

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)
Институт спорта, туризма и сервиса
Кафедра «Экономика и менеджмент сервиса»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

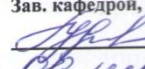
Рецензент:

 / Е.В. Пантелесева/
«09» июня 2016 г.



ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

 / Т.А. Худякова /
«09» июня 2016 г.

Экономическое обоснование целесообразности расширения сети пунктов
приёма химчистки «Лючия»

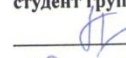
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 080200.62. 2016. 043. ВКР

Руководитель,

 / Т.А.Худякова /
«09» июня 2016 г.

Автор

студент группы ИСТС – 471

 / И.О.Быков /
«09» июня 2016 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

 / К.В.Айхель /
«09» июня 2016 г.

Челябинск 2016

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт спорта, туризма и сервиса

Кафедра

Экономика и менеджмент сервиса

Специальность

Менеджмент организации

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент



Т.А. Худякова

08.06.

2016 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Быков Иван Олегович

(Фамилия, Имя, Отчество)

Группа ИСТИС-471

1 Тема бакалаврской работы

Экономическое обоснование целесообразности расширения сети пунктов приема химчистки «Лючия»

утверждена приказом по университету от 16 апреля 2016 г. № 661

2 Срок сдачи студентом законченной работы 09 июня 2016 г.

3 Исходные данные к работе

В теоретической части работы использованы следующие источники: учебные издания по экономике предприятия, инвестиционному анализу, бизнес-планированию, электронные источники, посвященные анализу статистических данных индустрии химчисток, интернет рекламе, налогам.

4 Перечень вопросов, подлежащих разработке

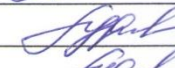
В теоретической части работы необходимо раскрыть понятия инвестиций и инвестиционной деятельности, рассмотреть методы расчета показателей оценки инвестиционной деятельности, а так же анализ безубыточности. Во второй главе

следует рассказать о тенденциях развития химчисток на зарубежном и отечественном рынке, исследовать рынок химчисток в Челябинске и провести анкетирование потенциальных клиентов. В третьей главе нужно оценить инвестиционную привлекательность проекта, с помощью показателей оценки эффективности инвестиционного проекта, а так же проанализировать риски проекта.

5 Иллюстративный материал

В работе представлены следующие иллюстрации: график безубыточности, график IRR, график чувствительности проекта, график структуры доходов клиентов химчистки, график структуры потребителей по виду образования, карта пунктов приема химчисток, а также результаты анкетирования. В работе также присутствуют таблицы сравнения основных конкурентов, таблица вложений в основные фонды, таблицы постоянных и переменных издержек, таблица капитальных вложений, таблицы для расчета показателей эффективности и сводные таблицы по показателям.

6 Календарный план

Наименование этапов Бакалаврской работы	Срок выполнения этапов	Отметка о выполнении
Введение, обзор литературы, актуальность выбранной темы	08.06 - 14.06.16	
Аналитическая часть	14.06 - 18.06.16	
Экономическая часть	18.06 - 28.06.16	
Организационная часть	28.06 - 06.07.16	
Процентвка (70% готовности)	18.06.16	
Нормоконтроль	06.07.16	
Допуск к защите	07 - 10.07.16	
Получение рецензии, отзыва	13.07 - 17.07.16	
Защита бакалаврской работы	10.06 - 14.06.16	

Зав. кафедрой



Т.А. Худякова 2016 г.

Руководитель работы



Т.А. Худякова 2016 г.

Студент-дипломник



И.О Быков 2016 г.

АННОТАЦИЯ

Быков, И.О. Экономическое обоснование целесообразности расширения сети пунктов приема химчистки «Лючия»– Челябинск: ЮУрГУ, С-471, 62 с., 17 ил., 11 табл., библиогр. список – 72наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью оценки инвестиционной привлекательности проекта по открытию нового пункта приема химчистки «Лючия».

В работе рассмотрены теоретические основы понятий инвестиций, инвестиционной деятельности, методы оценки инвестиционного проекта.

Проведен анализ тенденций зарубежного и отечественного рынка химчисток, анализ конкурентов и маркетинговый опрос.

В результате проведенной работы была оценена инвестиционная привлекательность открытия нового приемного пункта химчистки «Лючия»

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	6
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА	8
1.1 Сущность, принципы и задачи инвестиционной деятельности	8
1.2 Методы расчета показателей оценки инвестиционной деятельности.....	16
1.2.1 Недисконтированные методы	16
1.2.2 Дисконтированные методы.....	18
1.2.3 Анализ точки безубыточности.....	21
1.3 Анализ безубыточности и чувствительности.....	21
1.3.1 Анализ безубыточности.....	21
1.3.2 Анализ чувствительности.....	25
2. АНАЛИЗ ОПЫТА ХИМЧИСТОК И ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА	28
2.1 Анализ тенденций зарубежного рынка химчисток	28
2.2 Анализ тенденций отечественного рынка химчисток.....	31
2.3 Описание проекта.....	37
3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА	44
3.1 Моделирование входных параметров инвестиционного проекта.....	44
3.2 Расчет простых и дисконтированных показателей оценки эффективности проекта.....	48
3.3 Анализ безубыточности и чувствительности проекта	53
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	56
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	57
ПРИЛОЖЕНИЕ А	62

ВВЕДЕНИЕ

Непременным условием успешного функционирования организаций любой правовой формы является активное воплощение в жизнь стратегически направленного и детально проработанного комплекса мер по созданию или укреплению явных и скрытых преимуществ перед своими конкурентами. Одним из важных факторов получения новых или укрепления ранее полученных конкурентных преимуществ является активная инвестиционная деятельность.

Инвестиции играют важную роль в будущем положении предприятия. Благодаря им производится расширенное воспроизводство основных средств как производственного, так и непроизводственного характера, укрепляется материально-техническая база субъектов хозяйствования. Это дает возможность организациям наращивать объемы производства продукции, прибыли, улучшать условия труда и быта работников.

От величины и эффективности инвестиций зависят себестоимость, ассортимент, качество, новизна и привлекательность продукции, ее конкурентоспособность. Поэтому качественный анализ инвестиционной деятельности очень много значит для развития предприятия.

Актуальность темы: любое предприятие пытается максимизировать свою доходность. Для этого необходимо выгодно отличаться от конкурентов, иметь свои преимущества. От этого будет расти спрос на услуги или продукцию фирмы, а следовательно и расти прибыльность.

Для потребителей же важно удобство, практичность услуги. Им не хочется затрачивать усилия на приобретение чего-либо. Именно на этом стоит заострить внимание современным предприятиям.

Объектом данной работы является проект по открытию нового пункта приема химчистки «Лючия»

Предмет исследования — методы оценки инвестиционной привлекательности.

Целью данной работы является оценка инвестиционной привлекательности расширения сети пунктов приема химчистки «Лючия».

Для достижения поставленной цели мне необходимо выполнить следующие задачи:

1. Раскрыть сущность инвестиций и инвестиционной деятельности.
2. Описать методы оценки инвестиционной деятельности.
3. Проанализировать тенденции развития зарубежного и отечественного рынка химчисток.
4. Рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта.
5. Оценить риски проекта.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА

1.1 Сущность, принципы и задачи инвестиционной деятельности

Успех в любой сфере бизнеса во многом зависит от того сколько внимания фирма уделяет своей инвестиционной деятельности. В условиях рыночной экономики эти вопросы имеют первостепенное значение.

Для начала нужно дать определение инвестиционной деятельности. Инвестиционная деятельность согласно федеральному закону «Об инвестиционной деятельности» – вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта[63].

В широком смысле инвестиции представляют собой вложение капитала с желанием последующего его увеличения. Источником прироста капитала и движущим мотивом осуществления инвестиций является получаемая от них прибыль. Часто термин «инвестиция» идентифицируется с термином «капитальные вложения». Инвестиции в этом случае рассматриваются как вложение средств в воспроизводство основных фондов (зданий, производственное оборудование, автомобили и т.п.). Но инвестиции так же могут осуществляться в оборотные активы; в различные финансовые инструмент, (акции, облигации, векселя и т.п.); в отдельные виды нематериальных активов (приобретение патентов, лицензий) и т.п. Таким образом, капитальные вложения являются более узким понятием и могут рассматриваться лишь как одна из составляющих форм инвестиций, но не как их аналог[24].

Далее имеет смысл рассмотреть классификации инвестиций по нескольким признакам.

По объектам вложения средств выделяют реальные и финансовые инвестиции.

- реальные инвестиции – это вложение капитала в основной капитал. Например, вложения в оборотные, приобретение нематериальных активов (патентов, товарных знаков, лицензий);

- финансовые инвестиции – это вложение капитала в различные финансовые инструменты, среди которых преобладают вложение средств в акции и облигации.

По характеру участия в инвестировании выделяют прямые и непрямые инвестиции.

- под прямыми инвестициями понимают непосредственное участие инвестора в выборе объектов инвестирования и вложения средств. Прямое инвестирование осуществляют в основном подготовленные инвесторы, обладающие достоверной информацией об объекте инвестирования и на хорошем уровне разбирающиеся в самом механизме инвестирования;

- под непрямыми инвестициями понимается инвестирование, проходящее не лично, а через посредников, в качестве которых могут быть консультанты, как инвестиционные, так и финансовые, а также различные финансовые фонды и организации (например, коммерческие банки). Так как не все инвесторы достаточно осведомлены данной области, они не способны эффективно выбирать объектов инвестирования или даже управлять ими. В этих случаях они прибегают к помощи посредников, которые готовы взять на себя обязанность использовать средства инвестора максимально эффективно.

По периоду инвестирования различают краткосрочные и долгосрочные инвестиции.

- краткосрочные инвестиции – вложение средств на срок не более одного года;

- под долгосрочными инвестициями понимают вложение средств на срок свыше одного года.

По региональному признаку выделяют инвестиции внутри страны и за рубежом.

- под инвестициями внутри страны понимают вложение капитала в объекты, которые находятся в пределах границ данной страны;

- под инвестициями за рубежом понимают вложения капитала в объекты инвестирования, которые располагаются за пределами официальных территориальных границ данной страны, к данным инвестициям относят также покупку зарубежных финансовых инструментов.

Теперь разобравшись с различными классификациями, можно приступить к рассмотрению таких элементов предпринимательской деятельности как субъект и объект.

Основными субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, заказчики, исполнители и пользователи.

Инвесторы – это субъекты инвестиционной деятельности, которые осуществляют вложение капитала в форме инвестиции, контролируя и обеспечивая их целевое использование. В качестве инвесторов могут выступать физические, юридические лица, государственные и муниципальные образования.

Заказчики – это субъекты инвестиционной деятельности, которым инвесторами поручено притворить инвестиционный проект в жизнь. Чтобы добиться данной задачи инвестор наделяет заказчика правами владения, пользования и распоряжения средствами инвестора на период и в пределах полномочий, установленных инвестиционным договором, а также в соответствии с законодательством. Заказчик не имеет права ввязываться в предпринимательскую и иную деятельность других участников инвестиционного процесса. Заказчиками могут быть инвесторы, а также любые физические и юридические лица.

Исполнители работ – лица, которые обладают определенными полномочиями по осуществлению инвестиционного проекта в силу заключенного с ними договора. Исполнитель не обладает полномочиями для владения, пользования, распоряжения инвестициями, заказчик выдает ему средства, которые необходимы для исполнения определенной задачи.

Пользователи – это субъекты, для которых создается объект инвестиционной деятельности. Пользователями могут быть физические, юридические лица, государство, муниципальные образования[64].

Законом об инвестиционной деятельности предусмотрено право субъектов инвестиционной деятельности совмещать функции двух или нескольких участников. Например, инвестор сам может выполнять функции по реализации договора, то есть быть заказчиком, могут быть совмещены функции пользователя и инвестора и т.п.

Объектами инвестиционной деятельности выступают:

- вновь создаваемые и модернизируемые производственные и непроизводственные основные фонды;
- ценные бумаги;
- интеллектуальная собственность;
- оборотные средства.

Перейдем к основным факторам, влияющим на объем инвестиций.

Во-первых, объем инвестиций зависит от распределения получаемого дохода на потребление и сбережения. В нынешних условиях большая часть доходов идет на потребление. Общий рост доходов приводит к увеличению их доли, которая направляется на сбережения, служащие источником инвестиционных ресурсов. Таким образом, происходит прямая зависимость, увеличение удельного веса сбережений приводит к соответствующему росту объема инвестиций и наоборот.

Во-вторых, существенное воздействие на уровень инвестиций оказывает ожидаемая норма чистой прибыли. Причина в том, что прибыль является главным побудительным мотивом инвестиций. Чем больше ожидаемая норма чистой прибыли, тем соответственно больше будет и объем инвестиций, и наоборот. Так же это связано с распределением этой прибыли, о чем я писал выше: чем выше прибыль, тем больше пойдет на сбережения.

В-третьих, влияние на объем инвестиций оказывает также ставка ссудного процента. В процессе инвестирования необходимо учитывать тот фактор, что часто используется не только собственный, но и заимствованный капитал. Таким образом, если ожидаемая норма чистой прибыли больше ставку ссудного процента, то при прочих равных условиях вложение средств окажется выгодным. Следовательно, рост ставки ссудного процента вызывает снижение объема инвестиций и наоборот.

В-четвертых, среди факторов, оказывающих значительное воздействие на уровень инвестиций, стоит отметить ожидаемый темп инфляции. Чем больше данный показатель, тем в большей степени будет обесцениваться будущая прибыль от инвестиций и, следовательно, меньше мотивации к увеличению объемов инвестиций. Таким образом, наблюдается обратная зависимость. Особую роль этот фактор играет в процессе долгосрочного инвестирования[19].

При осуществлении инвестиционной деятельности необходимо придерживаться следующих принципов:

- нацеленность инвестиций на достижение стратегических планов предприятия и его финансовую устойчивость;
- учет темпов инфляции и фактора риска;
- экономическое обоснование инвестиций;
- организация оптимального соотношения финансовых и реальных инвестиций;
- ранжирование проектов и инвестиций по их важности и последовательности исходя из имеющихся ресурсов и с учетом привлечения внешних источников;
- выбор надежных и более дешевых источников и способов финансирования проектов[15].

Следование этим принципам позволит избежать многих ошибок и просчетов при осуществлении инвестиционной деятельности предприятия.

В современном мире в качестве главной цели инвестиционной деятельности предприятия выдвигается обеспечение максимизации благосостояния владельцев предприятия, которое выражается в максимизации чистой прибыли предприятия. Это положение разделяется всеми современными теоретиками в области инвестиционного менеджмента, так как, по их мнению, оно наилучшим образом реализует финансовые интересы владельцев предприятия[60].

В процессе реализации своей главной цели управление инвестиционной деятельностью предприятия направлено на решение следующих основных задач:

1. Обеспечение достаточной инвестиционной поддержки высоких темпов развития операционной деятельности предприятия, Эта задача реализуется путем определения потребности в объемах инвестирования для решения стратегических целей развития операционной деятельности предприятия на отдельных его этапах; обеспечения высоких темпов расширенного воспроизводства внеоборотных операционных активов; формирования эффективной и сбалансированной инвестиционной программы предприятия на предстоящий период.

2. Обеспечение максимальной прибыльности отдельных реальных и финансовых инвестиций и инвестиционной деятельности предприятия в целом при предусматриваемом уровне инвестиционного риска. Максимизация доходности инвестиций достигается с помощью выбора организацией наиболее эффективных (по показателю чистой инвестиционной прибыли) инвестиционных проектов и финансовых инструментов инвестирования. Максимизация уровня доходности (прибыльности) инвестиций должна осуществляться в рамках допустимого инвестиционного риска, конкретный уровень которого устанавливается владельцами или управляющими предприятия.

3. Уменьшение инвестиционного риска отдельных реальных и финансовых инвестиций и инвестиционной деятельности организации в целом при предусматриваемом уровне их прибыльности. Если уровень доходности

инвестиций задан или спланирован заранее, важной задачей является снижение уровня инвестиционного риска отдельных видов инвестиций и инвестиционной программы в целом, обеспечивающих достижение этой доходности. Такое уменьшение уровня инвестиционного риска может быть обеспечено путем диверсификации инвестиционных проектов и финансовых инструментов инвестирования; избежание отдельных видов инвестиционных рисков; эффективных форм их внутреннего и внешнего страхования.

4. Обеспечение оптимальной ликвидности инвестиций и возможностей легкого реинвестирования своих средств при изменении внешних и внутренних условий реализации инвестиционной деятельности. Изменяющийся инвестиционный климат государства, изменения структуры инвестиционного рынка в целом или отдельных его частей, изменение стратегических задач развития или экономического потенциала предприятия могут привести к уменьшению ожидаемого уровня доходности отдельных инвестиционных проектов и финансовых инструментов инвестирования. Из-за этого важную роль приобретает своевременное реинвестирование своих денежных средств в наиболее прибыльные объекты инвестирования, которые могут обеспечить нужный уровень эффективности инвестиционной деятельности в целом. Важным условием обеспечения возможностей подобного реинвестирования средств выступает оптимизация уровня ликвидности сформированной предприятием инвестиционной программы в разрезе составляющих ее инвестиционных проектов. В данном случае речь идет об оптимизации, так как максимизация уровня ликвидности инвестиционной программы, обычно, сопровождается уменьшением эффективности инвестиционной деятельности, а его снижение приводит к минимизации возможностей инвестиционного маневра и утрате платежеспособности при нарушении финансового равновесия организации в процессе инвестирования.

5. Формирования необходимого объема инвестиционных ресурсов и оптимальной их структуры в согласии с будущими объемами инвестиционной

деятельности. Данная задача разрешается путем согласования объема привлекаемых инвестиционных ресурсов во всех их формах (денежной, товарной, нематериальной) с предсказываемыми объемами инвестиционной деятельности предприятия. Большая роль в выполнении этой задачи отводится обоснованию схем финансирования единичных реальных проектов и оптимизация состава источников привлечения денежных средств для выполнения инвестиционной деятельности предприятия в общем.

6. Поддержка финансовой устойчивости организации в процессе реализации инвестиционной деятельности. Такое устойчивое определяется высоким уровнем платежеспособности фирмы во всех периодах ее развития. Это связано как с большим оттоком в процессе инвестирования капитала в крупных размерах и, обычно, на долгий срок, так и с тем, что денежные потоки по инвестиционной деятельности обладают значительной неравномерностью. Поэтому, реализуя инвестиционную деятельность во всех ее проявлениях, фирма должна заранее предугадывать, как она повлияет на степень финансовой устойчивости и платежеспособности организации.

7. Ускорение осуществления нынешней инвестиционной программы организации. Планируемые к выполнению инвестированные проекты, которые входят в состав инвестиционной программы фирмы, должны реализовываться как можно скорее, в связи со следующими факторами: во-первых, быстрые темпы выполнения каждого инвестиционного проекта содействуют ускорению экономического роста предприятия в целом; во-вторых, чем скорее осуществлен тот или иной инвестиционный проект, тем скорее накапливается дополнительный денежный поток организации в виде чистой инвестиционной прибыли и амортизации; кроме этого, увеличение темпов выполнения инвестиционной программы организации уменьшает сроки применения заемных ресурсов (в частности по тем инвестиционным проектам, которые финансируются с привлечением заемного капитала); наконец, скорее осуществление инвестиционных проектов, которые входят в состав инвестиционной программы

фирмы, содействует уменьшению уровня инвестиционных рисков, создаваемых колебаниями структуры инвестиционного рынка, осложнением инвестиционного климата в государстве, инфляцией и другими факторами[51].

1.2 Методы расчета показателей оценки инвестиционной деятельности

1.2.1 Недисконтированные методы

Чистый доход (NV) – разница между всеми денежными притоками и оттоками инвестиционного проекта.

Он показывает такую величину денежных средств, которую инвестор может получить от проекта, после того, как денежные притоки компенсируют его стартовые затраты и периодические денежные оттоки, которые связаны с реализацией проекта.

Формула чистого дохода указана ниже.

$$NV = \sum_{t=1}^n CF_t - I, \quad (1)$$

где CF_t – денежный поток за период руб;

I – инвестиции, руб,

t – временной период расчета, лет.

Значение данного показателя должен быть положительным, тогда проект считается инвестиционно привлекательным. Чем больше чистый доход, тем более эффективен проект.

Норма прибыли (ARR) – экономическая характеристика, являющаяся процентным отношением прибыли за некий промежуток времени к инвестированному перед началом этого периода капиталу (обычно, длительность периода принимают равной году).

Он показывает на сколько доход от продажи товара или услуги превышает затраченные средства на реализацию данного товара или услуги. Таким образом,

норма прибыли определяет эффективность использования капитала, доходность предприятия.

Формула расчета нормы прибыли представлена ниже.

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

где $\overline{CF}$ – средний денежный поток за периодруб;

I – инвестиционные затраты, руб.

Данный показатель должен быть больше ставки дисконтирования, для того чтобы проект считался эффективным.

Срок окупаемости (PP) – период времени, необходимый для того, чтобы денежные вложения принесли необходимое количество денег для покрытия всех инвестиционных затрат.

Это отличный показатель, дающий простой способ узнать, сколько времени нужно организации для компенсации своих первоначальных инвестиций.

Рассчитать срок окупаемости по следующей формуле.

$$PP = \frac{I}{\overline{CF}} * 12, \quad (3)$$

где $\overline{CF}_{cp}$ – средний денежный потокруб;

I – инвестиционные затраты, руб.

Индекс доходности (PI) – показатель, показывающий эффективность инвестиционного проекта. Индекс доходности равен отношению общей суммы денежных потоков к первоначальным инвестициям на проект, пущенных на его создание.

Данный показатель отражает какая сумма доходов приходится на 1 рубль затрат на проект.

Индекс доходности рассчитывается по следующей формуле.

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^n CF_t}{I}, \quad (4)$$

где CF – денежный поток за период, руб;

I – инвестиционные затраты, руб.

Значение индекса доходности должно быть больше 1, чтобы проект был принят к реализации.

1.2.2 Дисконтированные методы

Чистый дисконтированный доход (NPV) – это разность между всеми денежными притоками и оттоками, приведёнными к настоящему периоду времени (периоду оценки инвестиционного проекта).

Это показатель той величины денежных средств, которую инвестор может получить от проекта, после того, как денежные притоки компенсируют его стартовые затраты и периодические денежные оттоки, которые связаны с реализацией проекта.

Данный показатель рассчитывается по следующей формуле.

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+d)^t} - I, \quad (5)$$

где CF_t – денежный поток за период, руб;

I – инвестиционные затраты, руб;

d – ставка дисконтирования;

t – временной период расчета, лет.

Значения данного показателя:

- если NPV больше 0, то проект можно принимать;
- если NPV меньше 0, то проект принимать не стоит;
- если NPV равен 0, то проект не принесет ни прибыли, ни убытка.

Для расчета данного показателя необходимо посчитать ставку дисконтирования. Формула для расчета этой ставки представлена ниже.

$$(1+d) = (1+r_m)*(1+j)*(1+r), \quad (6)$$

где d – ставка дисконтирования;

r_m – минимальная реальная доходность (ставка рефинансирования ЦБ РФ);

j – уровень инфляции;

r – премия за риск, сущность которой заключается в доходности, которую ожидает увидеть инвестор при вложении в те или иные активы.

Ставка дисконтирования отражает темп уменьшения стоимости денежных средств в течение времени. Нужно сказать, что ставка дисконтирования, которая определяет норму прибыли проекта, должна быть больше доходности, предоставляемой другими финансовыми институтами, в которые инвестор может вложить свои средства. Кроме того, необходимо учитывать стоимость заёмных средств, чтобы доходность проекта могла окупить эти расходы.

Дисконтированный индекс доходности (DPI) – отношение суммы элементов денежного потока от операционной деятельности к абсолютной величине суммы элементов денежного потока от инвестиционной деятельности.

Данный показатель отражает какая сумма доходов приходится на 1 рубль затрат на проект.

Дисконтированный индекс доходности рассчитывается следующим образом.

$$DPI = \left(\frac{\sum_{t=1}^n CF_t}{(1+d)^t} \right) / I, \quad (7)$$

где CF_t – денежный поток за период руб;

I – инвестиционные затраты руб;

d – ставка дисконтирования;

t – временной период расчета.

Значение этого показателя должно быть больше 1, чтобы проект считался эффективным и был принят к реализации.

Внутренняя норма доходности (IRR) – уровень ставки дисконтирования, при которой чистый дисконтированный доход (NPV) обращается в 0.

Формула для нахождения IRR представлена ниже.

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1 + IRR)^t} = 0, \quad (8)$$

где CF_t – денежный поток за периодруб.

Рассчитать этот показатель самостоятельно очень сложно, поэтому на практике он находится либо графически, либо при помощи специальных программ.

Если рассмотреть график зависимости чистой приведённой стоимости проекта от ставки дисконтирования, он изображен на рисунке 1.1, то видно, что кривая NPV пересекает ось абсцисс при некоем значении ставки дисконтирования. Данное значение и будет считаться внутренней нормой доходности проекта.

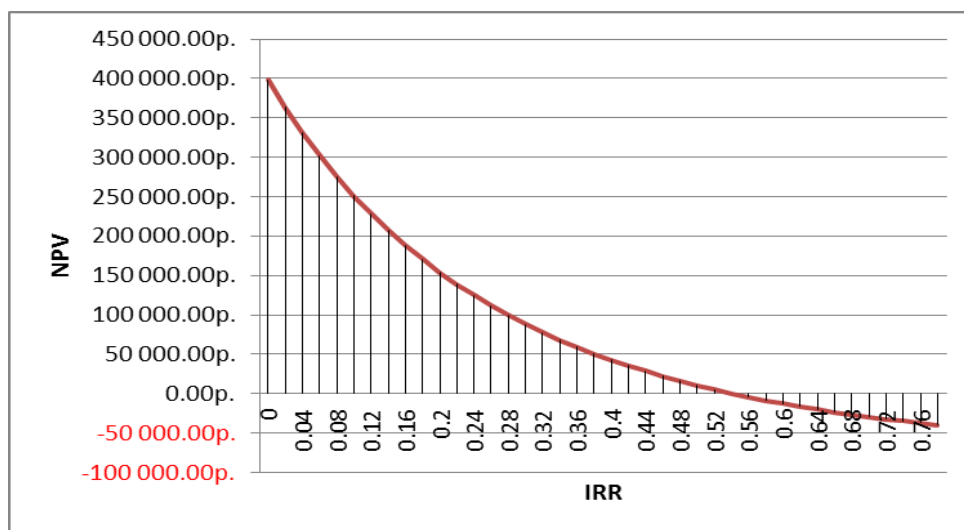


Рисунок 1.1 – График IRR

1.2.3 Анализ точки безубыточности

Точка безубыточности (Qб) – объём производства и продажи товаров или услуг, при котором все затраты будут покрыты доходами, а каждая следующая реализуемая единица товара или услугу начнет приносить предприятию прибыль.

Точка безубыточности в денежном выражении – такая минимальная величина дохода, при которой полностью окупаются все издержки (прибыль при этом равна нулю).

Показатель используется для оценки финансового состояния фирмы, чем выше показатели объема производства и продаж находятся над этой критической точкой, тем выше ее платежеспособность и финансовая прочность. Этот показатель также позволяет понять соотношение затрат и доходов и принять решения по поводу изменения цен на товары (работы, услуги).

Формула для расчета точки безубыточности в стоимостном выражении представлена ниже.

$$Qб = \frac{TR * FC}{TR - VC}, \quad (9)$$

где TR – общая выручка за год,руб;

FC – Постоянные издержки за год,руб;

VC– совокупные переменные издержки за год,руб.

1.3 Анализ безубыточности и чувствительности

1.3.1 Анализ безубыточности

Принято считать, что анализ безубыточности является исключительно финансовым инструментом и он необходим только различным экономистам или бухгалтерам. Это совершенно не так. Больше всего он необходим руководителям, то есть людям, которые занимаются решением тактических и стратегических задач.

Безубыточность предприятия – это такое финансовое состояние, при котором все расходы полностью компенсированы доходами от оказания услуг или реализации собственной продукции, но прибыль при всем этом равна нулю[47].

Таким образом, анализ безубыточности поможет ответить на следующие вопросы:

1. Какой объем доходов нужен для возмещения всех расходов предприятия?

2. Какой нужен объем продаж собственной продукции или реализованных услуг, при котором будут компенсированы все расходы предприятия?

Для расчета точки безубыточности используют показатели переменных, постоянных и общих издержек. Но не стоит забывать, что абсолютно постоянных издержек не бывает, так как постоянно изменяются ставки арендной платы, тарифы на электричество, воду, газ и другие коммунальные тарифы и т.д. Поэтому расчет точки безубыточности может быть произведен для различных временных периодов заново, если произошли какие-либо изменения, например, в структуре операционных (текущих) издержек или в системе финансирования предприятия.

Точка безубыточности или порог рентабельности – такое значение выручки от реализации, при котором предприятие не имеет убытков, но и не получило прибыли, т. е. это результат от реализации товаров после возмещения издержек затраченных на эту реализацию.

Точка безубыточности находится в точке пересечения линий выручки и общих затрат, т.е. графически показывает тот самый объем производства или объем продаж при котором предприятие не несет убытков, но и не получает прибыли. Объем производства, соответствующий точке безубыточности, называется критическим. При объеме производства меньше критического предприятие полученной выручкой не может покрыть затраты и, следовательно, в результате понесет убытки. Если объем производства и продаж превышает

критический, то предприятие получает прибыль. Запас безопасности показывает, до какого момента можно сокращать объем реализации, прежде чем предприятие начнет работать с убытками, это то на что следует обращать внимание при изменении объемов производства. На графике запаса безопасности соответствует область, расположенная между запланированным объемом производства и реализации продукции и точкой безубыточности[17].

Выручка от реализации товаров и услуг в точке безубыточности выражает стоимость бесприбыльных продаж, а цена реализации соответствующего товара или услуги в данном случае играет роль безубыточной продажной цены. Если производственная программа включает в себя разнообразные изделия или услуги, то для любого безубыточного объема реализации или производства будут существовать различные варианты цен на бесприбыльные продукты, но не будет единой безубыточной цены[44].

Для определения величины безубыточности рекомендуют соблюдать следующие условия:

- издержки производства и маркетинга являются функцией объема производства или продаж;
- объем производства идентичен объему продаж, т.е. нет переходящих остатков нереализованной продукции;
- постоянные текущие издержки одинаковы для любого объема производства в данном релевантном периоде;
- переменные издержки изменяются пропорционально объему производства, поэтому аналогично колеблются и полные (общие) издержки.

При анализе безубыточности для наглядности принято строить график той самой точки безубыточности, на графике отчетливо видно какой критический объем производства у предприятия, зону выручки или зону убытков. Подобный график безубыточности показан на рисунке 1.2.



Рисунок 1.2 – График безубыточности

На основе графика изображенного на рисунке 1.2 можно заключить следующее:

1. Предприятие получит прибыль, если продаст на товарном рынке продукции больше критического количества, что отражается на оси абсцисс.

2. Точку пересечения прямой выручки от реализации и прямой общих издержек принято называть точкой безубыточности, пройдя через которую организация начнет получать прибыль. Нижний левый треугольник характеризует зону убытков, а верхний правый – зону прибыли.

3. Прямая линия, параллельная оси абсцисс, показывает постоянные издержки, а линия, параллельная прямой суммарных издержек – переменные издержки. Анализ безубыточности актуален с позиции будущего развития предприятия.

График безубыточности и его модификации часто используются в современной экономике. Неоспоримое преимущество данного метода сокрыто в

том, что благодаря ему можно быстро получить весьма точный прогноз основных показателей деятельности фирмы при изменении внешних условий.

Следует иметь в виду, что удовлетворительные значения уровня безубыточности на каждом шаге не гарантируют эффективности проекта (положительности чистого дисконтированного дохода). В то же время высокие значения уровня безубыточности на отдельных шагах расчета нельзя рассматривать как фактор нереализуемости проекта (например, на этапе освоения вводимых мощностей или в период капитального ремонта крупного технологического оборудования они могут превышать единицу).

Анализ безубыточности хорош при выпуске на рынок новой продукции или услуги, модернизации производственных мощностей, открытии новой организации, изменении профиля ее коммерческой деятельности[39].

1.3.2 Анализ чувствительности

Анализ чувствительности – состоит в оценке влияния изменения исходных параметров проекта на его конечные характеристики, в качестве которых, обычно, используется внутренняя норма прибыли или NPV. Техника проведения анализа чувствительности состоит в изменении выбранных параметров в определенных пределах, при условии, что остальные параметры остаются неизменными.

Чем больше диапазон параметров, в котором результирующие показатели остаются в пределах положительных значений, тем выше запас прочности проекта, тем он менее восприимчив к изменениям различных факторов, влияющих на результаты реализации проекта.

Анализ чувствительности проекта позволяет оценить, как изменяются результирующие показатели реализации проекта при различных значениях заданных переменных, необходимых для расчета. Этот вид анализа позволяет определить наиболее критические переменные, которые в наибольшей степени могут повлиять на осуществимость и эффективность проекта[32].

Для начала анализа необходимо выбрать результирующий показатель реализации проекта, в качестве которого могут выступать:

- чистый дисконтированный доход;
- ВНД;
- индекс доходности;
- срок окупаемости;
- рентабельность инвестиций;
- балансовая прибыль;
- чистая прибыль;
- норма прибыли.

Далее следует определить те факторы, изменения которых повлекут за собой соответствующие изменения результирующего показателя. В качестве таких факторов выступают:

- объём продаж;
- стоимость единицы продукции или услуги;
- инвестиционные затраты или их составляющие;
- операционные затраты или их составляющие;
- срок задержек платежей;
- уровень инфляции;
- процент по займам[41].

Теперь изобразим зависимость результирующего показателя от изменения факторов. На рисунке 1.3 изображен график анализа изменения факторов на величину чистого дисконтированного дохода. На графике очень хорошо видно, какой фактор и в какой степени влияет на показатель. Линии представляют собой изменение результирующего показателя, на графике изображен чистый дисконтированный доход.

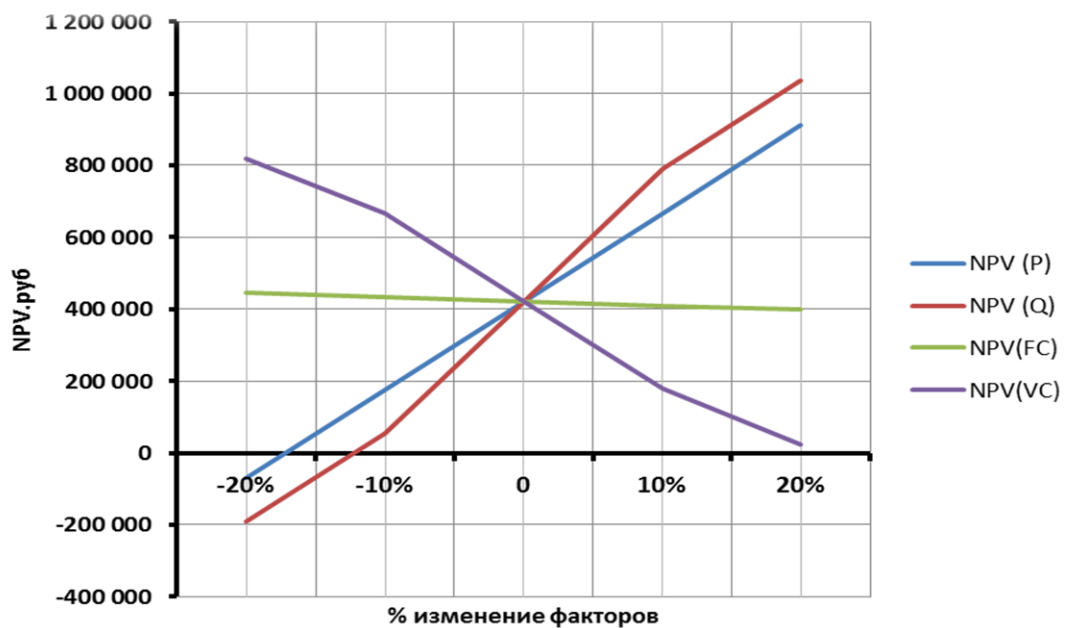


Рисунок 1.3 – График чувствительности

На графике наглядно показано, на какие факторы следует обратить внимание в первую очередь, так как они сильнее всего влияют на результирующий показатель. В данном случае результирующим показателем является чистый дисконтированный доход (NPV), а факторами оказавшими наибольшее воздействие оказались объем реализации и цена продукции.

Однако следует обратить внимание, что, несмотря на все плюсы данного метода анализа чувствительности проекта: объективность, простоту расчетов, их наглядность— данный метод обладает серьезным недостатком — однофакторностью[30].

Выводы по первой главе: инвестиционная деятельность в той или иной степени присуща любой организации. Она представляет собой один из наиболее важных аспектов осуществления любой коммерческой организации. Главной ее целью является максимизация доходов собственников предприятия. Принципами этой деятельности являются: учет темпов инфляции и факторов риска, поиск наиболее выгодных источников финансирования, нацеленность инвестиций на достижение стратегических планов предприятия и его финансовую устойчивость.

2. АНАЛИЗ ОПЫТА ХИМЧИСТОК И ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

2.1 Анализ тенденций зарубежного рынка химчисток

Прежде чем переходить к анализу зарубежного рынка хочу немного рассказать об истории химчисток.

Когда в 1825 году горничная Жан-Батиста Жолли пролила на грязную скатерть керосин, никто не подумал, что случайно выведенное пятно вдохновит предприимчивого француза на создание первой в мире химчистки. Использование нефтепродуктов в таком деликатном деле, как стирка кашемировых шалей и шелковых юбок, вызвало интерес за пределами Франции, и вскоре химчистки распространились по всей Европе. Если бы не легкая воспламеняемость тогдашних чистящих средств – бензина и керосина, вероятно, этот способ очистки тканей применялся бы по сей день. В 1900-х риск пожаров на фабриках химической чистки был так велик, что большинство страховых компаний отказывали этим производствам в выдаче полисов.

В 1930-х во всем мире началась эра перхлорэтилена, вещества, которое стало идеальным растворителем и золотым стандартом отрасли. Выведенный еще в 1821 году английским химиком Майклом Фарадеем, перхлорэтилен оказался химикатом, отлично удаляющим загрязнения, но и не сильно воздействовавшим на ткани и, что очень важно, не был огнеопасным. Благодаря использованию этого вещества количество химчисток бытового обслуживания во всем мире увеличилось в несколько раз, так как бизнес стал более привлекательным в виду уменьшения опасности производства[27].

Во всём цивилизованном мире сфера бытового обслуживания населения имеет большую роль в обеспечении жизнедеятельности людей и социально-экономическом развитии стран. Для оценки социальной значимости бытовых услуг отметим, что их доля в потребительском бюджете США в среднем составляет 31%, в Англии – 37%, Швеции – 41%.

Одним из самых прибыльных направлений в сфере бытового обслуживания в США и Европе являются услуги химчисток, прачечных, а также салонов красоты и здоровья. Франчайзинг представляет собой одним из наиболее популярных методов развития сетевого бизнеса.

Во многих развитых странах со стороны государства используется ряд инструментов по контролю этого рынка: жёсткая система проверки квалификации персонала и её регулярного повышения и т.д. Большую роль в координации деятельности организаций сферы химчисток играют отраслевые Союзы и Ассоциации, защищающие интересы организаций данной сферы.

Как я уже писал выше, наиболее привлекательной с точки зрения экономической эффективности является использование франшиз, представляющих собой продажу прав на использование определенной марки, определенной технологии для уменьшения издержек, стандартизации бизнес-процессов и нахождения общих целей и задач. Зарубежный опыт подтверждает их успешное функционирование во многих секторах бытового обслуживания. Так, например, в США и Западной Европе данные бизнес модели широко распространены в таких сегментах, как «Прачечные и химчистки», «Фитнес», «Парикмахерские и салоны красоты», «Клининговые услуги».

В США у большинства людей отсутствует дома стиральная машина. Она им не нужна, они пользуются услугами прачечных и химчисток, которые расположены по городу в большом количестве. В этой стране даже во многих многоквартирных домах не предусмотрены коммуникации для установки стиральных машин. А самоличное присоединение коммуникаций может повлечь за собой серьезные проблемы с законом. Еще одна причина – экономия коммунальных ресурсов. Стирка, чистка вещей в общественных химчистках обойдется гораздо дешевле, чем в собственной стиральной машине.

Для популяризации прачечных и химчисток, компании стали оборудовать свои точки музыкальными, игровыми автоматами или барами. Прачечные-кофейни и химчистки-видеосалоны стали самыми посещаемыми в США.

Большое количество прачечных и химчисток не случайно размещено вблизи различных магазинов и супермаркетов. Загрузив вещи в стирку, можно пойти в магазин за покупками, а по окончании сего действия забрать чистую одежду.

В настоящее время для большего удобства ландроматы стали оснащать беспроводным доступом Wi-Fi, что позволяет клиентам дистанционно руководить процессами стирки, с помощью мобильных телефонов.

Американцы вовсе не чувствуют дискомфорта от отсутствия квартирных стиральных машин. Такие особенности быта выработаны годами. Существует своего рода традиция похода в прачечную в уикенд целыми семьями и компаниями друзей. Таким образом, стирка превратилась в приятное времяпрепровождение.

На сегодняшний день в США функционирует около 40 тысяч ландроматов, каждый из них способен обслужить 7 000 жителей. В среднем одна стирка и сушка 7-ми килограммов белья с использованием порошка обходится примерно в 3–4 доллара[16].

Исходя из всего этого можно сказать, что в США данный рынок высоко развит. На нем присутствует достаточный уровень предложения, а также хороший спрос.

За рубежом большое распространение в сфере химчисток получили те, производственная деятельность которых основана на частной собственности. Среди них доминируют малые и средние предприятия, которые максимально приближены к индивидуальному клиенту в отношении сроков и места обслуживания, т.е. расположены в пределах шаговой доступности. Также они легко отзываются на волнение структуры рынка.

Обычно, пункты приема химчисток, находятся в местах массового скопления потока потенциальных клиентов (в торговых комплексах, возле гостиниц, отелей и т.д.). Данная форма обслуживания называется «зайди по дороге», «заезжай по дороге». Это одна из самых эффективных форм организации

бытового обслуживания населения в пределах шаговой доступности. Её основная цель — максимизация удобств для клиента при потреблении бытовых услуг.

Обычно компании обслуживают ограниченную территорию, например, территория обслуживания для приемного пункта прачечной или химчистки ограничивается по решению отраслевой ассоциации радиусом 2 км. Их клиентская база на 80-90% состоит из постоянных клиентов.

Для наращивания количества посетителей и, следовательно, роста доходности организации служит диверсификация деятельности за счет торговли сопутствующей продукцией, например моющих и косметических средств, средств для ухода за одеждой и т.д. Таким образом, это уже не просто предприятия бытового обслуживания, а кооперированные компании социально-бытового обслуживания.

2.2 Анализ тенденций отечественного рынка химчисток

Сегодня отрасль услуг химчистки является растущей. Объем данных услуг для души населения увеличивается. Все большее количество людей прибегают к данным услугам. При современном темпе жизни, человеку трудно обойтись без использования этих услуг. Основу российского рынка химчисток составляют средние фабрики с одновременной загрузкой до 50 кг вещей, мини-химчисток до 20 кг одновременной загрузки, которых в несколько раз меньше, чем в той же Европе. Так, на 160 000 россиян приходится одна фабрика-химчистка. Таким образом, можно утверждать, что рынок еще недостаточно насыщен предложением и успешно функционировать в этой сфере действительно можно.

Данный вид бизнеса способен прогнута под влиянием экономического кризиса, смены политической обстановки в стране и прочего, но полностью этот бизнес не исчезнет. Так как все из нас любят чистую одежду, скатерти и постельное белье.

В советское время создание новых химчисток было плановым событием. Следуя главному плану застройки, пункт приема должен был работать во всех

микрорайонах с определенным количеством населения. Отрасль была дотационная, однако работники и управляющие химчисток не ругались – на сферу бытового обслуживания страна денег не жалела.

В связи с переходом к рыночной системе экономике химчистки стали коммерческими организациями, и теперь уже у руководителей данного бизнеса стоит одна задача, как заставить компанию приносить прибыль. Вместе с этим на рынок начали входить новые игроки, создавая тем самым дополнительное напряжение и увеличивая конкуренцию в данной сфере деятельности.

В наше время практически в любой семье есть стиральная машинка автомат, но, не взирая на это, спрос на услуги прачечных и химчисток не уменьшается. Связано это с тем, что определенные вещи нельзя чистить в домашних условиях, а некоторые вещи просто очень трудно постирать, ковер например, им необходима профессиональная, специальная чистка. Именно по этой причине даже несмотря на технологический прогресс, услугами химической чистки пользуется достаточно большое количество людей.

Все бытовые услуги имеют социально-ориентированный характер, их ценность как экономического блага и государственного достояния непрерывно увеличивается, поэтому сфера бытовых услуг является одной из основных составляющих сервисной сферы.

Общий объем российского рынка услуг химчисток и прачечных в 2015 году составил: 5,1 млрд. рублей, из которых более 60% приходится на услуги химчисток, данный показатель включает как конечных потребителей, так и корпоративный сегмент. Можно отметить, что в 2010–2015 гг. объем услуг химчисток в денежном выражении рос почти в семь раз быстрее, чем объем услуг прачечных – на 11,4% против 1,6% в год.

В данной сфере участвует большое количество фирм, которые не занимают монопольного положения на рынке. Таким образом, в сфере химчистки имеется возможность весьма быстро создать условия для свободной конкуренции между производителями услуг.

Стоит сказать, что рынок услуг химической чистки и профессиональной стирки в России продолжает свое развитие даже невзирая на трудную экономическую обстановку. Развитие осуществляется, в первую очередь, за счет открытия новых пунктов приема вещей, а также за счет укрупнения прачечных и расширения чистящего оборудования предприятий химчистки, при этом в качестве нового оборудования все чаще выбирают машины химической чистки на альтернативных растворителях.

Клиентов предприятия по тому, чего они в первую очередь ожидают от предприятия химчистки, условно можно разделить на три класса:

- предпочтение результатам чистки (удаляемость пятен, общая чистота, гигиеничность);
- предпочтение условиям доставки (скорость, доступность, компетентность, пунктуальность);
- предпочтение цене (по прейскуранту, по акциям, с использованием накопительных скидок и т.п.).

В ходе работы были выявлены основные причины отказа от пользования услуг химчисток и прачечных. Ими являются:

- высокий уровень цен или несоответствие цен на услуги качеству их исполнения имеет наибольшую значимость при отказе от потребления данных услуг;
- отсутствие предприятий во многих городах и районах также сильно сказывается на снижении степени удовлетворения потребностей в услугах прачечных, химической чистки и крашения.

Пользователями услуг химчисток и прачечных являются в основном люди среднего возраста 20–60 лет, что обусловлено доходами: молодые и пожилые люди редко когда могут позволить себе такие дорогие услуги.

Доходы пользователей прачечных и химчисток представлены на рисунке 2.1.

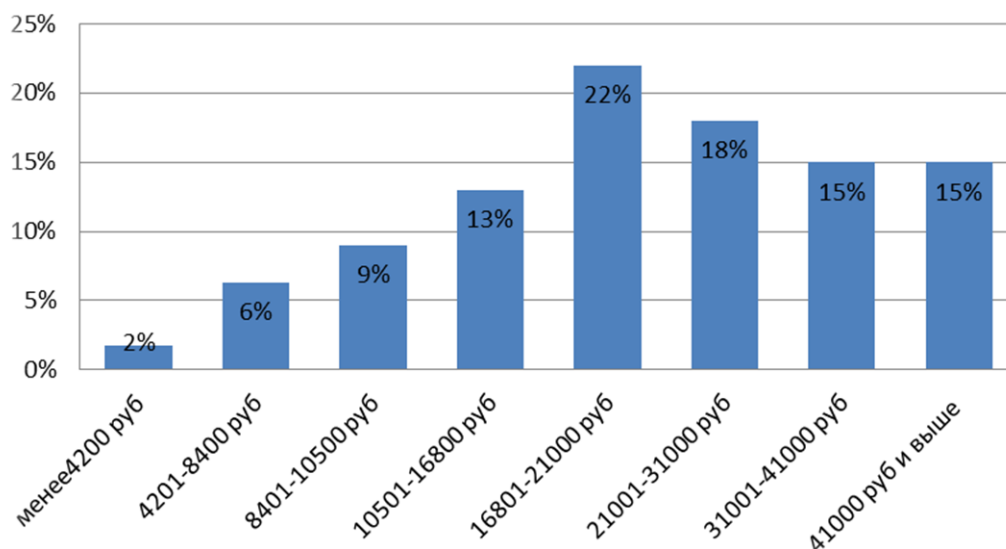


Рисунок 2.1 – Структура доходов клиентов химчистки

На диаграмме видно, что наиболее многочисленной группой среди пользователей химчисток являются люди со средним доходом на семью от 17 до 21 тысяч рублей.

Средняя заработная плата Челябинска за последние 12 месяцев составляет 20022 руб. Это показывает, что в нашем городе большая база потенциальных клиентов[62].

Рассматривая структуру потребителей химчисток и прачечных, было выявлено, что основную массу потребителей услуг химической чистки составляют образованные люди. Это говорит о том, что люди, имеющие высшее образование, предпочитают использование данного вида услуг. Это так же связано с доходами людей. Ведь по статистике человек с высшим образованием имеет более высокую заработную плату, работая в более престижной, крупной организации, нежели личность, не получившая данного образования. Так что эти 2 фактора связаны между собой. Таким образом, увеличение образованного приведет за собой увеличение средней заработной платы, что в свою очередь приведет к росту числа потенциальных клиентов.

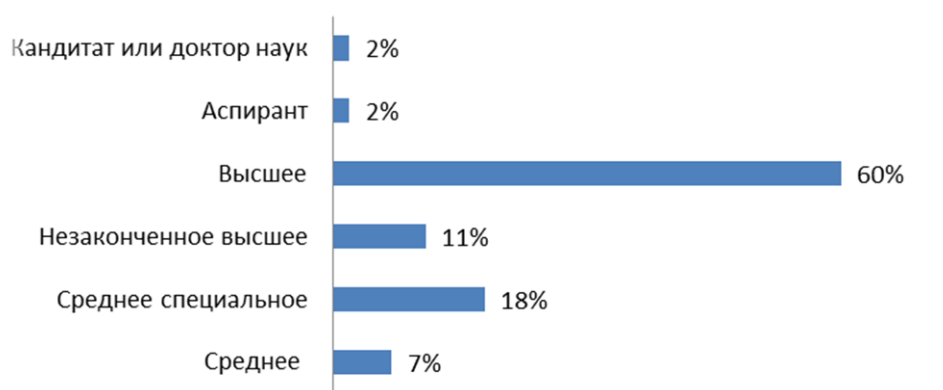


Рисунок 2.2 – Структура потребителей по виду образования

Как видно клиенты химчистки с высшим образованием составляют 60%. Также можно отметить, что с увеличением числа образованного населения (высшее образование) может пропорционально увеличиваться рост количества потребителей услуг химической чистки, т.е. культура использования химчисток формируется в слоях населения с высшим образованием, но соответственно с определенным достатком. Как я уже упоминал выше, средний достаток должен составлять от 17 до 21 тысячи рублей на семью.

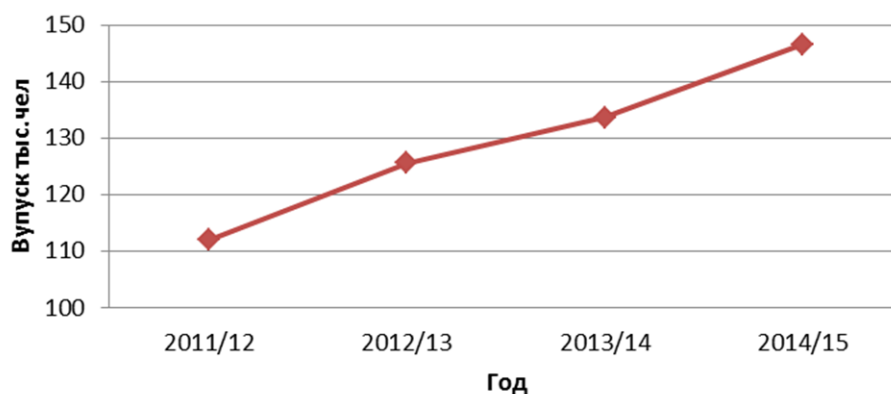


Рисунок 2.3 – Количество выпускников ВУЗов в Челябинске

На данном графике видно, что количество людей с высшим образованием в Челябинске с каждым годом растет. И как я уже писал выше, с увеличением количества образованного населения может расти и количество клиентов химчисток. Это показывает, что Челябинск является перспективным рынком.

Как показывают результаты многочисленных опросов, все больше заказчиков выбирают предприятие химчистки по удобству расположения. Так, 34% опрошенных говорят, что обязательным условием для пользования ими услуг химчистки является ее местоположение в радиусе не более 1 км от дома, 54% отвечающих допускают расстояние от дома в пределах 5 км, и лишь 12% будут использовать услуги фирмы, находящейся на расстоянии до 10 км, для них важно качество стирки. Поэтому одной из важнейших составляющих успеха современного предприятия химчистки становится управление внешней логистикой: сегодня химчистка должна идти к клиенту, а не наоборот.

На Челябинском рынке есть немало различных химчисток. Но основными игроками на рынке являются 3 фирмы:

1. «Диана»».
2. «Лючия».
3. «Итальянская химчистка».

Главными они считаются потому, что их количество пунктов приема преобладают над конкурентами, а также спектр услуг, предоставляемый этими фирмами шире, чем у остальной массы предприятий данной сферы.

В таблице 2.1 представлено небольшое сравнение этих трех фирм.

Таблица 2.1 – Сравнение с конкурентами

Предприятие	Мощность производства	Кол-во пунктов приема	Наличие собственного автопарка
«Лючия»	~200кг\смену	8	да
«Итальянская химчистка»	~200кг\смену	9	да
«Диана»	~400кг\смену	11	да

Как видно из таблицы предприятие «Диана» занимает лидирующие положение на рынке химчисток города Челябинска. Она превосходит своих конкурентов и по мощностям, что позволяет ей обрабатывать больше вещей, и по количеству приемных пунктов. Другой конкурент «Итальянская химчистка» во многом схож с нашей фирмой, у него идентичная производственная мощность, но пунктов приема у него на один больше. Но мой проект направлен на то, чтоб такого преимущества у данной фирмы больше не было.

2.3 Описание проекта

Мой проект заключается в том, чтобы открыть новый пункт приема вещей химчистки «Лючия» в Советском районе города Челябинска.

Советский район является вторым после ЧМЗ по территории, его площадь составляет 78 км². При этом на этой огромной территории находиться всего лишь один пункт приема вещей конкурирующей фирмы, да и тот находится на самой границе с другим районом. Таким образом, место не насыщено предложением, что может стать хорошим подспорьем для популяризации данного пункта химчистки. Ведь для потребителей очень важно чтоб пункт располагался недалеко от их дома. А в современном мире предприятие должно делать все возможное для максимизации удобств своих клиентов. Это позволит выгодно отличаться от конкурентов, что позволит еще увеличить количество людей которые захотят воспользоваться услугами данной организации. Так что открытие пункта в этом районе является весьма перспективным выбором.

В доказательство своих слов я привожу карту Челябинска с отмеченными на ней химчистками. Карта изображена на рисунке 2.4.

На карте видно, что большая часть пунктов приема различных химчисток находятся на северо-западе и в центре города, а в Советском районе, как я уже писал выше, находится всего лишь один приемный пункт.

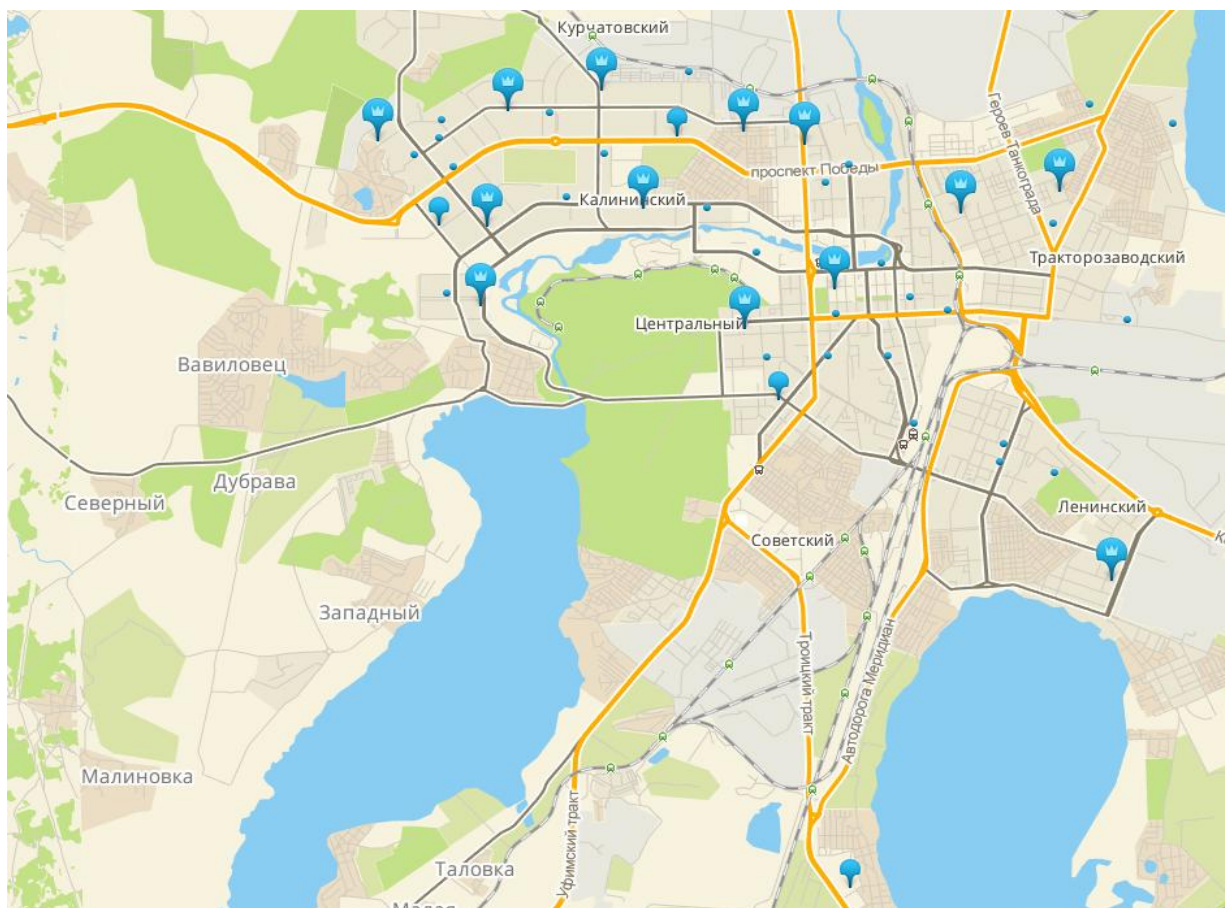


Рисунок 2.4 – Карта пунктов приема химчисток г. Челябинска

Пункт будет расположен в торговом комплексе «Кольцо», который является одним из крупнейших комплексов в данном районе города. Пункт будет находиться возле гипермаркета «Spar», самым посещаемым местом в данном комплексе. Это внесет свою лепту в популяризацию данного пункта.

Пункт приема представляет собой небольшое помещение, где работает один сотрудник фирмы (смена 2/2). Он консультирует клиентов о предоставляемых услугах по телефону или лично, так же работает с базой данных на компьютере.

Если клиента все устраивает, сотрудник принимает его вещи или отправляет машину забрать вещи из дома клиента. После приема грязной одежды, приемщица сортирует ее и подготавливает к отправке на чистящую фабрику. А в конце рабочего дня приезжает машина и забирает вещи в цех чистки.

Выдача чистой одежды производится в этом же пункте, либо доставляется на дом, если этого пожелает клиент.

Преимущества данного проекта:

- не нужно закупать никакого дорогостоящего оборудования;
- нет необходимости в большом количестве сотрудников, нужно всего лишь 2 сотрудника;
- свободное от конкурентов месторасположение.

Инвестировать проект планируется из собственных средств химчистки, а именно, из нераспределенной чистой прибыли.

Для продвижения моего проекта, а также самого предприятия в принципе я собираюсь создать сайт нашей химчистки, так как до этого момента он отсутствует, что является большим упущением. В наше время все больше людей пользуется интернетом, ищет там выгодные для себя товары и услуги. Грамотно организованный сайт поможет привлечь клиентов к нашей химчистке. На сайте будет размещена вся контактная информация, такая как номера телефонов всех пунктов приема, а также их адреса. Кроме того там будет находиться перечень наших услуг с указанием цены, чтобы люди могли не звоня узнать всю нужную для них информацию.

В стоимость создания сайта входит так называемая контекстная реклама в интернете. Принцип работы заключается в следующем:

- создается объявление с описанием предоставляемых услуг, затем подбираются ключевые слова, по которым реклама будет показываться при поиске;
- если запрос пользователя соответствует ключевым словам, реклама появляется над результатами поиска или рядом с ними;
- люди нажимают на объявление и переходят на сайт или звонят в офис, оплата за рекламу происходит только в этих случаях[27].

Таким образом, получится привлечь больше посетителей на наш сайт, что в теории позволит находить все больше клиентов для химчистки.

Кроме этого я планирую арендовать рекламный щит, который находится возле ТК «Кольцо» и разместить на нем баннер с рекламой пункта приема

химчистки. Этот щит располагается возле въезда на парковку данного комплекса, так что эту рекламу увидит большое количество человек.

В целях обоснования открытия нового пункта приема на предприятии химчистки «Лючия» был проведен анкетный опрос потенциальных потребителей см. Приложение 1. Опрос проводился в ТК «Кольцо» г. Челябинска, где и планируется открытие, в качестве аудитории опроса были выбраны люди, возрастной категории 20–60 лет, т.к. согласно информации аналитиков это средний возраст посетителей химчистки. Было опрошено 100 человек.

Результаты опроса можно увидеть в виде круговых диаграмм ниже на рисунках 2.5–2.10.



Рисунок 2.5 – Результат опроса потребителей

Большинство людей хорошо относятся к услугам химической чистки.



Рисунок 2.6 – Результат опроса потребителей

Больше половины опрошенных изъявили желание пользоваться данными услугами



Рисунок 2.7 – Результат опроса потребителей

Основная масса людей ходит в химчистку 1 раз в сезон, четверть же опрошенных чистит вещи 1 раз в месяц.



Рисунок 2.8 – Результат опроса потребителей

54% респондентов согласны пользоваться услугами химической чистки, в случае если пункт расположен не более 5 км от их дома.

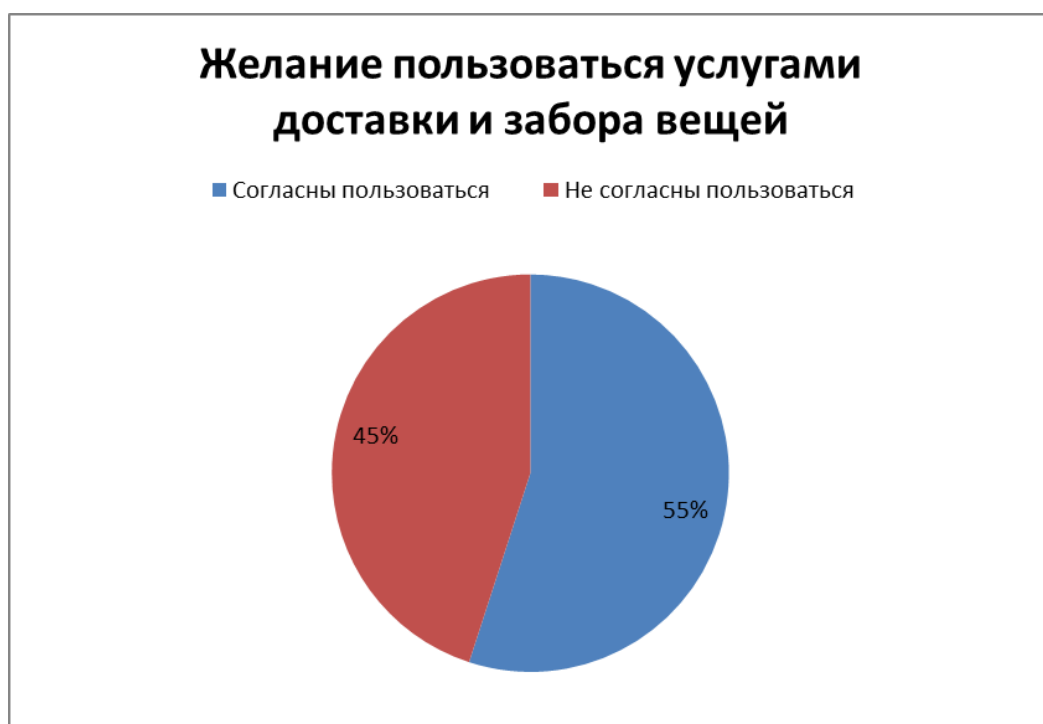


Рисунок 2.8 – Результат опроса потребителей

45% опрошенных выразили желание пользоваться услугами доставки и забора вещей.



Рисунок 2.10 – Результат опроса потребителей

ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ: итак, можно сказать, что химчистки распространены в большинстве стран мира. В России также много предприятий данной сфере. Безусловно, отечественные химчистки стремятся приблизиться к европейскому уровню обслуживания. Поэтому, необходимо делать все для удобства клиентов. Открытие нового пункта приема в районе, где до этого не было не одного конкурента, хорошо поспособствует этому.

Нельзя не отметить, что химчистки являются неотъемлемой частью современного города. Из-за ускорения темпов жизни в России спрос на такие услуги постоянно растет. Следовательно, нужно подстраиваться под этот растущий спрос.

В ходе работы было проведено анкетирование жителей Челябинска, которое показало, что люди в данном районе в большей своей части заинтересованы в услуге, в случае если им все понравится, они готовы рекомендовать данное предприятие. Но также для многих важно, чтоб химчистка была недалеко от них, именно это желание мой проект собирается осуществить, путем открытия нового пункта приема.

3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

3.1 Моделирование входных параметров инвестиционного проекта

Для открытия нового пункта приема необходимо произвести закупку оборудования. Услуги доставки в данном случае не понадобятся, так как все необходимое можно купить в этом же торговом комплексе. Список оборудования и его стоимость указаны в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Вложения в основные фонды

Наименование	Кол-во	Цена за ед., руб.	Общая сумма, руб.
Письменный стол	1 шт	6 000	6 000
Рабочее кресло	1 шт	2 500	2 500
Системный блок	1 шт	15 000	15 000
Монитор	1 шт	5 500	5 500
Вешалки	2 шт	2 000	4 000
Диван	1 шт	8 000	8 000
Телефон	1 шт	1 500	1 500
Итог	42 500		

Итог: вложения в основные фонды составят 42 500 рублей.

Перейдем к планированию постоянных издержек проекта за год.

Посчитаем расходы за электроэнергию. 0,25 кВт/час – потребляет компьютер средней мощности. Работать компьютер должен 12 часов в сутки в

течение всего рабочего года. Телефон же потребляет 0,05 кВт/час. Общее число часов работы компьютера и телефона в год составляет 3 960 часов.

Расчет стоимости планируемой потребляемой электроэнергии за год проводится произведением потребляемой мощности, часов работы и тарифной ставки в размере 4 рубля за 1 кВт/ч. Итак, сумма к уплате за электроэнергию компьютера за год составит: $0,25 \cdot 3960 \cdot 4 = 3\,960$ рубля, сумма за телефон: $0,05 \cdot 3960 \cdot 4 = 792$ рубля.

Амортизационные отчисления, рассчитываемые с помощью линейного способа за год составят (При сроке полезного использования равному 10 годам): $42\,500 / 10 = 4\,250$ рублей

Арендная плата составляет 500 рублей за 1 кв.м. Помещение составляет 15 кв.м. Итого за год = $500 \cdot 15 \cdot 12 = 90\,000$ рублей.

Стоимость создания сайта и поддержание его в работоспособности обходиться в 8 000 рублей в год.

Стоимость размещения рекламы на баннере возле торгового комплекса составляет 120 000 рублей в год.

Все постоянные издержки предприятия представлены в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Постоянные издержки за год

Наименование	Стоимость за год, руб.
Электроэнергия	4 752
Амортизация	4 250
Аренда	90 000
Создание и поддержка сайта	8 000
Реклама на баннере	120 000
Итого	227 002

Итого постоянные издержки предприятия равны 227 002 рублей.

Дальше стоит посчитать переменные издержки проекта за год.

Затраты на заработную плату сотрудникам составляют 1 200 рублей за смену. За год получается $= 1200 \cdot 30 \cdot 12 = 432\,000$ рублей.

Так же затраты на одноразовые тканевые чехлы для вещей, стоимостью 20 рублей за чехол. Так как пункт только открывается затраты на чехлы составят: $11\,000 \cdot 20 = 220\,000$ рублей. В следующие года объемы вещей увеличатся, соответственно и затраты на чехлы.

Все переменные издержки предприятия представлены в таблице 3.3

Таблица 3.3 – Переменные издержки за год

Наименование	Стоимость за год, руб
Заработная плата	432 000
Чехлы	220 000
Итого	652 000

Итого общие планируемые издержки составят: 652 000 рублей.

Для того чтобы рассчитать выручку, необходимо знать стоимость и объем предоставляемых услуг.

Так как список услуг фирмы достаточно велик, объем я буду измерять в килограммах обработанных вещей. Из разговора с представителем компании я узнал, что средняя стоимость 1 килограмма вещей составляет 350 рублей. Кроме этого я узнал, что данный пункт в первом году своей работы будет отгружать примерно 300кг вещей в месяц.

На основе этих данных посчитаем выручку за первый год $= 300 \cdot 350 \cdot 12 = 1\,260\,000$ рублей.

Для того, чтобы проект начал работу и успешно функционировал в течение первого месяца, необходимо произвести некоторые затраты в оборотные фонды. В таблице 3.4 представлены затраты для функционирования проекта.

Таблица 3.4 – Затраты на функционирование проекта в первый месяц

Наименование	Стоимость за год, руб.
Электроэнергия	432
Чехлы	40 000
Аренда	90 000
Создание и поддержка сайта	8 000
Заработная плата	36 000
Реклама на баннере	120 000
Итого	294 432

Итого затраты на функционирование проекта в первый месяц составят: 294 432 рублей.

Теперь можно посчитать капитальные вложения в проект. Они представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Капитальные вложения в проект

Наименование	Стоимость, руб.
Затраты в первый месяц	294 432
Вложения в основные фонды	42 500
Итого	336 932

Сумма капитальных вложений составит: $42\,500 + 294\,432 = 336\,932$ руб.

В качестве налогового режима предприятие выбрало себе упрощенную налоговую систему, в качестве объекта налогообложения выступают «доходы» предприятия. В данном случае ставка налога составляет 6%.

Налог за первый год: $1\,260\,000 \cdot 0,06 = 75\,600$ рублей.

Но так как применяется УСН и в качестве объекта выбраны «доходы», можно уменьшить сумму налога на страховые взносы, уплаченные за работников.

Сумма выплат за первый год составляет 129 600 рублей. Таким образом, мы можем уменьшить сумму налога на половину: $75\,600/2=37\,800$ рублей.

Сведем все данные по периодам и представим их в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Сводные данные по периодам

Наименование	Период			
	2017	2018	2019	2020
Инвестиционные вложения, руб.	–336 932			
Объем продаж, руб.	3 600	3 776	3 945	4 102
Цена, руб.	350	370	385	400
Выручка, руб.	1 260 000	1 397 120	1 518 825	1 640 800
Постоянные издержки, руб.	227 002	238 125	248 841	258 794
в т.ч. Амортизация, руб.	4 250	4 250	4 250	4 250
Переменные издержки, руб.	652 000	683 948	714 725	743 314
Общие затраты, руб.	879 002	922 073	963 566	1 002 108
Прибыль, руб.	380 998	475 047	555 259	638 692
Налог УСН, руб.	37 800	41 913,60	45 564,75	49 224
Чистая прибыль, руб.	343 198	433 133,30	509 694,52	589 467,64

3.2 Расчет простых и дисконтированных показателей оценки эффективности проекта.

1. Чистый доход NV.

Рассчитаем чистый доход по формуле(1).

$$NV = 1\,875\,493 - 336\,932 = 1\,538\,561 \text{ рублей}$$

Вывод: Проект является эффективным, т.к. показатель больше нуля.

2. Норма прибыли ARR.

Рассчитаем норму прибыли по формуле(2).

$$ARR = ((1\ 875\ 493/4)/336\ 932)*100\% = 139,2\%$$

Вывод: Проект является эффективным, т.к. значение показателя выше ставки дисконтирования.

3. Недисконтированный срок окупаемости РВ.

Срок окупаемости проекта будет рассчитан по формуле(3).

$$PP = \frac{336\ 932}{1\ 875\ 493/4} * 12 = 8,62$$

Таким образом, инвестиции в данный проект будут покрыты через 8,62 месяца после его запуска.

4. Индекс доходности PI.

Расчет индекса доходности произведем по формуле(4).

$$PI = \frac{1\ 875\ 493}{336\ 932} = 5,57$$

Вывод: Инвестировать в данный проект выгодно, т.к. индекс доходности больше 1. В данном случае на каждый, вложенный в проект, рубль будет приходиться 5,57 рубля прибыли.

Для более объективной оценки эффективности проекта следует рассчитать ряд дисконтированных показателей, которые приведут будущие притоки и оттоки денежных средства к настоящему моменту.

1. Чистый дисконтированный доход NPV:

Чистый дисконтированный доход посчитаем по формуле(5).

$$NPV = 1\ 003\ 379,71 - 336\ 932 = 666\ 447,71 \text{ рублей}$$

Вывод: чистый дисконтированный доход от реализации проекта больше нуля, значит данный проект эффективен.

Для расчета NPV необходимо посчитать ставку дисконтирования. Ее расчет произведем по формуле(6).

Расчет ставки дисконтирования представлен в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчет ставки дисконтирования

Показатель	Значение			
Ставка рефинансирования ЦБ РФ(r_m)	11	11	11	11
Уровень инфляции(j)	4,9	4,5	4	4
Премия за риск(r)	10	10	10	10
Ставка дисконтирования(d)	28	27,5	27	27

2. Дисконтированный индекс доходности DPI:

Расчет дисконтированного индекса доходности произведем по формуле(7).

$$DPI=(666\,447,71)/336\,932=1,98$$

Вывод: Инвестировать в данный проект выгодно, т.к. индекс доходности больше 1. В данном случае на каждый вложенный в проект рубль будет приходиться 1,98 рубля прибыли.

3. Дисконтированный период окупаемости DPB:

В связи с неравномерностью денежных поступлений от проекта по периодам, целесообразней рассчитать дисконтированный период окупаемости, используя не среднегодовую прибыль, а накопленный кэш фло:

$$1г: -336\,932 + 268\,123,44 = -68\,808,56$$

$$2г: -68\,808,56 + 265\,400,31 = 196\,591,75$$

Таким образом, во втором году проекта будут покрыты инвестиционные затраты, рассчитаем подробнее дисконтированный срок окупаемости:

$$DPP=12+(68\,808,56/265\,400,31)*12 = 15,1\text{мес.} = 1г. 3,1\text{ мес.}$$

4. Дисконтированная норма прибыли IRR

График IRRизображен на рисунке 3.1.

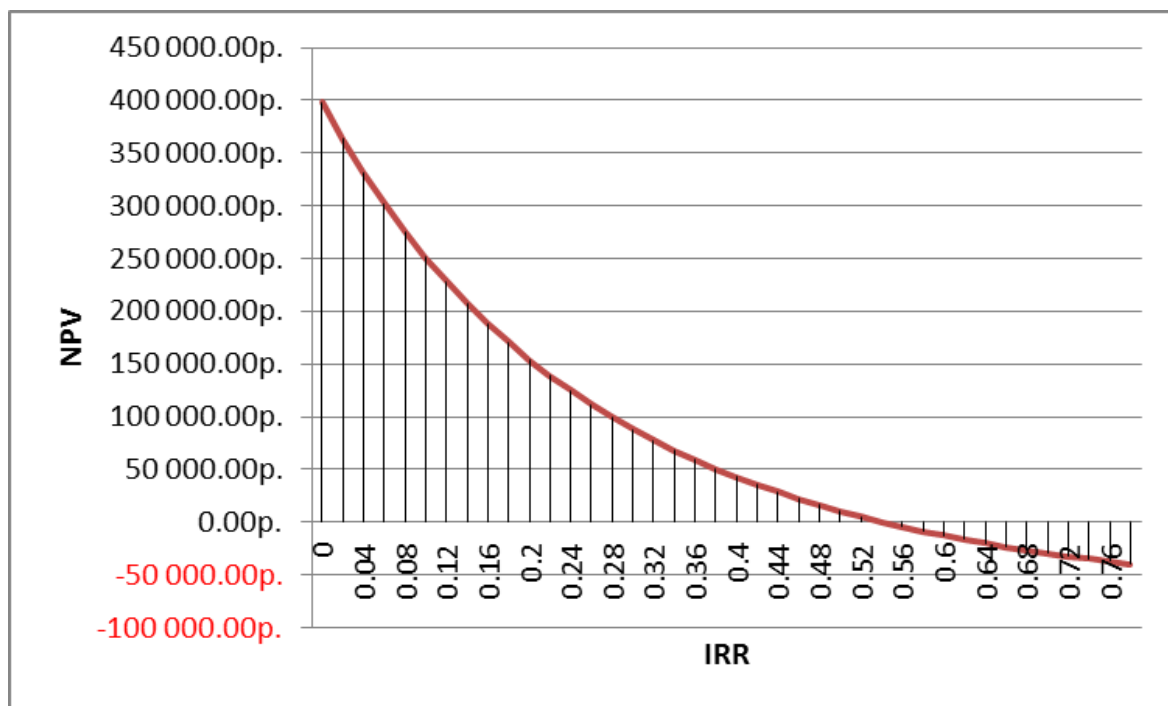


Рисунок 3.1 – График IRR

Данный график отражает процентную ставку, при которой NPV от реализации проекта будет равным нулю. На графике IRR = 54%. IRR превышает используемую в расчетах ставку дисконтирования (28%) на 26%, а значит, проект можно считать эффективным.

Для наглядности сведем все дисконтированные и недисконтированные показатели в таблицу 3.7.

Таблица 3.7 – Дисконтированные и недисконтированные показатели

Показатель	Значение
Чистый доход (NV), руб.	1 538 561
Чистый дисконтированный доход (NPV), руб.	666 448
Период окупаемости (PB), мес.	8,62
Дисконтированный период окупаемости (DPB), мес.	15,1
Индекс доходности (PI)	5,57
Дисконтированный индекс доходности (DPI)	1,98
Норма прибыли (ARR), %.	139,2
Дисконтированная норма прибыли (IRR), %.	54

Все показатели говорят, что проект будет эффективным, т.е. выгодным для инвестирования в него.

Далее я хочу построить график жизненного цикла проекта. Но для этого мне необходимо посчитать накопленные денежные потоки. Расчет этих показателей представлен в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Накопленные денежные потоки

Показатель	Период			
	1	2	3	4
Накопленный недисконтированный CF, руб.	6266,00	439399,30	949093,82	1538561,47
Накопленный дисконтированный CF, руб.	-68808,56	196591,75	442507,35	666447,71
Чистый доход (NV) , руб.	1538561,47			
Чистый дисконтированный доход (NPV) , руб.	666447,71			

Теперь на основе данных этой таблицы можно построить график жизненного цикла проекта. Данный график представлен на рисунке 3.2

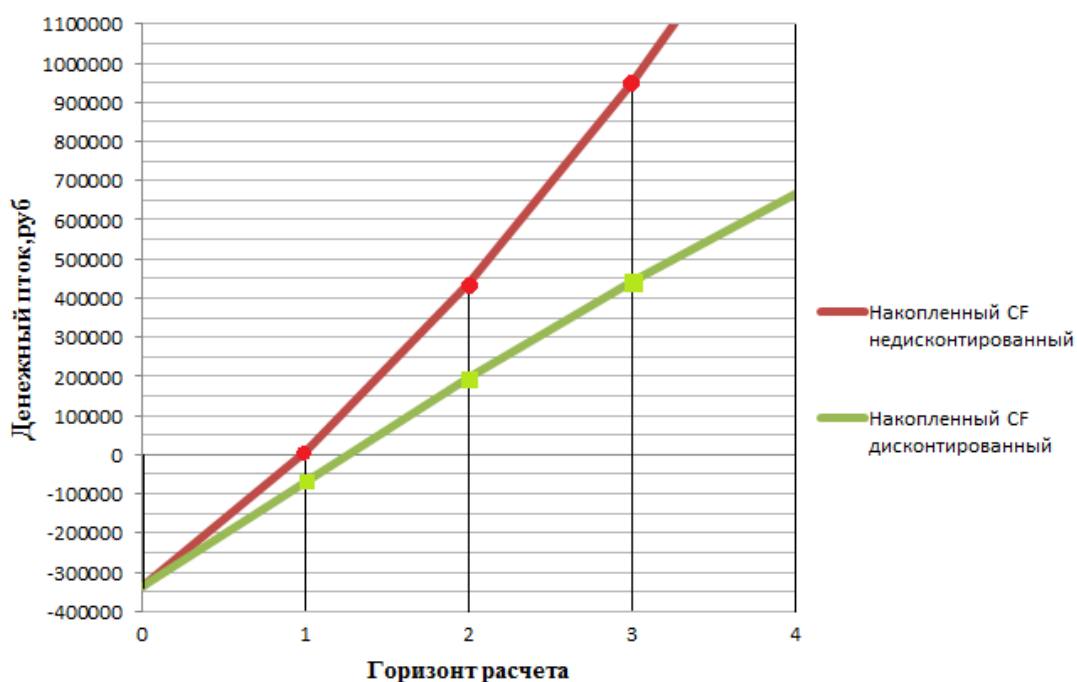


Рисунок 3.2 – График жизненного цикла проекта

3.3 Анализ безубыточности и чувствительности проекта

Рассчитаем минимальный объем выручки, которую необходимо получить для того, чтобы проект не был убыточным.

Расчет точки безубыточности проведем по формуле(8)

$$Q_б = \frac{1\,260\,000 * 227\,002}{1\,260\,000 - 652\,000} = 470\,432 \text{ рублей}$$

График безубыточности представлен на рисунке 3.3.

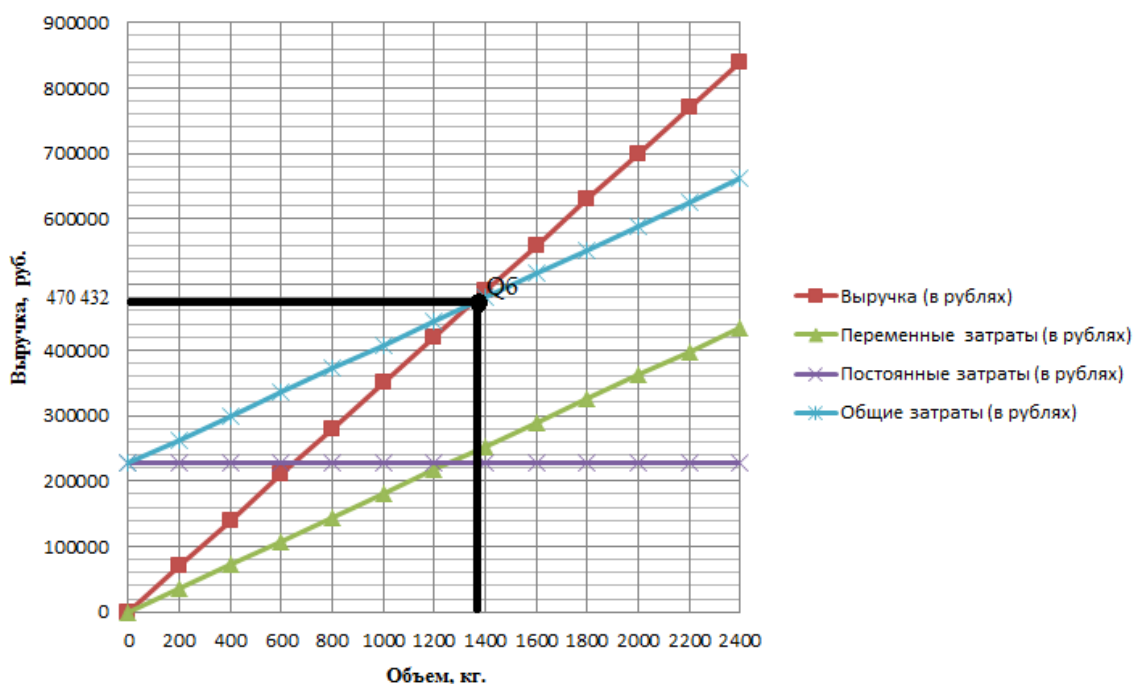


Рисунок 3.3 – График безубыточности

Таким образом, при выручке равной 470 432 рублей проект не будет приносить прибыли, но и не понесет убытков.

Объем при котором будет достигнута такая выручка составляет 1 343,52 кг постиранных вещей.

Для полноценной оценки эффективности проекта необходимо выявить наиболее опасные факторы, влияющие на его конечные характеристики.

Возьмем NPV в качестве конечной характеристики проекта, а объем услуг, величину постоянных и переменных издержек и стоимость предлагаемых услуг – в качестве факторов, влияние которых нужно выявить.

Результаты расчетов влияния факторов представлены в таблице 3.9

Таблица 3.9 – Влияние факторов на NPV

Факторы	–20%	–10%	0	10%	20%
NPV (P)	46 308	356 378	666 448	976 517	1 286 587
NPV (Q)	357 445	511 947	666 448	820 949	975 450
NPV(FC)	871 080	778 252	666 448	532 704	373 822
NPV(VC)	977 585	822 016	666 448	510 879	355 311

На основе этих данных можно построить график чувствительности предприятия. Данный график изображен на рисунке 3.4.

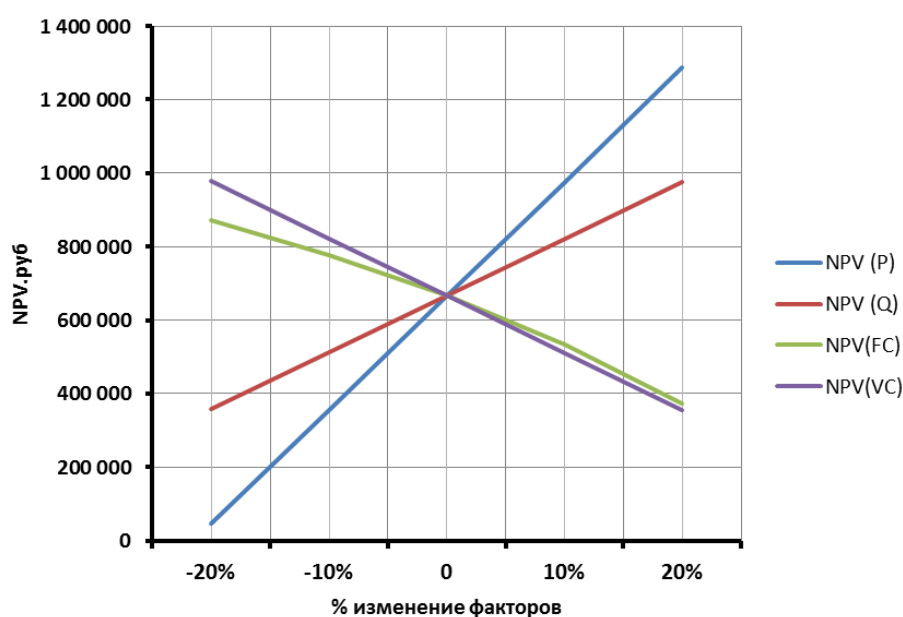


Рисунок 3.4 – График чувствительности

Исходя из графика чувствительности, можно распределить рассмотренные факторы по степени влияния на NPV:

1. Наибольшее влияние оказывает цена: при уменьшении цены на 20% проект вплотную приблизится к нулевой отметке, это говорит о высокой зависимости проекта от уровня цен.
2. Остальные факторы оказали в целом одинаковое влияние на NPV, даже при 20% уменьшении объема и 20% увеличение постоянных и переменных издержек прибыль не опускалась ниже 350 000 рублей.

Выводы по третьей главе: в ходе анализа инвестиционной привлекательности проекта по открытию нового пункта приема химчистки было выявлено, что проект является выгодным, целесообразным и эффективным. Расчет как простых, так и дисконтированных показателей эффективности позволил сделать следующие выводы:

1. Чистый дисконтированный доход проекта за 4 года составил 666 448 руб. Это значение больше 0, следовательно, проект можно принять.

2. Норма прибыли (ARR) составила 127,5%. Это значение больше ставки дисконтирования, что говорит о прибыльности данного проекта. Внутренняя норма доходности (IRR) = 54%. Это показывает, что максимальная ставка дисконтирования, при которой проект не будет иметь убытков равна 54%.

3. Индекс доходности (PI) = 5,57. Так как значение показателя больше единицы, что проект является доходным. Он показывает, что на 1 рубль затрат приходится 4,47 рубля прибыли. Дисконтированный индекс доходности (DPI) = 1,98. Значение этого показателя больше единицы, следовательно, проект можно считать выгодным. В данном случае на 1 рубль затрат приходится 0,98 рубля прибыли.

4. Период окупаемости (PP). Время, необходимое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока, составит 8,6 месяца. Дисконтированный период окупаемости (DPP) показал, что для покрытия начальных инвестиций за счет чистого дисконтированного дохода потребуется 1 год и 3,1 месяца.

В ходе работы был проведен анализ безубыточности, который показал, что объем выручки, который позволит проекту быть безубыточным, составляет 470 432 рублей.

В конце был проведен анализ чувствительности проекта к изменению четырех факторов, оказывающих влияние на показатель NPV. Наибольшее влияние оказали цены. Анализ показал, что проект имеет высокую чувствительность к изменению цен.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В процессе работы были рассмотрены теоретические аспекты инвестиций и инвестиционной деятельности, показаны принципы и задачи инвестиционной деятельности. Также были описаны показатели эффективности инвестиций и охарактеризована оценка рисков и безубыточности.

Во время работы был проведен анализ тенденций рынка химчисток России, а также зарубежный опыт в данной сфере. Он показал, что спрос на данные услуги растет с каждым годом. Кроме этого наблюдается тенденция максимизации удобств для клиентов при потреблении услуг, будь то удобное расположение или игровой автомат в химчистке.

В ходе работы было сделано опрос жителей Челябинска, потенциальных клиентов, которое показало, что люди в данном районе заинтересованы в услуге, в случае если им все понравится, они готовы рекомендовать данное предприятие. Но также для многих важно, чтоб химчистка была близко к их дому.

В практической части работы были выполнены расчеты показателей оценки инвестиционной привлекательности, анализ которых позволил сказать, что проект является прибыльным. NPV равен 666 448 рублей. Дисконтированный период окупаемости составляет 1 год и 3 месяца.

Кроме этого была проведена оценка чувствительности проекта к рискам и анализ безубыточности. Данный проект имеет высокую чувствительность к уровню цен, остальные факторы не оказали сильного влияния. Оценка безубыточности показала, что объем выручки, который позволит проекту быть безубыточным, составляет 470 432 рублей, при этом объем работ составляет 1 343,52 кг обработанных, постиранных вещей.

В завершение могу сказать, что цель, которую я ставил в начале моей работы, была достигнута, задачи были выполнены. Проект можно считать эффективным и экономически целесообразным.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамов, А.Е. Основы анализа финансовой, хозяйственной и инвестиционной деятельности предприятий. – М.: АКДИ, 2012. – 145с.
2. Анышин, В.М. Инвестиционный анализ – М.: Дело, 2010. – 86с
3. Баканов, М.И. Теория анализа хозяйственной деятельности / М.И. Баканов. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 158 с.
4. Балабанов И.Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта. – М.: Финансы и статистика, 2009, – 208 с.
5. Барноглыц, С.Б. Экономический анализ хозяйственной деятельности предприятий / С.Б. Барноглыц. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 427 с.
6. Белов И.А. Прибыль предприятия. // Финансы. №3, – 2008, с.40 – 47.
7. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.: Эльга-Н, 2011. – 162с.
8. Блохина, В.Г. Инвестиционный анализ. К.: Эльга-Н, 2011. – 85с.
9. Богатин, Ю.В.. Оценка эффективности бизнеса и инвестиций. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 284с.
10. Бородина, Е. И. Финансы предприятий / Е.И. Бородина – М.: Банки и биржи, 2010. – 208 с.
11. Быстров, В.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / В.А. Быстров; СибГИУ. – Новокузнецк, 2011. – с. 164.
12. Вахрин, П.И. Инвестиции: Учебник. – М.: Издательско – торговая корпорация «Дашков и К», 2013. – 384с.
13. Волков, О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 356 с.
14. Воронцовский, Т.О. Инвестиции и финансовые методы оценки и образования – С-П.: 2012 – 160с.
15. Деева, А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. – М.: Изд-во «Экзамен», 2009. – 436 с.
16. Головань, СИ. Бизнес планирование: Учеб. Пособие – М.: Феникс, 2012 –18с.

17. Горбачева Л.А. Анализ прибыли и рентабельности. – М.: Экономика, 2009. –195с.
18. Грачев, А.В. Оценка платежеспособности предприятия за период / А.В. Грачев. – М.: Проспект, 2012. – 327 с.
19. Грузинов, В.П. Экономика предприятия: учебник для ВУЗов / В.П. Грузинов - М.: ЮНИТИ, 2010. – 89 с.
20. Ефимова, О.В. Финансовый анализ. / О.В. Ефимова – М.: Бухгалтерский учет, 2011.– 351 с.
21. Игнатова, Е.А. Анализ финансового результата деятельности / Е.А. Игнатова, Г.М. Пушкарева - М.: Финансы и статистика, 2009.– 196 с.
22. Игошин, Н.В. Инвестиции. Организация управления и финансирование: Учебник для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. –542с.
23. Инвестиции : учебник // Под ред. Г.П. Подшиваленко. – М.: КНОРУС, 2008. – 496 с.
24. Инвестиции: учебник // Под ред. Ковалева В.В., Иванова В.А. – М.: ООО «ТК Велби». 2003. – 440 с.
25. Ионова, А.Ф. Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации / А.Ф. Ионова. – М.: Инфра, 2010. – 312с.
26. История появления химчистки [Электронный ресурс] // <http://www.renzacci.ru/polezno> 3. (дата обращения 03.05.2016г)
27. Как работает реклама с платой за клик [Электронный ресурс] // <https://www.google.ru/adwords/how-it-works>. (дата обращения 28.04.2016г)
28. Карлик, П.Н. Экономика предприятия: Учебное пособие – М.: Феникс, 2002. – 58с.
29. Кибанов, А.Я. Оценка экономической эффективности совершенствования управления предприятием. - М.: Инфра, 2010. – 106с.

30. Киреева, Н.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие: В 3 ч. / Урал. Соц.-эк. ин-т АТиСО. – Челябинск, 2014. – Часть III. – 160с.
31. Ковалев, В.В. Введение в финансовый менеджмент / В.В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 768 с.
32. Колтынюк, Б.А. Инвестиционные проекты: учебник – М.: 2010. – 33с.
33. Кондратьева З.А. Роль и значение индивидуального инвестирования в решении задач экономического роста // Финансы и кредит. 2011. – 404 с.
34. Кожухар В.М. Практикум по экономической оценке инвестиций: учебное пособие / В. М. Кожухар. – 3-е изд. - М.: Дашков и К, 2013. – 147с.
35. Лаврухина, Н.В. Экономика предприятия: Учебное пособие – М.: МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2003. – 57с.
36. Литвин М.И. Прогнозирование прибыли на основе факторной модели. // Финансовый менеджмент, № 6, 2009, с.3-10.
37. Лопарева, А.М. Экономика организации (предприятия) : учебно-методический комплекс / А.М. Лопарева. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2013. – 400с.
38. Лытнев, О.Н., Основы финансового менеджмента. Курс лекций. – М.: Дело, 2011. – 264с.
39. Любушин, Н.П. Анализ финансового состояния организации / Н.П. Любушин. – М.: Эксмо, 2011. – 308 с.
40. Маренков, Н.Л. Основы управления инвестициями. Учебник для ВУЗов – М: Эдиториал, 2013 - 480с.
41. Марголин, А.М. Инвестиционный анализ. – М.: РАГС, 2012. – 139с.
42. Маркин, Ю.П. Экономический анализ / Ю.П. Маркин. – М.: Омега-Л, 2010. – 315 с.
43. Мелкумов, Я. С. Экономическая оценка эффективности инвестиций. - М.: ИКЦ “ДИС”, 2011. – 160с.
44. Миллер, Н.Н. Финансовый анализ в вопросах и ответах: учебное пособие / Н.Н. Миллер. – М.: Экономика, 2012. – 169 с.

45. Мильнер, Б.З. Теория организации: Учебник – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 2014 – 480с.
46. Мухин С.А. Прибыль в новых условиях хозяйствования. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 144с.
47. Мыльник В.В. Инвестиционный менеджмент: Учебное пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Академический Проект, 2012. – 272с.
48. Непомнящий, Е.Г. Инвестиционное проектирование: Учебное пособие. Изд-во Таганрог: ТРТУ, 2013 – 262с.
49. Несветаев, Ю.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / Ю. А. Несветаев. – 3-е изд., стер. – М.: МГИУ, 2013. – 161с.
50. Норткотт, Д. Принятие инвестиционных решений. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2012. – 247с.
51. Нешиной, А. С. Инвестиции: Учебник/А.С. Нешиной. – 6-е изд., перераб. и испр. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2010. – 372 с.
52. Орлова, Е.Р. Инвестиции. – М.: ИКФ Омега-Л, 2013. – 284с.
53. Павлова, Л.Н. Финансы предприятий / Л.Н. Павлова. – М.: Финансы, «ЮНИТИ», 2010. – 437 с.
54. Почему американцы пользуются общественными прачечными? [Электронный ресурс] // <http://usa-info.com.ua/novosti/news/wash>. (дата обращения 15.04.2016г)
55. Раицкий, К.А. Экономика предприятия: учебник/ К.А. Раицкий. - М.: Информационно - внедренческий центр «Маркетинг», 2010. – 696с.
56. Рыбин, В.И. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий и объединений / В.И. Рыбин – М.: Финансы и статистика, 2011. –91с.
57. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 3-е изд. – Мн.: ИП «Экоперспектива»; «Новое знание», 2011. – 498с.
58. Скляренко В.К., Казакова Р.П. Методы планирования прибыли предприятия. // Справочник экономиста, № 2, 2010, с. 58.

59. Соломатин А. Н. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебник - 2-е изд., перераб. и доп. – М. ИНФРА-М, 2009. – 215 с.
60. Современная экономика / под ред. проф. О.Ю. Мамедова. Ростов-на-Дону: Феникс, 2011. – 526 с.
61. Теплова, Т. В. Финансовый менеджмент: управление капиталом и инвестициями: учебник для вузов – М.: ГУ ВШЭ, 2011. – 502с.
62. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] // <http://www.gks.ru>. (дата обращения 17.04.2016г).
63. Федеральный закон от 25.02.1999 N 39-ФЗ (ред. от 28.12.2013) "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений"
64. Хазанович Э. С. Инвестиции: Учеб.пособие / Э. С. Хазанович. – М.:КноРус, 2011. – 320 с.
65. Худякова, Т.А. Экономика предприятия / Т.А. Худякова. – Челябинск: Изд. центр ЮУрГУ, 2012.
66. Чернов В.А. Инвестиционная стратегия: Учебное пособие для вузов / В. А. Чернов .– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014 .– 158с.
67. Чудновский, А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство / А.Д. Чудновский. – М.: ЮР КНИГА, 2015. – 658 с.
68. Шеремет, К.С. Экономика современного туризма / К.С. Шеремет – СПб.: Герда, 2014. – 392 с.
69. Шматько, Л.П., Туризм и гостиничное хозяйство / Л.П. Шматько. – М.: Март, 2012. – 352 с.
70. Щекин, Г.А. Профессия - менеджер по кадрам / Г.А. Щекин. – М.: Инфра, 2012. – 197 с.
71. Экономика предприятия: учебник / Т.А. Худякова, А.В. Шмидт. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2012. – 55 с.
72. Янковский К. П. Инвестиции: Учебник / К. П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. –368 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета для определения наличия спроса потенциальных потребителей на услуги мехового холодильника на предприятии химчистки «Лючия».

1 – Как вы относитесь к химической чистке вещей ?

а) Положительно; б) Отрицательно, считаю что это портит вещи.

2-Будите ли вы пользоваться услугами химчистки, при открытии здесь нового пункта приема?

а) да; б) нет

3 – Как часто вы пользуетесь услугами химчистки?

а) 1 раз в неделю б) 1 раз в месяц в) 1 раз в сезон г) 1 раз в год д) реже, по мере необходимости

4 – Какая удаленность пункта приема вас устроит?

а) не более километра от дома б) расстояние от дома в пределах 5 км в) расстояние от дома в пределах 10 км.

5 – Вы бы воспользовались услугами транспортировки, за отдельную плату?

а) да; б) нет

6 – Будете ли вы рекомендовать данный пункт своим знакомым, если он вам понравится? .

а) да; б) нет;