

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/25040>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Инвестиционный менеджмент

Содержание

Введение 3

1. Теоретические основы формирования инвестиционной политики предприятия 5

1.1. Сущность инвестиционной политики предприятия, ее виды 5

1.2. Методы финансирования инвестиций предприятия 9

1.3. Оценка эффективности инвестиций предприятия 13

2. Оценка эффективности инвестиционного проекта по развитию сети магазинов «Новоторг» 18

2.1. Резюме проекта 18

2.2. Характеристика инициатора проекта 19

2.3. Основная идея и сущность проекта 23

2.4. Анализ рынка розничной торговли г. Хабаровск 28

2.5. План реализации проекта 31

2.6. Финансовый план реализации проекта 35

Заключение 38

Список использованной литературы 41

покупателей.

При открытии магазина основное внимание уделяется разработке вывески, оформлению фасада, а также обслуживанию первых покупателей.

Вывеска магазина должна быть яркой, запоминающейся и хорошо просматриваемой со всех сторон улицы. Также магазины должны находиться на расстоянии не менее 100м от детских садов и школ.

Лицензирование розничной торговли пивом не требуется [5, ст.18].

Рассмотрим факторы риска проекта.

Основные факторы риска связаны с изменениями в законодательстве, которые зачастую влекут за собой множество трудностей ведения бизнеса. Так, например, в 2016 году ввели единую систему контроля за объемом оборота алкогольной продукции ЕГАИС. Все оптовые продавцы и заводы-изготовители алкоголя должны подключиться с 1 января 2016 года, а розничные торговцы с 1 июля 2016 года. При этом многие правовые моменты системы не проработаны в полной мере: отсутствует нормативная база, регулирующая сроки подачи информации и разрешение спорных ситуаций. Например, пока неясно, как поступать, если покупатель произвел возврат алкогольной продукции.

Еще одним серьезным риском недополучения прибыли является возникновение конкурентов в этом же районе. Снизить данный риск возможно с помощью развития сети собственных магазинов. Таким способом достигается территориальная монополия на рынке разливного пива.

Во время падения покупательной способности населения возможно изменение спроса на те или иные сорта пива. Снизить риск несоответствия ассортимента потребностям клиентов позволит регулярный сбор отзывов покупателей и анализ объема продаж в ассортиментом разрезе.

Внутренние риски состоят в недобросовестной работе продавцов. Необходимо контролировать их работу каждый день.

Еще одним риском убыточной деятельности предприятия может стать неудачное время открытия магазина. Как упоминалось выше, лучше всего открывать магазин пива с наступлением весны, в преддверии майских праздников.

2.4. Анализ рынка розничной торговли г. Хабаровск

Розничный или потребительский рынок является значимой сферой экономической деятельности, которая выполняет важную роль – связывает продавца, предлагающего определенный набор товаров и услуг с

покупателями, которые имеют необходимость и возможность предлагаемые товары и услуги приобрести [5]. Без сферы потребительского рынка невозможно ни удовлетворение запросов и интересов населения, ни поддержание его жизнедеятельности.

Расширение потребительского рынка традиционно рассматривается как показатель роста благосостояния населения страны – это еще один факт, позволяющий судить о значимости изучаемой сферы [5].

По данным Хабаровской городской думы на сегодняшний день в городе работает 2 691 магазин, 760 кафе и ресторанов, а также 1 360 предприятий бытового обслуживания. [16] Каждый пятый хабаровчанин трудоспособного возраста работает на потребительском рынке Хабаровска. Кроме того, в городе работают два розничных рынка, 15 ярмарок по реализации продовольственных и промышленных товаров, а также 13 оптово-розничных баз, где более 1 000 предпринимателей предлагают товары по доступным ценам. [16] С 2012 года в краевом центре работает ярмарка «выходного дня», выделены ряды для реализации сельхозпродукции на городских рынках. Всего, таким образом, было реализовано около 900 тонн продукции на общую сумму 270 миллионов рублей. По данным мониторинга, в течение 2017 года в торговой сети города доля местной продукции составляла от 15 до 75 процентов. [16]

Согласно мониторингу, который городская мэрия проводит с 2015 года, на потребительском рынке Хабаровска отмечается стабильность, перебоев с обеспечением товарами нет.

Объем розничной торговли в 2017 году составил более 105 процентов по сравнению с 2016 годом, или свыше 213 миллиардов рублей. [16]

В частности, начал расти товарооборот в общественном питании – это самый тонкий индикатор роста благополучия. Открываются новые объекты. Обеспеченность торговыми площадями в Хабаровске превышает общероссийский норматив в полтора раза, а это основной критерий доступности товаров для населения. [6]

На фоне положительного прогноза объемов розничной торговли на сегодняшний день можно выделить следующие основные тенденции в развитии потребительского рынка Хабаровска и края: [5]

1. Изменение структуры розничных каналов продаж в сторону современных форматов торговли.

На сегодняшний день по Хабаровску и в целом по краю наблюдается сокращение количества магазинов с традиционной формой обслуживания, а количество предприятий, осуществляющих реализацию товаров по методу самообслуживания, наоборот растет.

Таблица 2.4.1

Количество магазинов самообслуживания в Хабаровском крае по состоянию на 01 января соответствующего года [6]

Виды магазинов Год

2010 2011 2012 2013 2014 2015 Прирост 2015 г.

по сравнению с 2010 г.

Продовольственные 127 129 128 169 196 195 68

Непродовольственные 276 309 395 461 417 486 210

Смешанные 88 114 136 154 179 182 94

Итого 491 552 659 784 792 863 372

Стоит отметить, что количество магазинов современных форматов торговли будет расти и далее, все больше вытесняя с рынка «традиционные» магазины.

2) Рост популярности дистанционной торговли через сеть Интернет.

Что касается Хабаровска и края, то доля продаж через Интернет в общем обороте розничной торговли составляет 0,8% и будет продолжать расти.

3) Увеличение доли реализации продукции местных производителей в общем объеме розничной торговли Хабаровского края.

Отток населения из отдаленных районов края, низкая покупательская способность не мотивируют предпринимателей на открытие и развитие объектов потребительского рынка. На сегодняшний день существенный отмечается недостаток торговых площадей.

4) Увеличение совокупного объема деятельности организаций потребительской кооперации.

На сегодняшний день в условиях действия кризиса и экономических санкций одним из основных вопросов является импортозамещение. С каждым днем предприятия торговли проявляют все большую заинтересованность в реализации продукции местных производителей. Так, количество ярмарок за 5 лет увеличилось на 24 единицы, также расширяется и география распространения ярмарок.

Несмотря на достаточно активное развитие розничной торговли, розничному рынку присущи и некоторые

проблемы: [5]

- недостаточный уровень покупательской способности из-за кризиса;
- дефицит квалифицированных кадров в сфере потребительского рынка;
- отсутствие единой системы информационного обеспечения в сфере потребительского рынка;
- отсутствие стандартизации конкуренции.

В целом, подводя итоги анализа текущего состояния розничной торговли потребительского рынка Хабаровска, можно сделать вывод о том, что в городе имеются хорошие возможности для дальнейшего развития данной сферы экономики.

2.5. План реализации проекта

План реализации предлагаемого проекта включает следующие этапы:

1. Государственная регистрация;
2. Поиск помещения, заключение договора аренды;
3. Ремонтные работы, дизайн;
4. Покупка оборудования, установка;
5. Получение разрешения СЭС и Пожарной службы;
6. Подбор персонала;
7. Поиск поставщиков и формирование оборотного капитала;
8. Установка кассового аппарата, а также подключение к системе ЕГАИС;
9. Уведомление Роспотребнадзора о начале деятельности;
10. Проведение маркетинговой кампании;
11. Начало работы.

Рассмотрим каждый из этапов более подробно.

Регистрация предприятия. В целом ООО «Новоторг» уже является зарегистрированным юридическим лицом. При необходимости под новую розничную сеть можно зарегистрировать отдельное юр лицо. Для открытия магазина пива достаточно регистрации в качестве ИП. ООО требуется только для оптовой реализации пивных напитков. Рекомендованная система налогообложения – УСН (6% с дохода) При выборе помещения нужно исходить из ассортимента предлагаемой продукции, близости конкурентов, нормы пожарной безопасности, а также учитывать контингент проходящего трафика людей. Таким образом, к помещению для организации магазина, который предоставляет более 20 сортов пива, можно предъявить следующие требования:

Список использованной литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: от 1 июля 1998 г. // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) [Электронный ресурс]: от 30.11.1994 №51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (ред. от 27.07.2010) // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) [Электронный ресурс]: от 26.01.1996 №14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 22.12.1995) (ред. от 08.05.2010) // СПС «Консультант плюс»: Законодательство: Версия Проф.
4. Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ
5. Об основных направлениях развития потребительского рынка в Хабаровском крае на период 2012-2015 годов (с изменениями на 12 мая 2014 года): Постановление Правительства Хабаровского края от 26 января 2012 года № 9-пр
6. Проект комплексной краевой программы «Развитие потребительского рынка в Хабаровском крае на 2016-2020 годы»
7. Игонина Л.Л. Инвестиции: Учеб. пособие /Л.Л. Игонина; Под ред. В.А. Слепова. – М.: Юристъ, 2012. – 480 с.
8. Касьяненко Т.Г. Экономическая оценка инвестиций: Учебник и практикум / Т.Г. Касьяненко, Г.А. Маховикова. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 559 с.
9. Ежегодный доклад Комитета ТПП РФ по развитию потребительского рынка [Электронный ресурс]: URL:<http://tpprf.ru/ru/interaction/committee/komtorg/ru>

10. Мальщук О.М. Проблемы разработки инвестиционной политики предприятия // Вопросы инновационной экономики. – 2011. – № 4 (4). – с. 29-38.
11. Турманидзе Т.У. Анализ и оценка эффективности инвестиций: Учебник. / Т.У. Турманидзе. – М.: ЮНИТИ, 2015. – 247 с.
12. Хазанович Э.С. Инвестиционная стратегия: Учебное пособие / Э.С. Хазанович, А.М. Ажлуни, А.В. Моисеев. – М.: КНОРУС, 2010. – 304 с.
13. Чикин И.Е. Потребительский рынок Российской Федерации: значение и понятие // Юрист. – 2008. – № 12. – С. 32-36.
14. Чуринов А. Система управления финансами компании // Финансовый директор, №3, 2012.
15. Шайхуллина А. Инвестиционная политика предприятия – как правильно составить // Финансовый директор. – №3. – 2018. – С. 28-33.
16. Штефан С. В Хабаровске стабильно растет объем розничной торговли // 14 февраля 2018 года. режим доступа: https://www.khabarovskadm.ru/news/index.php?ELEMENT_ID=757723
17. <http://novotorg.ru/> - официальный сайт ООО «Новоторг»

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/25040>