинкель, В.Д. Грибов – М.: Финансы, 2015. – 208 с.
22. Касьяненко, Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 559 с.
23. Валежникова, М. В. Методы оценки инвестиционной привлекательности / М. В. Валежникова. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2018. — № 39 (225). — С. 63–67.
24. Методологические основы инвестирования, Экономическая сущность инвестиций и их значение для развития экономики – Инвестирование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/63301/investirovanie/metodologicheskie\\_osnovy\\_investirovaniya](https://studbooks.net/63301/investirovanie/metodologicheskie_osnovy_investirovaniya)
25. С.Е. Витун, А.И. Чигрина Финансы предприятий: пособие/ С.Е. Витун, А.И. Чигрина. – Гродно: ГрГУ, 2009. – 305 с.
26. Источники создания расширенного уровня сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/extended\\_service.htm](https://www.marketing.spb.ru/lib-mm/strategy/extended_service.htm). – (Дата обращения 25.05.2021).
27. Владимир Алексеев. Формирование инвестиционного проекта и оценка его эффективности. М.: Дашков и К, 2017
28. Ковалева С.И. Определение понятия «Инвестиционная привлекательность» // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2019. № 5
29. Кабанова О.В. Инвестиции и инвестиционные решения: Учебное пособие / О.В. Кабанова, Ю.А. Коноплева. – Ставрополь: СКФУ, 2017. – 201 с.
30. Артемьева И.А. Современные трансформации финансовой деятельности корпораций: западная и российская практика // Актуальные проблемы экономики (рус.) .– 2018.– № 1. С.26–31
31. Артус М.М. Принципы формирования финансовой парадигмы в

современных условиях развития рыночной экономики России // Финансы России.– 2017.– № 5.– С.63–71

32. Соснина, А. Д. Методы оценки инвестиционной привлекательности предприятий / А. Д. Соснина. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 11.3 (91.3). — С. 68–71. — URL: <https://moluch.ru/archive/91/19709/> (дата обращения: 15.06.2021)

33. Формула коэффициента дисконтирования и примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.solverbook.com/spravochnik/formuly-po-ekonomike/formula-koefficienta-diskontirovaniya/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

34. Модель Альтмана: индекс кредитоспособности Альтмана, формулы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://retireearly.ru/financial-literacy/model-altmana>. – (Дата обращения 25.05.2021).

35. Оценка стоимости ценных бумаг и бизнеса /И.В. Косорукова, С.А.Секачев, М.А. Шуклина; под ред. И.В. Косоруковой.–М.: Московский финансово–промышленный университет «Синергия», 2016.–904с.

36. Классификация предприятий сферы сервиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://studbooks.net/1335570/menedzhment/klassifikatsiya\\_predpriyatiy\\_sfery\\_servisa#google\\_vignette](https://studbooks.net/1335570/menedzhment/klassifikatsiya_predpriyatiy_sfery_servisa#google_vignette). – (Дата обращения 25.05.2021).

37. Велединский В.Г. В27 Сервисная деятельность : учебник / В.Г. Велединский. — М. : КНОРУС, 2018. — 176 с.

38. Коломиец, К. Л. Анализ развития сервисной отрасли в России / К. Л. Коломиец. — Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт–Петербург, декабрь 2017 г.). — Санкт–Петербург : Свое издательство, 2017. — С. 20–22. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/263/13339/> (дата обращения: 16.06.2021).

39. ЦБ: ограничительные меры и снижение мирового ВВП окажут заметное дезинфляционное влияние [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/8240231>



40. Министерство экономического развития РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.economy.gov.ru>. – (Дата обращения 25.05.2021).
41. Александров Г.А., Вякина И.В., Павлова Е.В., Скворцова Г.Г., Кондратьева О.А., Русина Е.В. Привлекательность инвестиционного климата и инвестиционные риски: методология, методы диагностики и оценки. М.: Креативная экономика, 2020. – 340 с.
42. Клиновицкий И.В., Швец А.С. Анализ инвестиционной привлекательности предприятия // Современные научные исследования и инновации. 2018. № 5 [Электронный ресурс]. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2018/05/86546> (дата обращения: 05.06.2021).
43. Мавлонова Ш.А., Аникина И.Д. Особенности факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность малых предприятий в строительном бизнесе // Academy. – 2016. – № 5 (8). – С. 24-26.
44. Бекетова А.М. Обзор методов оценки инвестиционной привлекательности региона // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2015. № 4. Ч. 1 [Электронный ресурс]. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2015/04/8301> (дата обращения: 05.06.2021).
45. Услуги и ВТО // Портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития РФ : официальный сайт. – 2020. – URL: [http://www.ved.gov.ru/mdb/information/attendance/trade\\_and\\_wto/](http://www.ved.gov.ru/mdb/information/attendance/trade_and_wto/) (дата обращения: 12.06.2021).
46. Коломиец, К. Л. Анализ развития сервисной отрасли в России / К. Л. Коломиец. — Текст : непосредственный // Проблемы и перспективы экономики и управления : материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2017 г.). — Санкт-Петербург : Свое издательство, 2017. — С. 20-22. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/263/13339/> (дата обращения: 10.06.2021).
47. Структура ВВП США по отраслям 2019–2020 годах // VisaSam.ru [сайт]. – 2020. – URL: <https://visasam.ru/emigration/canadausa/vvp-usa.html#i-3> (дата обращения: 10.06.2021).

48. Басовский, Л. Е. Финансовый менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский. — Москва : ИНФРА-М, 2019. — 240 с.
49. Сеницкая, Н. Я. Финансовый менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. Я. Сеницкая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 196 с.
50. Шимко, П. Д. Международный финансовый менеджмент : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / П. Д. Шимко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 493 с.
51. Холодкова, В. В. Управление инвестиционным проектом : практическое пособие / В. В. Холодкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 302 с.
52. Построение диаграммы Ганта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://blog.ganttpro.com/ru/diagramma-ganta-primery/>. — (Дата обращения 25.05.2021).
53. Бронникова Т.С. Разработка бизнес-плана проекта: Учебное пособие / Т.С. Бронникова. — М.: Альфа-М, ИНФРА-М, 2018. — 224 с.
54. Малявкина, Л. И. Обратные средства: теоретические основы исследования/ Л.И. Малявкина // Вестник ОрелГИИЭТ. — 2019. — № 3. — С. 110–117.
55. Кузина, А.Ф., Павленко, Е.А. Современный подход к совершенствованию учета и управлению затратами экономического субъекта / А.Ф. Кузина, Е.А. Павленко // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2018. № 6-7. С. 198-200.
56. Бухалков, М. И. Анализ и диагностика финансово – хозяйственной деятельности: Учебник / М.И. Бухалков. — 4-е изд., испр. и доп. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019. — 411 с.
57. Станиславчик Е.Н. Бизнес-план: Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. — М.: Ось-89, 2018. — 128 с.
58. Пономарева А. М. Основы рекламной деятельности: организация, планирование, оценка эффективности. -М.: Финансы и статистика, 2017. -192 с.

59. Павленко Н.С. Показатели конкурентоспособности / Н.С. Павленко, О.А. Рущицкая // Аграрное образование и наука. 2017. № 1. С. 58.
60. Устимкин О.А. Оценка и пути повышения конкурентоспособности предприятия / О.А, Устимен // Форум молодых ученых. – 2019
61. Березов, Н. И. Конкуренция в экономике / А. И. Березов. – М.: Ника-Центр, 2018. – 768 с.
62. Большаков, С.В. Основы управления финансами: Учебное пособие. – М.: ФБК-Пресс, 2019. – 365 с.
63. Балабанов, Т.И. Основы финансового менеджмента: Учебное пособие. – 3-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2018. – 526 с.
64. Бадмаев, Е. З. Проектное управление в развитии предприятия / Е. З. Бадмаев // Управление развитием социально-экономических систем регионов : Сборник научных трудов, Улан-Удэ, 01–02 октября 2020 года. – Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 2020. – С. 17-23.
65. Колмыкова, Т.С. Инвестиционный анализ: Учебное пособие / Т.С. Колмыкова.- М.: НИЦ ИНФРА-М, 2018. - 214 с.
66. Прусова, В. И. Цифровизация экономики и управление проектами / В. И. Прусова, А. А. Князева // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2020. – Т. 19. – № 3.
67. Разин, С. А. Управление рисками инвестиционных проектов / С. А. Разин // Colloquium-journal. – 2020. – № 2-11(54). – С. 107-112.
68. Точка безубыточности проекта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investolymp.ru/tochka-bezubytochnosti.html>
69. Кэхилл, М. Инвестиционный анализ и оценка бизнеса. Учебное пособие. Перев. со 2-го англ. Изд / М. Кэхилл. - М.: ДиС, 2018. - 432 с.
70. Инвестиционная привлекательность: понятие и методы оценки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://investoriq.ru/teoriya/investicionnaya-privlekatelnost.html>. – (Дата обращения

25.05.2021).

71. Широкоформатная печать в Челябинске [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bannerok74.ru/#contacts>. – (Дата обращения 25.05.2021).

72. Буклеты по самым выгодным тарифам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.100maketov.ru/catalog/>. – (Дата обращения 25.05.2021).

73. Реклама в интернете Челябинск [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://челябинск.synapse-studio.ru/p/reklama-v-internete>. – (Дата обращения 25.05.2021).

74. Головинова, А. С. Роль рекламы в предпринимательской деятельности / А. С. Головинова, Л. В. Лещенко // Интеграция наук. – 2019.

75. Кондратьева, М. Н. Маркетинговые исследования эффективности рекламы / М. Н. Кондратьева, Д. В. Емельянова, М. В. Юсова // Горизонты экономики. – 2020. – № 2(55)

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Представлена динамика потребительских цен

#### ДИНАМИКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ЦЕН

(%)

	03.2019	04.2019	05.2019	06.2019	07.2019	08.2019	09.2019	10.2019	11.2019	12.2019	01.2020	02.2020	03.2020
Темп прироста цен к соответствующему месяцу предыдущего года													
– все товары и услуги	5,3	5,2	5,1	4,7	4,6	4,3	4,0	3,8	3,5	3,0	2,4	2,3	2,5
– продовольственные товары	5,9	5,9	6,4	5,5	5,5	5,0	4,6	4,2	3,7	2,6	2,0	1,8	2,2
из них: плодоовощная продукция	6,9	6,1	9,7	4,2	5,4	1,3	1,8	3,4	2,8	-2,1	-2,6	-2,2	-1,9
– непродовольственные товары	4,7	4,5	3,8	3,5	3,6	3,5	3,4	3,2	3,1	3,0	2,5	2,3	2,5
– услуги	5,1	5,0	5,1	4,9	4,5	4,4	4,0	3,8	3,9	3,8	2,8	3,0	3,0
Базовая инфляция, месяц к соответствующему месяцу предыдущего года	4,6	4,6	4,7	4,6	4,5	4,3	4,0	3,7	3,5	3,1	2,7	2,4	2,6
Медиана распределения приростов цен, месяц к соответствующему месяцу предыдущего года	4,5	4,6	4,5	4,5	4,2	4,1	3,9	3,6	3,5	3,3	2,5	2,4	2,4
Среднегодовая инфляция	3,6	3,8	4,0	4,2	4,4	4,5	4,6	4,6	4,6	4,5	4,3	4,0	3,8
Темп прироста цен к предыдущему месяцу													
– все товары и услуги	0,3	0,3	0,3	0,0	0,2	-0,2	-0,2	0,1	0,3	0,4	0,4	0,3	0,6
– продовольственные товары	0,5	0,4	0,4	-0,5	-0,3	-0,9	-0,4	0,2	0,5	0,7	0,7	0,6	1,0
из них: плодоовощная продукция	2,1	1,8	2,0	-4,5	-3,9	-10,1	-6,3	0,4	2,7	3,8	5,7	5,3	2,5
– непродовольственные товары	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,1	0,2	0,0	0,5
– услуги	0,1	0,2	0,4	0,6	0,9	0,2	-0,2	-0,2	0,1	0,2	0,2	0,4	0,1
Темп прироста цен к предыдущему месяцу (SAAR)													
– все товары и услуги	3,3	3,4	3,9	0,9	0,8	3,0	1,7	1,8	2,2	1,3	2,1	2,6	6,2
– продовольственные товары	3,3	3,8	4,7	-3,0	3,6	3,8	1,7	0,0	0,7	-0,3	0,0	1,9	8,7
из них: плодоовощная продукция	1,4	6,1	-1,5	-37,8	7,9	10,6	1,4	-1,5	-1,9	-11,9	-3,9	17,2	5,5
– непродовольственные товары	2,9	2,5	2,9	3,1	3,1	2,0	1,1	2,4	1,9	2,0	3,2	0,8	5,7
– услуги	4,0	4,1	3,9	4,0	-5,6	3,5	2,4	3,4	4,6	2,4	3,6	5,9	3,4

Источники: Росстат, расчеты Банка России.

Рисунок А.1. – Динамика потребительских цен

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

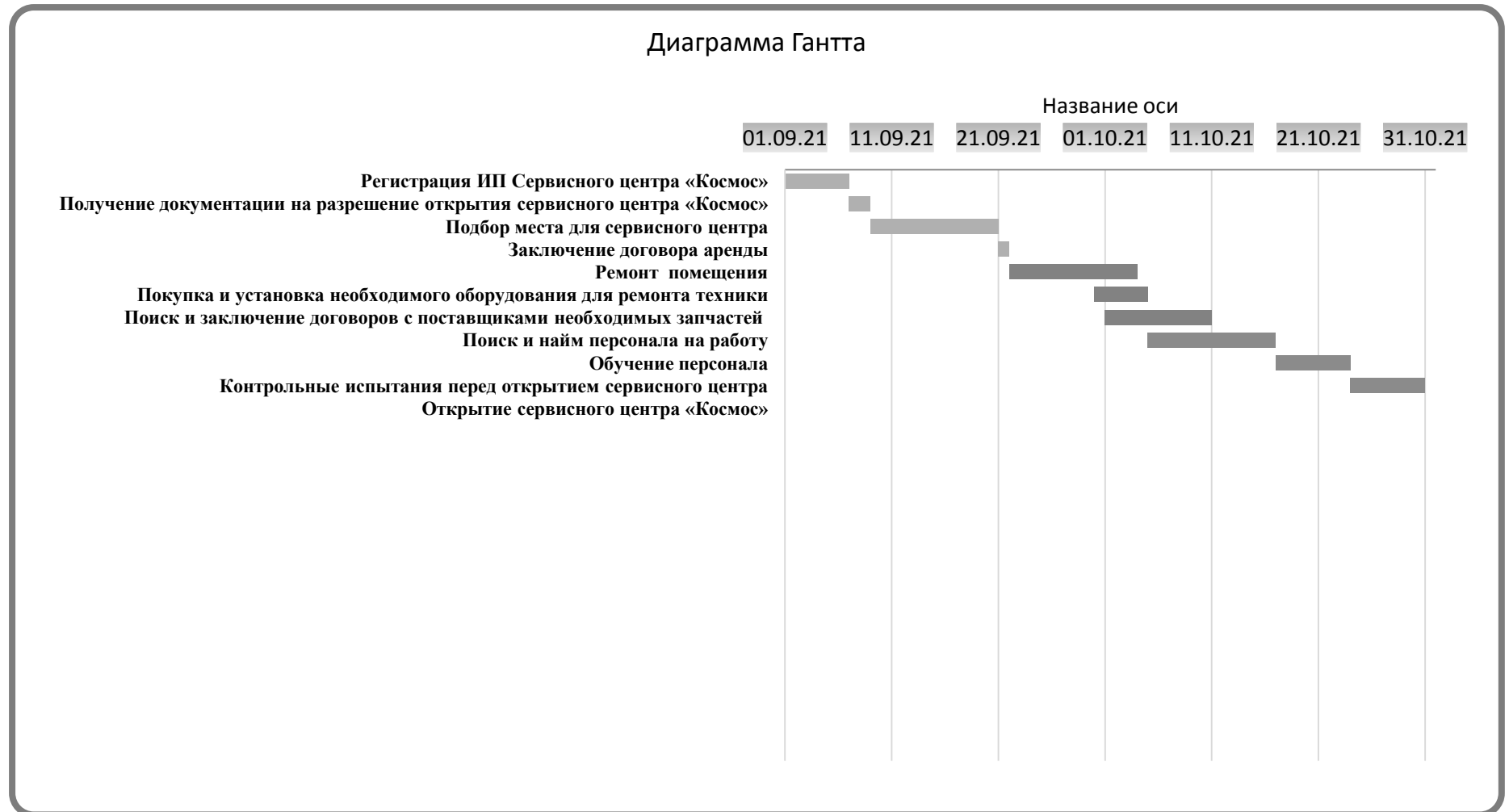


Рисунок Б.1. – Диаграмма Гантта

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

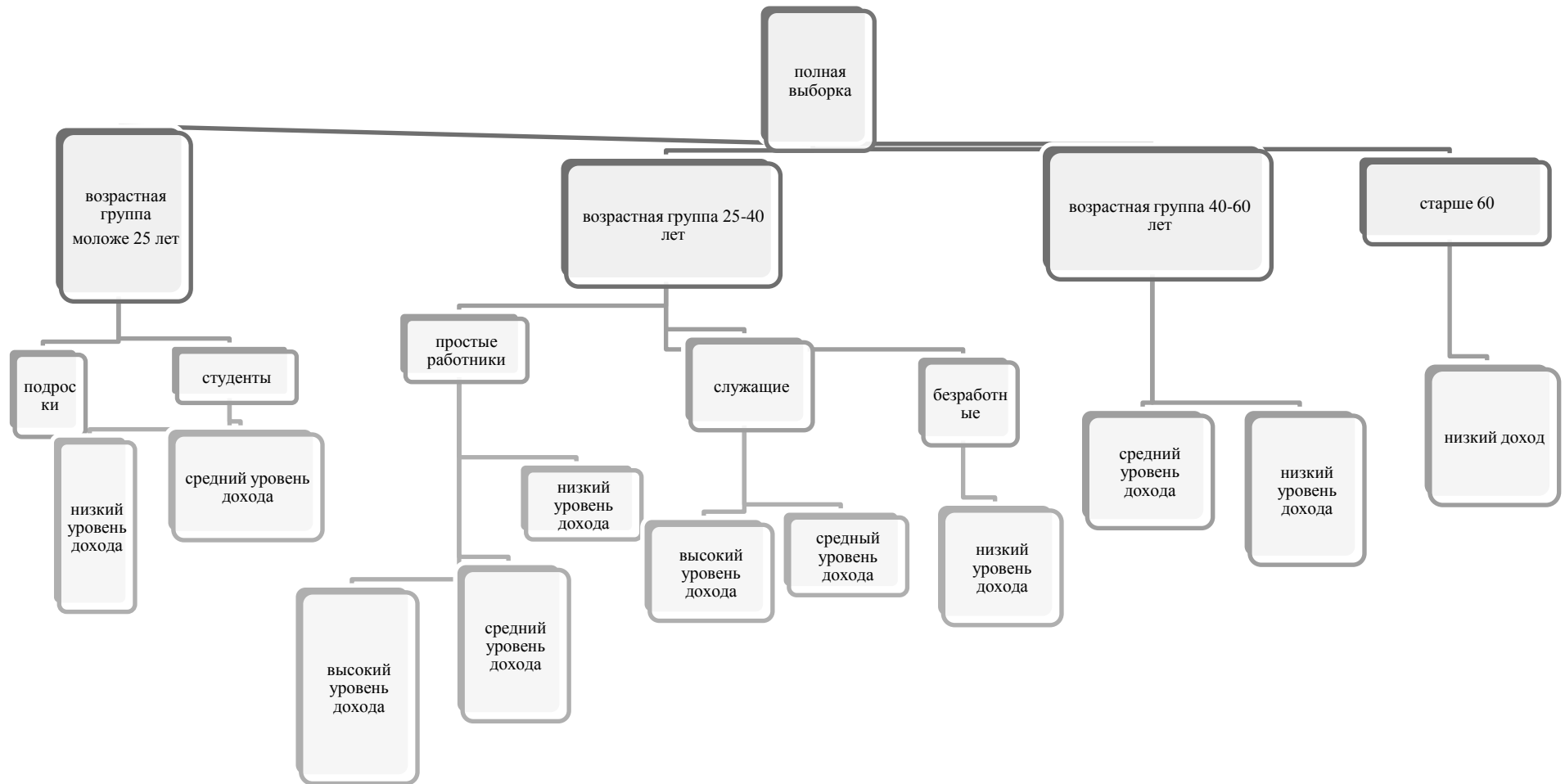


Рисунок В.1. – Характеристика потенциального потребителя