

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Оценка эффективности инвестиций в развитие предприятия (на примере ООО «Авис-медиа»)» содержит 99 страниц, 4 иллюстрации, 30 таблиц, 6 приложений, 13 формул.

ИНВЕСТИЦИИ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ, НАПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ, ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИЙ.

Объект работы – ООО «Авис-медиа»

Целью выпускной квалификационной работы является экономическое обоснование эффективности инвестиционных проектов по развитию предприятия (на примере ООО «Авис-медиа»).

В выпускной квалификационной работе для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- 1) изучить теоретические и методические основы оценки эффективности инвестиций в развитие предприятия;
- 2) провести анализ внутренней и внешней среды, анализ финансового состояния ООО «Авис-медиа» до реализации инвестиционного проекта и обоснована необходимость развития бизнеса ООО «Авис-медиа»;
- 3) разработать проекты по развитию и повышению эффективности работы ООО «Авис-медиа»;
- 4) дать оценку эффективности инвестирования в предприятие ООО «Авис-медиа».

В ходе данной работы был проведен анализ теоретических основ и показателей оценки инвестирования в развитие предприятия, был проведен экономико-организационный, финансовый анализ объекта исследования, предложены и экономически обоснованы варианты инвестирования в развитие предприятия.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1 Теоретические и методологические основы оценки эффективности инвестиций в развитие предприятия.....	6
1.1 Сущность и значение инвестиций.....	6
1.2 Основные направления инвестирования предприятия.....	10
1.3 Оценка эффективности инвестиционной деятельности компаний.....	14
2 Краткая технико-экономическая характеристика рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа».....	23
2.1 Общая характеристика компании.....	23
2.2 Анализ внешней среды ООО «Авис-медиа» в г. Красноярске.....	29
2.3. Финансовый анализ ООО «Авис-медиа» на основе внутреннего бухгалтерской отчётности за 2016-2018 г.	36
3 Оценка инвестиций в проекты по развитию предприятия ООО «Авис-медиа».....	55
3.1 Разработка и оценка эффективности инвестиционных проектов по развитию ООО «Авис-медиа».....	55
3.2 Оценка эффективности инвестиций в развитие предприятия.....	79
Заключение.....	83
Список использованных источников.	86
Приложения от А-Е.....	90-99

ВВЕДЕНИЕ

Развитие бизнеса имеет важное значение для экономики страны. В процессе развития предприятию требуются инвестиции. Инвестиционная эффективность на этапе развития бизнеса является важным показателем его результативности.

Необходимость в осуществлении вложения капитала в инвестиционные проекты может являться следствием различных факторов, но, чаще всего, самым главным среди них является стремление к росту компании. То есть главной целью инвестирования является обеспечение реализации наиболее эффективных форм вложения капитала, направленных на расширение экономического потенциала субъектов хозяйствования. В основе принятия инвестиционных решений лежит оценка инвестиционных качеств предполагаемых объектов инвестирования, которая в соответствии с методикой современного инвестиционного анализа ведется по некоторому набору критериев (показателей эффективности). Определение значений показателей эффективности инвестиций позволяет оценить рассматриваемый инвестиционный проект с позиции приемлемости для дальнейшей его реализации.

Компании самостоятельно планируют свое развитие и определяют его перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию, работы и услуги. В своей деятельности предприятия обязаны учитывать интересы потребителя и его требования к качеству поставляемой продукции и услуг.

Объектом исследования является рекламно-полиграфический центр ООО «Авис-медиа».

Предметом исследования является оценка эффективности инвестиций в проекты по развитию предприятия.

Целью выпускной квалификационной работы является экономическое обоснование эффективности инвестиционных проектов по развитию предприятия (на примере ООО «Авис-медиа»).

В выпускной квалификационной работе для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1) изучить теоретические и методические основы оценки эффективности инвестиций в развитие предприятия;

2) провести анализ внутренней и внешней среды, анализ финансового состояния ООО «Авис-медиа» до реализации инвестиционного проекта и обоснована необходимость развития бизнеса ООО «Авис-медиа»;

3) разработать проекты по развитию и повышению эффективности работы ООО «Авис-медиа»;

4) дать оценку эффективности инвестирования в предприятие ООО «Авис-медиа».

Методы исследования, использованные в работе: общенаучные, а именно, метод анализа и синтеза, метод дедукции и индукции, а также специальные - сравнительный метод, метод классификации и дифференциации, системно-структурный метод.

Выпускная квалификационная работа состоит из 3-х глав. В первой главе рассматривается сущность инвестиционной деятельности, рассмотрены пути стратегического развития предприятия, а также подходы к оценке инвестиционных проектов. Во второй главе проведён внутренний, внешний анализ среды ООО «Авис-медиа», финансовый анализ, а также предложены рекомендации по повышению эффективности и росту компании. В третьей главе рассмотрены и оценены проекты по развитию ООО «Авис-медиа», а также влияние проектов на стоимость бизнеса.

1 Теоретические и методологические основы оценки эффективности инвестиций в развитие предприятия

1.1 Сущность и значение инвестиций

Инвестиции – это форма вложения капитала субъекта во что-либо с целью увеличения впоследствии своих доходов [19].

Инвестиции — это совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт и другие отрасли хозяйства [20].

Инвестициями являются денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины и оборудование, кредиты, любое иное имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности для получения прибыли (дохода) и достижения положительного социального эффекта.

Инвестирование – это процесс вложения в капитал, проекты с целью получения отдачи в виде дополнительной прибыли для фирмы. То есть вложение капитала с целью приумножения его в будущем [21].

Субъектами инвестиционной деятельности являются инвесторы, кредиторы, заказчики, подрядчики, пользователи самих объектов капитальных вложений. Инвесторами могут являться как физическое, так и юридическое лицо, создаваемые на основе договора о совместной деятельности (не имеющие статуса юридического лица), органы местного самоуправления, государственные учреждения, а также иностранные инвесторы.

Инвестиции способствуют тем, что, они обеспечивают возможность предприятия осуществлять (не прекращать) свою деятельность. Далее инвестиции можно рассматривать для повышения эффективности фирмы по средствам создания условий для снижения затрат предприятия за счет замен оборудования, обучения персонала или перемещения производственных

мощностей в регионы с более выгодными условиями производства. Также задачей инвестиций является расширение бизнеса, это может быть открытие новых точек организации (выход на новый рынок), и расширение выпуска товара в рамках существующих производств, за счёт использования всех мощностей (либо увеличение мощности).

Основная проблема в инвестировании основывается в том, что нет чёткого равновесия относительно самого процесса инвестирования, в плане регуляторов экономики – налоги, цены, кредитные проценты (объемы предоставляемых средств), их невозможно предугадать, а только исходя из текущего состояния прогнозировать, что и приводит к постоянным сдвигам.

Инвестиции в различные проекты по развитию должны иметь доходность не меньше банковского процента, иначе этот проект не имеет смысла с точки зрения экономической эффективности.

С точки зрения признаков, можно выделить следующие виды инвестиционных проектов [24]:

1. По степени связанности:

– независимые, которые допускают одновременное и отдельное осуществление;

– альтернативные, не допускающие одновременной реализации;

– взаимодополняющие, реализация которых может происходить лишь совместно.

2. По срокам реализации (создания и функционирования):

– краткосрочные (до 3 лет);

– среднесрочные (3-5 лет);

– долгосрочные (свыше 5 лет).

3. По масштабам инвестиций:

– малые проекты, действие которых ограничивается рамками одного предприятия. В основном это планы расширения производства, увеличение ассортимента продукции, а также повышение конкурентоспособности и эффективности предприятия;

– средние проекты — это проекты реконструкции и технического перевооружения существующего производства. Они реализуются поэтапно, по отдельным производствам;

– крупные проекты — проекты крупных предприятий, в основе которых лежит инновационная идея;

– мегапроекты — это целевые инвестиционные программы, содержащие множество взаимосвязанных конечных проектов. Такие программы могут быть международными, государственными и региональными.

4. По видам деятельности:

– коммерческие проекты;

– социальные проекты;

– экологические проекты.

5. По влиянию результатов:

– глобальные проекты;

– народнохозяйственные проекты;

– крупномасштабные проекты;

– локальные проекты.

6. По степени срочности:

– неотложные – проекты либо вообще недоступны в будущем, либо теряют свою привлекательность при отложении;

– откладываемые – проекты, которые откладываются на определенный срок.

7. По функциональной направленности выделяют следующие виды проектов предприятия:

– проекты реновации, которые направлены на замену выбывающих основных средств и нематериальных активов и осуществляются за счет средств амортизационного фонда;

– проекты развития, которые характеризуют расширенное воспроизводство основной деятельности предприятия.

8. По целям инвестирования в современной экономике различают инвестиционные проекты, обеспечивающие:

- прирост объема выпуска продукции – новое строительство, реконструкция;
- обновление ассортимента продукции;
- повышение качества продукции;
- снижение себестоимости продукции; – решение социальных, экологических и иных задач.

9. По предполагаемым источникам финансирования выделяют инвестиционные проекты, финансируемые за счет:

- собственных источников (чистая прибыль, амортизационные отчисления, реинвестируемая часть внеоборотных активов; мобилизуемая в инвестиции часть оборотных активов);
- привлеченных источников (эмиссия акций, инвестиционные взносы в уставный капитал, государственные средства (дотации, гранты), средства коммерческих структур);
- заемных источников: банковские кредиты (кредиты банков и других кредитных институтов, эмиссия облигаций, целевой государственный инвестиционный кредит, инвестиционный лизинг);
- инвестиционные проекты со смешанными формами их финансирования.

10. По степени риска инвестиционные проекты делятся на:

- более рисковые – проекты, направленные на освоение новых видов продукции или технологий, в них осуществляются крупные инвестиции;
- менее рисковые – это проекты с государственной поддержкой.

Жизненный цикл инвестиционного проектирования разделяется на три фазы:

- 1) прединвестиционная фаза завершается созданием бизнес-плана. Он является официальным документом, в который входят наборы бизнес целей,

причины, почему они являются достижимыми, а также план достижения этих целей;

2) инвестиционная фаза проекта, во время неё разрабатывается проектно-сметная документация, заказывается оборудование, готовятся производственные площадки, поставляется оборудование и осуществляются его монтаж и пусконаладочные работы, проводится обучение персонала, ведутся рекламные мероприятия;

3) эксплуатационная фаза. На данном этапе в действие запускается само предприятие, проект, начинает производиться продукция или оказываются услуги, происходит возвращение внешних займов в случае их использования.

Планирование инвестиций на предприятии является важным и сложным процессом, которым нельзя пренебрегать предпринимателям. Сложность данного процесса заключается в необходимости учитывать множество факторов (предвидимые и непредвидимые). Инвестиционная деятельность предприятия заключается в целенаправленных совокупных затратах, направленных на интенсивный или экстенсивный рост предприятия, по средствам выбора эффективных инструментов инвестирования, собранных в инвестиционном портфеле и обеспечении их реализации.

1.2 Основные направления инвестирования предприятия

На уровне компании инвестиции используются для повышения качества продукции, увеличения объемов и масштабов производственно-хозяйственной деятельности, а также для освоения новых видов деятельности. Привлечение инвестиций, а именно ресурсов, вкладываемых в объекты предпринимательской и других видов деятельности для получения прибыли или социального эффекта, является долгосрочным вложением капитала для получения дохода.

Осуществление инвестиций является важнейшим условием реализации стратегических и тактических задач развития и эффективной деятельности

предприятия. Роль инвестиций в обеспечении эффективности предприятия заключается в том, что они:

- главный источник формирования производственного потенциала предприятия;
- основной механизм реализации стратегических целей экономического развития;
- главный механизм оптимизации структуры активов;
- основной фактор формирования долгосрочной структуры капитала;
- важнейшее условие обеспечения роста рыночной стоимости предприятия;
- основной механизм обеспечения простого и расширенного воспроизводства основных средств и нематериальных активов;
- главный инструмент реализации инновационной политики;
- один из механизмов решения задач социального развития персонала.

Привлечение финансовых инвестиций является важнейшей составляющей развития любой отрасли производства или бизнеса, ее нового качественного уровня. Нехватка финансирования затрудняет, а подчас и полностью способно парализовать работу. В условиях рыночной экономики деятельность любого предприятия должна быть направлена на систематическое и долгосрочное повышение его стоимости в интересах собственников, в противном случае организация со временем потеряет свою конкурентоспособность, инвестиционную привлекательность и, в конечном итоге, может обанкротиться.

Эффективная деятельность организаций в долгосрочной перспективе, обеспечение высоких темпов их развития и повышения конкурентоспособности в значительной мере определяются уровнем их инвестиционной активности и масштабами инвестиционной деятельности. Долгосрочная эффективная работа любого предприятия, его экономический рост и развитие зависят от правильного выбора стратегических ориентиров, позволяющих наилучшим образом использовать имеющиеся ресурсы.

Основными формами (направлениями) осуществления инвестиций являются [18]:

1. Приобретение целостных имущественных комплексов. Эта форма реальных инвестиций обеспечивает обычно «эффект синергизма», который заключается в возрастании совокупной стоимости активов обоих предприятий за счет возможностей более эффективного использования их общего финансового потенциала, взаимодополнения технологий и номенклатуры выпускаемой продукции, возможностей снижения уровня операционных затрат, совместного использования сбытовой сети на различных региональных рынках и других аналогичных факторов.

2. Новое строительство, либо новое направление деятельности. К новому направлению, расширению чаще всего предприятие прибегает при кардинальном увеличении объемов своей операционной деятельности в предстоящем периоде, ее отраслевой, товарной или региональной диверсификации (создании филиалов, дочерних предприятий и т.п.).

3. Перепрофилирование. Эта форма предусматривает полную смену технологии производственного процесса для выпуска новой продукции.

4. Реконструкция. Эта форма связана с существенным преобразованием всего производственного процесса на основе современных научно-технических достижений. Ее осуществляют в соответствии с комплексным планом реконструкции предприятия в целях радикального увеличения его производственного потенциала, существенного повышения качества выпускаемой продукции, внедрения ресурсосберегающих технологий и т.п.

5. Модернизация. Эта форма связана с совершенствованием и приведением активной части основных производственных средств в состояние, соответствующее современному уровню осуществления технологических процессов, путем конструктивных изменений основного парка машин, механизмов и оборудования, используемых предприятием в процессе операционной деятельности.

6. Обновление отдельных видов оборудования. Эта форма связана с заменой (в связи с физическим износом) или дополнением (в связи с ростом объемов деятельности или необходимостью повышения производительности труда) имеющегося парка оборудования отдельными новыми их видами, не меняющими общей схемы осуществления технологического процесса.

7. Инновационное инвестирование в нематериальные активы. Эта форма направлена на использование в операционной и других видах деятельности предприятия новых научных и технологических знаний в целях достижения коммерческого успеха. Осуществление инновационного инвестирования в нематериальные активы позволяет существенно повысить технологический потенциал предприятия во всех сферах его хозяйственной деятельности.

8. Инвестирование прироста запасов материальных оборотных активов. Эта форма направлена на расширение объема используемых операционных оборотных активов предприятия. Необходимость этой формы инвестирования связана с тем, что любое расширение производственного потенциала, обеспечиваемое ранее рассмотренными формами реального инвестирования, определяет возможность выпуска дополнительного объема продукции.

Для осуществления инвестиционного проекта необходимо привлечение денежных средств, однако, собственного капитала, прибыли организации не всегда достаточно для его реализации. Существуют альтернативные способы инвестирования малого и среднего бизнеса:

- за счет краткосрочных кредитов под залог имущества, материальных ценностей, товара, производимой продукции, транспорта и т.д.;
- продажа части или доли бизнеса;
- венчурное финансирование (долгосрочные высокорисковые инвестиции на 5-7 лет частного капитала в капитал недавно созданной малой компании);
- привлечение инвестора под конкретный инвестиционный проект.

Таким образом, существует множество направлений проектов для инвестирования, но в данной работе выделено 8 основных, а также очень важно определить и отобрать посредством количественной и качественной оценки

именно те, которые принесут финансовые выгоды для компании, а также улучшит основные показатели эффективности деятельности.

1.3 Оценка эффективности инвестиционной деятельности компаний

Методы оценки эффективности инвестиционных проектов - это способы определения целесообразности долгосрочного вложения капитала в различные объекты с целью оценки перспектив их прибыльности и окупаемости.

Для выявления эффективности инвестиционных проектов, их необходимо оценить с точки зрения доходности. Эффективность принятия инвестиционного решения определяют, используя статистические методы и методы дисконтирования.

А) Показатели анализа эффективности инвестиций, основанные на дисконтированных оценках (динамический подход) [32].

1) Показатель чистой текущей стоимости. Он основан на сопоставлении дисконтированной стоимости денежных поступлений за прогнозируемый период и инвестиций. Под денежными поступлениями понимается сумма чистой прибыли и амортизационных отчислений:

$$P = \text{ЧП} + A - I, \quad (1)$$

где p - элемент потока реальных денежных поступлений;

ЧП – чистая прибыль;

A – амортизационные отчисления;

I – Инвестиции.

Чистая текущая стоимость (netpresentvalue - NPV) или чистый дисконтированный доход определяется по формуле:

$$NPV = \sum P_t / (1+E)^t - K, \quad (2)$$

где P – годовой чистый поток реальных денег (поступлений средств, денежный поток) в t -м году;

t – периоды реализации инвестиционного проекта, включая этап строительства ($t = 0, 1, 2, \dots, T$);

E – ставка дисконтирования (желаемая норма прибыли, рентабельности);

K – инвестиционные расходы.

Чистая текущая стоимость показывает, действительно ли данные инвестиции в течении жизненного цикла достигают использованного в расчетах требуемого уровня доходности E .

Формула (2) предполагает разовые вложения на длительный срок, в действительности чаще всего встречается ситуация периодические вложения на длительную отдачу. В этом случае формула (2) примет иной вид:

$$Ч_{т.с.} = NPV = \sum P_t / (1+R)^t - \sum K_t / (1+R)^t, \quad (3)$$

где t_n – год начала производства продукции;

T_k – год окончания капитального строительства;

K_t – инвестиционные расходы в t -м году.

Если NPV будет больше инвестиционных издержек, т.е. величина чистой текущей стоимости положительна, то это соответствует целесообразности реализации проекта, причем, чем больше значение критерия, тем более привлекателен инвестиционный проект.

2) Внутренняя норма доходности (IRR) и показатель доходности инвестиций (PI).

Внутренняя норма прибыли (формула 4) – это норма доходности, при которой дисконтированная стоимость денежных потоков будет равна дисконтированной стоимости оттоков, процент, при котором дисконтированная

стоимость чистых поступлений от инвестиционного проекта равна дисконтированной стоимости от инвестиций, а величина чистой текущей стоимости (чистого дисконтированного дохода) – нулю.

$$IRR = R_1 + (R - R_1) * (P_3 / (P_3 - O_3)), \quad (4)$$

где $V_{н.п.}$ - внутренняя норма прибыли;

P_3 - положительное значение чистой текущей стоимости при низкой стоимости процента E_1 ;

O_3 – отрицательное значение чистой текущей стоимости при высокой стоимости процента E_2 ;

R_1 и R_2 – имеют положительное значение, не должны отличаться друг от друга более чем на один или два пункта.

Если разность между показателем внутренней прибыли и ставкой процента положительна, а внутренняя норма прибыли выше ставки процента, то инвестиционная деятельность признается эффективной (доходной), и, наоборот, если внутренняя норма прибыли меньше, чем процентная ставка, под которую получен кредит, то инвестиции считаются убыточными. Принимаются к реализации инвестиционные проекты, имеющие значение IRR ниже ставки доходности при предлагаемом альтернативном использовании капитала. Таким образом, путем сравнения показателя внутренней нормы прибыли (доходности) и процентной ставки устанавливают прибыльность или, наоборот, убыточность инвестиционной деятельности.

Показатель рентабельности инвестиций (PI), принятый для оценки эффективности инвестиций, представляет собой отношение приведенных доходов к приведенным на ту же дату инвестиционным расходам. Он позволяет определить, в какой мере возрастают средства инвестора в расчете на 1 ед. инвестиций. Его расчет можно выполнить по формуле 5:

$$R = PI = \sum (P_t / (1+E)^t) / K, \quad (5)$$

где K – первоначальные инвестиции;

P_t – денежные поступления в t -м году, которые ожидается получить благодаря этим инвестициям.

При норме дисконта, меньшей внутренней нормы окупаемости, рентабельность будет больше единицы. Таким образом, превышение над единицей показателя рентабельности проекта означает некоторую его дополнительную доходность при данной ставке процента ($PI > 1$). Показатель рентабельности меньше единицы означает неэффективность проекта.

Индекс используют не только для сравнительной оценки, но и в качестве критерия при принятии проекта к реализации. При принятии решения о целесообразности принятия проекта может быть использован один из этих показателей, а в случае сравнительной оценки – оба, т.к. они позволяют оценить проект с разных сторон.

Б) Показатели анализа эффективности инвестиций, основанные на учетных оценках (статистический подход).

Традиционные (простые) показатели оценки экономической эффективности инвестиционных проектов, такие как срок окупаемости и простая (годовая) норма прибыли.

1) Срок окупаемости (PP).

Смысл заключается в определении необходимого для возмещения инвестиций периода времени, за который будет ожидаться возврат инвестиций за счет доходов, полученных от реализации инвестиционного проекта.

Известны два подхода к расчету срока окупаемости. Первый заключается в том, что сумма первоначальных инвестиций делится на величину годовых (лучше среднегодовых) поступлений. Его применяют в случаях, когда денежные поступления равны по годам. И второй подход к расчёту срока окупаемости проекта происходит через нахождение величины денежных

поступлений от реализации инвестиционного проекта нарастающим итогом, то есть кумулятивная величина.

$$PP = K / (D - Z + A) = K / (П + A), \quad (6)$$

где К-первоначальные инвестиции;

Д- среднегодовые денежные поступления;

З- среднегодовые оттоки денежных средств;

А-сумма амортизационных отчислений на полное восстановление;

П- прибыль от проекта.

Основные преимущества этого метода– определенность суммы начальных инвестиций, возможность ранжирования проектов по срокам окупаемости, следовательно, и по степени риска, т.к. чем короче период возврата средств, тем больше денежные потоки в первые годы реализации инвестиционного проекта, а значит, лучше условия для поддержания ликвидности предприятия. А чем больше срок нужен для возврата инвестиционных сумм, тем больше риска из-за неблагоприятного развития ситуации.

2) Определение средней нормы прибыли (бухгалтерской нормы доходности- ARR).

Метод расчета средней нормы прибыли на инвестиции, или расчетной нормы прибыли (иногда его называют и методом бухгалтерской доходности инвестиций), основан на использовании бухгалтерского показателя – прибыли. Определяется он отношением средней величины прибыли, полученной по бухгалтерской отчетности, к средней величине инвестиций.

Что же касается величины инвестиций, по отношению к которой находят рентабельность, то её определяют как среднюю между стоимостью активов на начало $C_{a,n}$ и конец $C_{a,n}$. расчетного периода, т.е.:

$$ARR = 100 * ЧП(1 - Н) / [(C_{a.н} + C_{a.н}) / 2], \quad (7)$$

где ARR – норма прибыли;

ЧП- чистая прибыль.

Данный показатель сравнивается с коэффициентом рентабельности авансированного капитала, рассчитываемого делением общей чистой прибыли предприятия на общую сумму средств, авансированных в его деятельность (итог среднего баланса-нетто).

Ставка дисконта денежного потока для собственного капитала отражает требуемый минимальный процент отдачи от инвестиций. Для определения ставки дисконтирования денежного потока для собственного капитала могут применяться следующие наиболее распространенные способы[34]:

1. Метод средневзвешенных затрат на капитал (WACC).

Применяется для расчета и собственного, и заемного капитала путем построения соотношения их долей. Показывает рыночную, а не балансовую стоимость капитала. Ставка дисконта по этой модели определяется по формуле:

$$WACC = C_{зк} \times (1 - Н_{приб}) \times Д_{зк} + C_{спр} \times Д_{прив} + C_{оа} \times Д_{об}, \quad (8)$$

где $C_{зк}$ — стоимость привлеченного заемного капитала;

$Н_{приб}$ — ставка налога на прибыль;

$Д_{зк}$ — доля заемного капитала в структуре капитала компании;

$C_{спр}$ — стоимость привлечения акционерного капитала (привилегированных акций); $Д_{прив}$ — доля привилегированных акций в структуре капитала компании;

$C_{оа}$ — стоимость привлечения акционерного капитала (обыкновенных акций);

$Д_{об}$ — доля обыкновенных акций в структуре капитала компании.

- модель оценки капитальных активов (CAPM).

Основан на анализе информации фондовых рынков об изменении доходности свободно обращающихся акций. В данном случае при расчете ставки дисконта для собственного капитала используется следующая формула:

$$\text{CAPM} = \text{Дб/р} + \beta \times (\text{Др} - \text{Дб/р}) + \text{П1} + \text{П2} + \text{Р}, \quad (9)$$

где Дб/р — безрисковая ставка дохода;

β — бета-коэффициент, который отражает риски деятельности компании;

Др — общая доходность рынка в целом (среднерыночного портфеля ценных бумаг);

П1 — премия для малых предприятий;

П2 — премия за риск, характерный для отдельной компании;

Р — страновой риск.

Бетта-коэффициент можно определить методом Фуллера-Керра (Р. Хамады) «метод фундаментальных параметров», в котором проводятся следующие действия: [33]

1) Определить отраслевой бетта-коэффициент, либо взять несколько компаний аналогов и найти их средний бетта-коэффициент.

2) Провести «очищение», то есть корректировку на операционный риск с помощью формулы 10.

$$\beta_{\text{компания опер.риск}} = \beta_{\text{отрасль}} \times (1 + \text{FC}/\text{VC}), \quad (10)$$

где FC — постоянные расходы;

VC — переменные расходы.

3) Провести корректировку на финансовый риск с помощью формулы Р. Хамады формула 11:

$$V_{\text{фундаментальный}} = \beta_{\text{операционный}} \times (1 + (1-T) \cdot (D/S)), \quad (11)$$

где T - ставка налога на прибыль;

D- заёмный капитал;

S – собственный капитал.

2. Метод кумулятивного построения.

Учитывает различные виды рисков инвестиционных вложений и предполагает проведение экспертной оценки как общеэкономических, так и специфических для отрасли и конкретного предприятия факторов, порождающих риск недополученных запланированных доходов.

Последовательность шагов определения ставки дисконтирования методом кумулятивного построения:

1. Определить безрисковую ставку доходности. Для инвестора безрисковая ставка представляет собой альтернативную ставку дохода, которая характеризуется практическим отсутствием риска и высокой степенью ликвидности.

2. Определить премии за риск вложения в предприятие по дополнительным факторам. Основные факторы риска, учитываемые при определении ставки дисконтирования методом кумулятивного построения показаны в таблице 1.

Таблица 1.1 - Показатели для определения премии за риск

Наименование показателя	Значение, %
Безрисковая ставка	*
Риск изменения конъюнктуры рынка	0-5
Риск контрагента	0-5
Диверсификация контрагентов	0-5
Уровень менеджмента	0-5
Размер компании	0-5
Сезонность	0-5
Риск отрасли	0-5

В качестве безрисковой ставки дохода обычно используется ставка дохода по долгосрочным государственным долговым обязательствам (облигациям или векселям) с аналогичным исследуемому проекту временным горизонтом инвестирования.

Далее необходимо просуммировать значения в таблице 1, а потом рассчитать ставку дисконтирования по формуле 12.

$$R = R_0 + \sum K_p, \quad (12)$$

где R_0 – безрисковая ставка;

K_p – компенсация за риск вложения в объект оценки.

Методические рекомендации зарубежных и отечественных авторов (в частности Дерил Норткотт, Ковалёва В.В.) позволили определить состав наиболее употребляемых показателей эффективности инвестиций, используемых для оценки и отбора инвестиционных проектов к реализации. К данным показателям относятся чистый дисконтированный доход, индекс дисконтированной доходности и внутренняя норма доходности, а также рентабельность активов и срок окупаемости.

2 Краткая технико-экономическая характеристика рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа»

2.1 Общая характеристика компании

Рекламно-полиграфический центр «Авис-медиа» был основан 1 ноября 2007 года. По организационно-правовой структуре «Авис-медиа» зарегистрировано как Общество с ограниченной ответственностью. Общество является юридическим лицом и приобретает имущественные и личные неимущественные права юридического лица с момента его государственной регистрации, которая производится в порядке, установленном законодательством РФ.

Общество в момент организации сформировало уставный капитал в размере 10 000 рублей, что составляет 100% уставного капитала. Общество в своей деятельности руководствуется Гражданским кодексом РФ, действующим законодательством РФ и настоящим Уставом.

Общество создано без ограничения срока деятельности и имеет:
Фирменное название на русском языке:

- полное название: общество с ограниченной ответственностью «Авис-медиа»;

- сокращенное: ООО «Авис-медиа»;

- местоположение: Россия 660017, Красноярский край, город Красноярск, улица Диктатуры пролетариата, 32, третий этаж;

- самостоятельный баланс, обособленное имущество, печати, штампы, бланки, другие необходимые атрибуты Общества, расчетный и иные счета в уполномоченных банках, как в национальной, так и иностранной валюте;

Общество обладает общими правами юридического лица со дня его государственной регистрации и не ограничено в сделках, видах деятельности и действиях, не запрещены законом, в том числе:

Виды деятельности компании по ОКВЭД (8):

1. Основной – 18.12 Прочие виды полиграфической деятельности;

2. Дополнительные:

- 18.13 изготовление печатных форм и подготовительная деятельность;

- 58.19 виды издательской деятельности прочие;

- 62.09 деятельность, связанная с использованием вычислительной техники и информационных технологий, прочая;

- 70.22 консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления;

- 73.11 деятельность рекламных агентств;

- 74.20 деятельность в области фотографии;

- 93.29 деятельность зрелищно-развлекательная прочая.

Совершает в России сделки и иные акты с юридическими лицами и гражданами, заключает договоры (контракты) купли-продажи, займа, перевозки, хранения, совместной деятельности, аренды, а также вступает в иные правоотношения, не запрещенные действующим законодательством. От своего имени владеет, пользуется и распоряжается (в пределах своей компетенции) имуществом в соответствии с его назначением и предметом деятельности.

Приобретает имущественные и неимущественные права. Общество создано в целях удовлетворения общественных потребностей в области розничной торговли, рекламы, а также с целью получения прибыли.

Основными целями деятельности компании являются расширение рынка продаж, удовлетворение спроса, а также извлечение прибыли.

Разработка штатного расписания любой организации начинается с рассмотрения основных функциональных обязанностей, которые придется выполнять сотрудникам для выполнения задачи предприятия в целом. Ниже представлена структура предприятия:

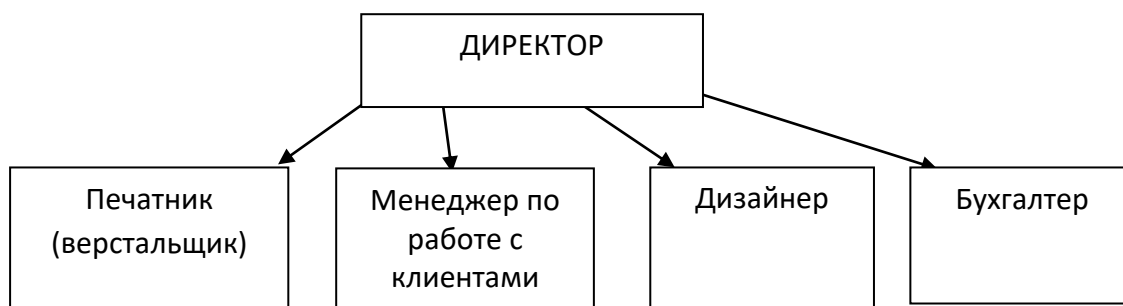


Рисунок 1- Организационная структура ООО «Авис-медиа».

Организационная структура является линейно-функциональной, то есть идёт чёткое разделение процессов по специалистам, стандартизация работы сотрудников, посредством контроля директора компании, исключается дублирование процессов, высокая компетентность сотрудников в зоне своих обязанностей.

Генеральным директором организации является Спицкий В.И. его непосредственными обязанностями являются:

1. Контроль за основными процессами деятельности компании;
2. Работа с конфликтными ситуациями;
3. Принятие решений об открытии новых направлений деятельности;
4. Ведение внутренней отчётности организации;
5. Работа с сотрудниками;
6. Разработка маркетинговых стратегий;
7. Внесение изменений и дополнений в устав или утверждение новой редакции устава;
8. Избрание (назначение) директора филиала и досрочное прекращение его полномочий;
9. Утверждение годовых отчетов, бухгалтерских балансов, счетов прибылей и убытков и распределение его прибылей и убытков;
10. Принятие решения о заключении сделок, в совершении которых имеется заинтересованность;

11. Принятие решения о совершении сделки, связанной с приобретением и отчуждением имущества;

12. Определение приоритетных направлений деятельности;

13. Принятие решения об образовании и использовании резервного и иных фондов;

14. Утверждение внутренних документов, определяющих порядок деятельности его сотрудников.

Обязанности менеджера по работе с клиентами:

- работа с клиентами (оформление заказов, построение долгосрочных деловых отношений);

- расчёт цен, времени исполнения заказов;

- координирование и отслеживание за исполнением заказов;

- отслеживание оплаты заказов, работа с должниками;

- грамотное разъяснение технических особенностей заказов клиентам;

- ведение таблицы денежных поступлений и расходов оперативного отдела (офиса на Диктатуры Пролетариата, 32);

- отправка готовой продукции курьером, транспортной компанией.

Обязанности дизайнера:

- разработка дизайна рекламной и прочей продукции клиента, с помощью различных дизайнерских программных продуктов;

- согласование макетов рекламной и прочей продукции с клиентом с клиентом;

- ведение клиентской базы (сохранение макетов клиентов).

Обязанности печатника – верстальщика:

- исполнение заказов;

- печать полиграфической продукции;

- изготовление печатей и штампов;

- нанесение изображения на сувенирную продукцию;

- изготовление наружной рекламы;

- верстка спусков полиграфической продукции;

- хранение, выдача готовых заказов;
- учёт материала (Расход и поступление);
- приёмка на склад сырья и материалов;
- отслеживание износа оборудования.

Обязанности бухгалтера:

- начисление заработной платы с расчётом налогов, страховых взносов;
- отчетность перед ИФНС и иными надзорными органам;
- исключение ошибок в отчетности и точное соблюдение сроков ее сдачи в ИФНС, ПФР, ФСС, Росстат;
- поддержание актуальности, точности, адекватности, достоверности представляемых данных;
- отслеживание изменений в законах, связанных с бухгалтерским учётом компаний.

Основные номенклатурные группы выпускаемой продукции и услуг полиграфического центра ООО «Авис-медиа».

ООО «Авис-медиа» производит следующие виды печатной продукции и оказывает услуги:

1. Полиграфия:

- офсетная (многотиражная, кратная 1000 шт.): визитки, листовки, буклеты, флаера, наклейки и прочая продукция различных форматов и плотности материала;
- оперативная (при малых (средних) тиражах и/или срочных сроках изготовления при необходимости работы с дизайнерской бумагой).

2. Наружная реклама:

- широкоформатная или интерьерная печать на баннерные и другие виды материалов для наружной рекламы;
- пластиковые таблички и стенды;
- монтажные работы.

3. Печати и штампы.

4. Пластиковые карты.

5. Печать на текстиле и сувенирах.
6. Тампопечать и шелкография.
7. Услуги: Разработка дизайна полиграфической продукции, перфорация, тиснение фольгой, переплетно-брошюровочные работы (художественный), скругление уголков, нумерация, разработка логотипа и/или фирменного стиля, сканирование, биговка, ламинирование, проволокошвейное, цветное копирование, вывод на цветной принтер, прочие дизайнерские услуги.

Далее будет показан основной бизнес-процесс ООО «Авис-медиа» (рисунок 2).

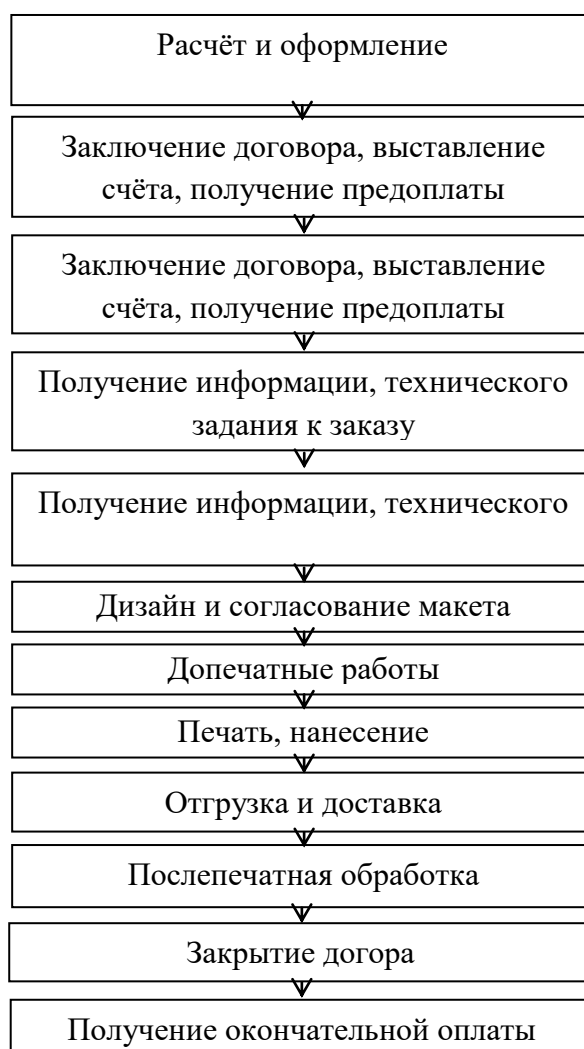


Рисунок 2 - Бизнес-процесс заказа продукции на офсетную, оперативную печать рекламно-полиграфической продукции

Организация в постоянном поиске новых направлений, смежно связанных с производством рекламной продукции, например, открытие направления печати пластиковых карт, осуществление гравировки на металле, шелкография и тампонная печать, 3D печать.

2.2 Анализ внешней среды ООО «Авис-медиа» в г. Красноярске

На сегодняшний день российский рынок полиграфии, рекламной продукции достиг своей зрелости, но он всё равно изменится, приспосабливается к новым потребностям общества, используя современные технологии печати.

Полиграфия относительно тесно связана с многими сферами бизнеса (отраслями промышленности), поскольку есть факт того, что динамика изменения продаж печатной бумаги в целом почти всегда совпадала с изменениями внутреннего валового продукта, как бы это странно не звучало.

Но полиграфия в РФ переживает множество отрицательных моментов таких как:

- несовершенная налоговая политика относительно отмен льгот на инвестиции в основные средства очень сильно замедляет обновление оборудования;

- высокие государственные пошлины бумагу и расходные материалы для печати, что приводит к росту переменных затрат в составе себестоимости готовой продукции;

- высокие темпы падения печатных СМИ.

По результатам анализа доклада Федерального агентства по печатям и массовым коммуникациям «Российская периодическая печать. Состояние, тенденции и перспективы развития» 2018 г., можно сказать, что позитивные сдвиги в области полиграфического производства, так и в сфере рекламного бизнеса присутствуют. Рост печати книжной продукции, который начался с 2016-го года.

В росте рынка полиграфии в последние два года эксперты в большей степени отмечают возрастающую роль его промышленного, коммерческого и рекламного сегментов, в первую очередь, отмечают рост масштабов этикеточно-упаковочного производства. Эта сфера полиграфической деятельности не первый год демонстрирует свое поступательное развитие и наиболее востребована ко всем новым технологическим решениям, именно в этом направлении идёт наращивание производственных мощностей.

На рынке Красноярска полиграфическая промышленность находится на уровне зрелости продукта, поскольку имеется несколько крупных игроков, с точки зрения охваченных клиентов, которые подавляют остальные компании, они пользуются ценовым демпингом (Например, GoldFlyer) и множество мелких и средних типографий. На рынке Красноярска сегодня 445 организаций, связанных с типографической деятельностью, на диаграмме в рисунке 3 дана распределение конкурентов по направлениям.

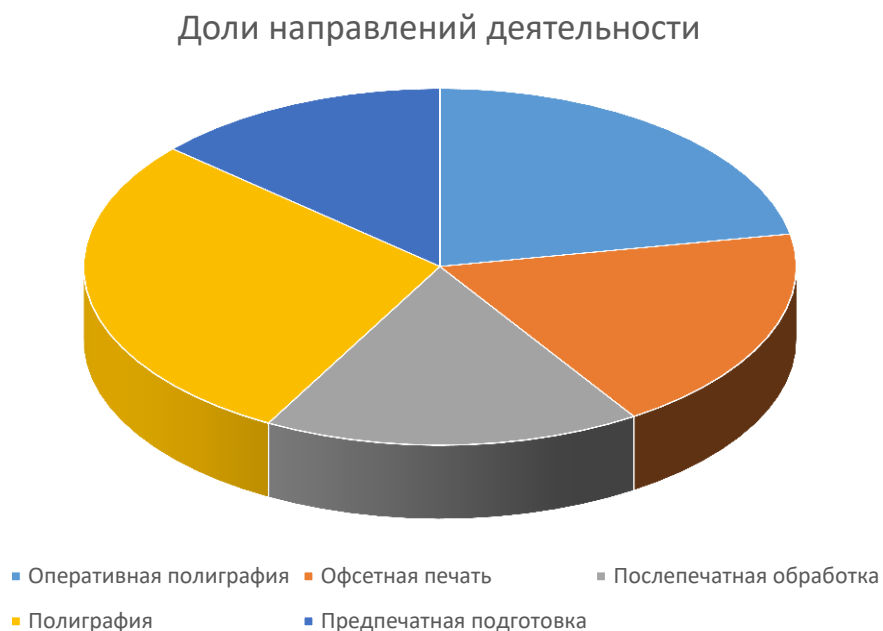


Рисунок 3 - Диаграмма направлений типографической деятельности фирм Красноярска по данным ДубльГис.

- оперативной полиграфией занимается 227 организаций;

- офсетной печатью 193;
- полиграфией 293;
- предпечатная подготовка 139;
- послепечатная обработка 179.

ООО «Авис-медиа» имеет конкурентов в других направлениях:

- 79 организаций, которые изготавливают пластиковые карты;
- 320 организаций, связанных с наружной рекламой;
- 251 организация с печать на сувенирной продукции (сублимация, термоперевод);
- 67 фирм-конкурентов с тампопечатью, шелкографией;
- 163 компании изготавливают печати и штампы;
- 237 компаний оказывают дизайнерские услуги.

Можно сразу сделать вывод, что компания работает на освоенных рынках, где уже определены крупные и мелкие игроки, тут клиенты в первую очередь смотрят цену, качество и местоположение, и вольны выбирать между предложениями.

В Красноярске официально зарегистрировано 59 061 организаций, то есть так или иначе это потенциальные клиенты, не считая частных неофициальных предпринимателей, физических лиц.

Для более глубокого анализа и оценки конкурентоспособности рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа» на уровне микросреды используем модель пяти конкурентных сил по Портеру.

Анализируемым рынком является рынок полиграфической продукции города Красноярска.

1 сила. «Центральный ринг» (сила действующей конкуренции).

В настоящий момент наблюдается тенденция небольшая тенденция к открытию новых фирм, и к росту доходов компании и к агрессивным маркетинговым политикам, что благоприятно влияет на рынок полиграфии и рекламной продукции, которую заказывают клиенты. Крупнейшие игроки на рынке Красноярска в сфере рекламно-полиграфической продукции являются:

ООО «ГолдФлаер» (ГолдФилд), ООО «Печатный двор», ООО «Академия печати», ООО «Ракурс».

Самым сильным игроком по полиграфии можно считать «ГолдФлаер» за счёт сильного демпинга, а также работы с клиентами почти строго через сайт, компания уже на рынке более 20 лет (меняла названия). Также «Печатный двор» является филиалом крупной сети, которой уже более 70-ти лет, но она стабильно живёт на рынке рекламы, и они в большей степени занимают рынок патентов и журналов Красноярск. «Академия печати» относительно молодая организация, ей 4 года, она резко вошла на рынок со своей выгодной и качественной продукцией, в основном она базируется как изготовитель наружной рекламы, поскольку имеет наиболее высокий спектр в плане технологий и видов материала для печати.

Был проведён сравнительный контент – анализ по этим фирмам, распределение баллов шло от 1 до 3. Было проведено сравнение цен, объёму предоставлений продукции и услуг, средняя оценка на форумах (Фламп, дубль гис и тд), Объём обнаруженных рекламных инструментов (таблица 2.1).

Таблица 2.1 - Сравнительный анализ конкурентов

Компания	Цена	Ассортимент	Качество	Реклама
ООО «ГолдФлаер» (ГолдФилд)	3	1	2	3
ООО «Печатный двор»	2	3	3	2
ООО «Академия печати»	3	2	3	1
ООО «Ракурс»	2	3	1	3
ООО «Авис-медиа»	2	3	2	1

ООО «Авис-медиа» в сравнении проигрывает по рекламе, качеству и ценовой политике основным конкурентам. Поскольку не имеет чёткой системы скидок, высококвалифицированных сотрудников, которые бы всегда исполняли

всё без брака, и очень скудная рекламная политика, которая работает со слабой отдачей пользователю.

2 сила. Входные барьеры на рынок.

На российском рынке полиграфической продукции в настоящее время существуют относительно высокие барьеры для входа в отрасль, и в первую очередь это выражается в необходимости довольно таки крупных инвестиций для формирования собственного производства, которое поможет играть с ценой, и привлечения дефицитного высококвалифицированного персонала (верстальщики, дизайнеры, менеджеры-дизайнеры).

3 сила. Рынок товаров-заменителей.

На сегодняшний день наблюдается чёткий товар-субститут для полиграфической рекламы – это реклама в интернет ресурсах, где бывает охват намного больше и при этом расходы меньше, но пока что не дошло до момента полного перехода.

4 сила. Поставщики.

Поставщики отрасли обладают значительной рыночной властью. Выражением рыночной власти поставщиков является повышение цен поставок на исходные материалы, что приводит к значительному уменьшению прибыльности типографий отрасли, не имеющих возможности перенести более высокие затраты на издержки производства.

5 сила. Покупатели.

Рыночная власть покупателей на рынке полиграфических услуг города Красноярска не является значительной, но имеет место быть, поскольку часто клиенты манипулируют типографиями уходя к конкурентам, оправдывая себя тем, что где-то в другом месте более дешевле, качественней и так далее. Реализация очередного нового заказа и повторная закупка продукции заказчиком, как правило, трудно прогнозируема.

Далее в таблице 2.2 покажем степень влияния факторов микросреды, исходя из анализа.

Таблица 2.2 - Анализ 5-ти сил Портера для рекламно-полиграфического центра

Фактор/ сила	Влияние, %	Комментарий
Конкурентная сила (риск входа новых конкурентов)	15	Относительно невысокий
1. Экономия от масштабов		Интеграция (группирование) на рынке слабая, в силу этого достичь экономии от эффекта масштаба представляется маловероятным, поскольку точки имеют более менее автономный процесс работы от других.
2. Привычность/известность торговой марки		Есть привязанность за счёт работа компании,
3. Затраты на вход		Высокий уровень затрат для входа на рынок
4. Уровень конкуренции		Сильные позиции основных игроков рынка.
5. Простота копирования технологии производства		Средняя
Угроза замены существующего товара	25	Относительно высокая
1. Возможность возникновения товара-заменителя		Угрозу со стороны товаров-заменителей можно оценить как среднюю.
2. Простота перехода на товар-заменитель		Высокая.
3. Предрасположенность потребителя к замене		Средняя
Сила позиции поставщиков	15	Средняя
1. Возможность влияния на поставщиков		Только при условии эксклюзивности прав на торговую марку.
2. Возможность влияния на поставщиков		Только при условии эксклюзивности прав на торговую марку.
3. Простота смены поставщиков		Конкуренция среди поставщиков высокая, поэтому смена поставщика относительно простая.
4. Угроза выхода поставщиков напрямую на конечного потребителя		Отсутствует
Сила позиции покупателей	20	Относительно высокое
1. Влияние покупателей на цену продукции		Влияние высокое, потому что спрос на продукцию печатной рекламы скачет.
2. Простота переключения покупателей на новую типографию		Средняя, зависит от прошлого опыта.
3. Заинтересованность покупателя в низкой цене		Средняя, идет переключение от дешевой продукции к более качественной и дорогой за счет усиления эффекта действия.

Окончание таблицы 2.2

Фактор/ сила	Влияние, %	Комментарий
4. Значимость качества продукции	20	Высокая
5. Неудовлетворенность широтой и глубиной ассортимента		Большой ассортимент в значительной степени влияет на доверие покупателя к продавцу.
6. Уровень компетенции покупателей		Относительно низкий, покупатель обычно не вдается в технические подробности
Действующая конкуренция	25	Относительно высокая
1. Величина постоянных издержек и издержек на продвижение		Высокая. Большая величина транспортных издержек и издержек на создание производственной базы, большие расходы по рекламе и PR-акциям.
2. Общий уровень конкуренции		Относительно высокая конкуренция, т.к. на рынке присутствует достаточное количество фирм-производителей
3. Вероятность скачков спроса		Средняя.
4. Простота выхода из бизнеса		Относительно простая, ограничениями могут быть заключенные договора и невозможность срочной реализации запасов без значительной потери их стоимости.

Рассмотрев каждую конкурентную силу, можно сделать следующие выводы:

- в целом, уровень зависимости от поставщиков относительно невысокий, потеря ни одного из поставщиков не является губительной для бизнеса;
- влияние со стороны существующих конкурентов оценивается как высокое;
- влияние со стороны покупателей оценивается как среднее;
- угроза со стороны товаров субститутов оценивается как средняя, которая в стратегической перспективе, возможно, еще вырастет;
- появление новых конкурентов представляется относительно невысокой.

Таким образом, полиграфический центр ООО «Авис-медиа» имеет устойчивые позиции на рынке города Красноярск. На сегодняшний день

имеется угроза со стороны спроса, из-за развития рекламы в интернете. Имеет смысл провести агрессивную маркетинговую стратегию, то есть попробовать наладить связь с ушедшими клиентами, просто тем, кто давно не заказывал, найти новых за счёт рекламы в интернете, баннерах, участия в выставках и мероприятиях города.

2.3. Финансовый анализ ООО «Авис-медиа» на основе внутреннего бухгалтерской отчётности за 2016-2018 г.

Одним из важнейших инструментов для оценки эффективности деятельности компании, является финансовый анализ, в который входит анализ финансовой отчётности компании.

Количество анализируемых показателей зависит от того, кто является пользователем результатов анализа, ими могут выступать: инвесторы, кредиторы, руководство предприятия и т.д. Финансовый анализ в первую очередь отвечает на такие вопросы как:

1. В каком финансовом состоянии находится анализируемая компания, почему?
2. Что является сильной и слабой стороной (-ами) компании, с точки зрения управления активами и пассива капитала?
3. Что необходимо сделать, чтобы улучшить состояние компании?

Таким образом, анализ финансовых документов даёт возможность изучить текущее состояние и на основе результатов, разрабатывать стратегию дальнейших действий компании. Для анализа документов используют: горизонтальный, вертикальный, коэффициентный анализа, а также оценивают вероятность наступления банкротства.

Для начала можно оценить наглядным сравнением изменений в отчётностях в динамике лет, то есть провести вертикальный и горизонтальный анализы.

Вертикальный анализ (таблица 2.4). Чтобы его провести, необходимо сделать баланс в процентном отношении строк к итогу по каждому из разделов (внеоборотные активы, оборотные активы, капитал и резервы, долгосрочные обязательства, краткосрочные обязательства), а после на основе таблицы, изучить изменения в отчётности. Данный анализ очень прост и позволяет компании рассмотреть структуры баланса, отчёта о прибылях и убытках и сравнить конкурентами.

Таблица 2.4- Вертикальный и горизонтальный анализы баланса ООО «Авис-медиа» 2016-2018 гг.

Пассив баланса	2016		2017		2018	
	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу	в тыс. руб.	в % к итогу
1 ИСТОЧНИКИ ИМУЩЕСТВА, всего (В)	1760	100	1357	100	1390	100
1.1 Собственный капитал (ИСС)	656	37%	857	63%	909	65%
1.2 Заёмный капитал	1104	63%	500	37%	481	35%
1.2.1 Долгосрочные обязательства (ДЗС)	314	18%	244	18%	291	21%
1.2.2 Краткосрочные кредиты и займы (ККЗ)	0	0%	0	0%	0	0%
Пассив баланса	2016		2017		2018	
1.2.3 Кредиторская задолженность (КрЗ)	790	45%	256	19%	190	14%
Номера пассива баланса	Абсолютное изменение, тыс. руб.		Темп роста, %			
	2017 к 2016	2018 к 2017	2017 к 2016		2018 к 2017	
1	-403	33	-22,90		2,43	
1.1	201	52	30,64		6,07	
1.2	-604	-19	-54,71		-3,80	
1.2.1	-70	47	-22,29		19,26	
1.2.2.	0	0	-		-	
1.2.3	-534	-66	-67,59		-25,78	

Окончание таблицы 2.4

Актив баланса	2016		2017		2018	
1 ИМУЩЕСТВО, всего (В)	1760	100	1357	100	1390	100
1.1 Имобилизированные активы (ВА)	284	16%	453	33%	470	34%
1.2 Оборотные активы (ТА)	1476	84%	904	67%	920	66%
1.2.1 Запасы (ЗЗ)	908	52%	402	30%	153	11%
1.2.2 Дебиторская задолженность (ДБ)	479	27%	340	25%	368	26%
1.2.3 Денежные средства (ДС)	89	5%	162	12%	399	29%
Номера актива баланса	Абсолютное изменение, тыс. руб.		Темп роста, %			
	2017 к 2016	2018 к 2017	2017 к 2016	2018 к 2017		
1	-403	33	77,10	102,43		
1.1	169	17	159,51	103,75		
1.2	-572	16	61,25	101,77		
1.2.1	-506	-249	44,27	38,06		
1.2.2	-139	28	70,98	108,24		
1.2.3	73	237	182,02	246,30		

Из таблицы можно увидеть, что доля собственного капитала по сравнению с 2016-ым годом в 2017 и 2018 выросла 26% и 28% соответственно, при этом доля заёмного уменьшилась на 26% в 2017 и до 28% в 2018, это означает, что предприятие решило использовать собственный капитал, как основной источник финансирования, что хорошо с точки зрения финансовой устойчивости компании, плохо со стороны недополученной выгоды. Долгосрочные обязательства в 2018 году незначительно изменились по сравнению с 2016-2017 годами. Компания уменьшила долю заёмного капитала за счёт снижения кредиторской задолженности со сроком погашения менее года. В активах баланса можно видеть, что всегда большую долю занимают оборотные активы, что является хорошим показателем ликвидности компании. Но к 2018-му году доля оборотных активов уменьшилась на 18%,

соответственно доля внеоборотных выросла на этот процент, рекламно-полиграфический центр ООО «Авис-медиа» стал меньше хранить запасы сырья и материалов на складе (бумага, чернила, печатающие головки, сменные мастера под валы для офсетного нанесения), поскольку из-за простоя материалов происходят недополученные выгоды. Доля дебиторской задолженности почти не изменилась, поскольку компания ведёт умеренную политику в этом плане, она даёт отсрочку платежа (факторинг) для постоянных клиентов и рекламных агентств.

В отличие от предыдущих анализов финансовых документов коэффициентный анализ позволяет анализировать сразу несколько документов компании. Данный анализ является инструментом для более детального изучения компании, позволяет выявить её сильные и слабые стороны, которые требуют более детального изучения уже управленческими решениями. Результаты анализа должны анализироваться относительно средним рекомендуемых значений по рынку той или иной сферы деятельности.

В коэффициентном анализе финансовых отчётностей формы 1 и 2 рекламного-полиграфического центра ООО «Авис-медиа» будет оцениваться финансовая устойчивость компании, платежеспособность и ликвидность, рентабельность, оборачиваемость, а также оценка вероятности банкротства, расчёт средневзвешенной стоимости капитала (WACC).

Довольно важной характеристикой компании является её финансовая устойчивость, она зависит от экономической среды, от самой деятельности и её результатов у фирмы. Сама финансовая устойчивость понимается как стабильном превышении доходов над расходами, а также гибкость управления денежными средствами компании и максимально эффективными результатами их использования, и бесперебойное производство, и сбыт готового продукта.

Оценка финансовой устойчивости проходит через анализ возможности предприятием покрывать текущие обязательства своими текущими активами.

В таблице 2.5 рассмотрим коэффициенты капитализации и покрытия по балансу ООО «Авис-медиа» 2016-2018 г.

Таблица 2.5- Коэффициенты капитализации и покрытия 2016-2018 гг.

Показатель	2016	2017	2018	Абсолютное изменение		Формула расчета
				2017 к 2016	2018 к 2017	
1. Коэф. автономии, $K_a \geq 0,5$	0,373	0,632	0,654	0,259	0,022	ИСС/В
2. Коэф. финансовой устойчивости, $K_f \geq 0,8$	0,551	0,811	0,863	0,260	0,052	(ИСС+ДЗС)/В
3. Коэф. соотношения заемных и собств. ср. $K \sim 0,7$	1,683	0,583	0,529	-1,099	-0,054	(ДЗС+КСО)/ИСС
4. Коэф. Финансирования, $K_{фин} \geq 1$	0,594	1,714	1,890	1,120	0,176	ИСС/(ДЗС+КСО)
5. Коэф. обеспеченности собствен. ср. $K_o \geq 0,1$	0,252	0,447	0,477	0,195	0,030	(ИСС-ВА)/(ЗЗ+Дб+Д)
6. Коэф. маневренности собствен. ср., $K_m \sim 0,5$	1,046	0,756	0,803	-0,290	0,047	(ИСС-ВА+ДЗС)/ИСС
7. Соотношение деб. и кред. задолж., $K_{дк} \sim 1$	0,606	1,328	1,937	0,722	0,609	Дб/КрЗ
8. Коэф. Обеспеченности запасов и затрат $0,6 \geq \dots \geq 0,4$	0,410	1,005	2,869	0,595	1,864	(ИСС-ВА)/ЗЗ

Из таблицы 2.5 видно, что коэффициент автономии значительно вырос в 2017-2018 годах по сравнению с 2016, так как организация уменьшила долю кредиторской задолженности на 31% к 2018-му году и подняла долю собственного капитала на 28%, а также подняла на 3% долю долгосрочных заёмных средств, что помогло встать в оптимальное значение коэффициента. Коэффициент финансовой устойчивости встал в норматив после 17-го года, это значит, что у компании большую долю занимают долгосрочные источники финансирования. Соотношение заёмных и собственных средств показывает (финансовый рычаг) сколько единиц заёмного капитала приходится на 1 денежную единицу собственного, в 2017-2018 году коэффициент встал в нормативное значение относительно отрасли полиграфии. Коэффициент

финансирования стал выше 1-цы, что показывает рост финансовой устойчивости компании. Коэффициент обеспеченности собственными средствами вырос в два раза в 2017 по сравнению с 2016-ым, и продолжает расти в 2018, но уже с значительно меньшим темпом, это значит: собственный капитал растёт, снижается кредиторская задолженность, растёт финансовая устойчивость, растёт число платёжеспособных контрагентов. Коэффициент маневренности упал, так как компания снизила уровень запасов сырья и материалов на предприятии. Показатель соотношения дебиторской и кредиторской задолженности вырос более чем в три раза в 2018 по сравнению с 2016-ым, что означает то, что в 2016 году было значительное превышение кредиторской задолженности над дебиторской, а в 2018 значительное превышение дебиторской задолженности, что является плохим показателем, поскольку в случае долгого непогашения контрагентами долгов, придётся брать финансирования из хозяйственного (собственного) имущества, либо обращаться в банк за кредитом. Снизился показатель обеспеченности запасов в 2017 почти в 4 раза, что является плохим показателем для отрасли, но в 2018 году вырос почти в 3 раза по сравнению с 2017, тем самым приблизился к нормативу от 0,4 до 0,8.

Нормативная (в некоторых случаях высокая) ликвидность компании очень важна, поскольку от этого зависит степень платёжеспособности. Основной признак ликвидной фирмы – это формальное превышение суммы текущих активов над краткосрочными с равным сроком превращения в денежные средства. Но самое главное, чтобы показатели ликвидности не были сверх высокими, поскольку это будет означать, что предприятие не рационально составляет структуру капитала, что приводит к убыткам, в данном случае это упущенная выгода от использования высоколиквидных активов.

В таблице 2.6 будут рассчитаны показатели ликвидности ООО «Авис-медиа».

Таблица 2.6 - Коэффициенты ликвидности 2016-2018 гг.

Показатель	2016	2017	2018	Абсолютное изменение		Формула расчета
				2017 к 2016	2018 к 2017	
1. Коэф. абсолютной ликвидности, Ка.л. $\geq 0,2$	0,113	0,633	2,100	0,520	1,467	ДС/КСО
2. Коэф. ликвидности баланса, Кл. $\geq 0,5-1$	0,719	1,961	4,037	1,242	2,076	(ДС+Дб)/ КСО
3. Коэф. текущей ликвидности, Кп. ≥ 2	1,868	3,531	4,842	1,663	1,311	(ЗЗ+ДС+Дб)/КСО
4. Коэф. восстановления платежеспособности	—	2,749	—	—	—	$(КПЗ_0 + (6/T * (КПЗ_0 - КПЗ_6))) / 2$

Из таблицы 2.6 можно сделать следующие выводы о результатах, во-первых, коэффициент ликвидности вырос в 17,5 раз по сравнению с 2016-ым годом, превысив верхний потолок норматива - 0,5, что даёт нам сделать вывод о нерациональной структуре капитала, слишком высокая доля неработающего оборотного капитала в виде денежных средств и средств на счетах. Коэффициент ликвидности баланса вырос более чем в 4 раза в 2018 году по сравнению с 2016 годом, но при этом приэто перешёл грань норматива ещё 2017-ом году, что означает о недоиспользовании оборотных активов и не использовании краткосрочных кредитов для получения доходов. Коэффициент текущей ликвидности в 2016-ом был ниже норматива - 2, но в 2017 и 2018 он значительно превысил потолок норматива - 2,5, то есть подтверждён факт того, что текущие активы компании просто лежат и обесцениваются. Коэффициент восстановления платежеспособности очень высокий, что означает то, что компания очень платежеспособна, но за счёт лежащих «без дела» денежных средств и средств на счетах, также этот показатель говорит о высокой возможности встать в нормативное значение ликвидности.

Компанию считается рентабельной, если её доходы от продажи товаров, услуг покрывают издержки обращения и при этом остаётся прибыль, в объёме достаточном для дальнейшего нормального функционирования компании.

Рентабельность является более узким показателем, чем прибыль, поскольку она показывает результат (эффект) использования ресурсов для получения дохода. Рентабельность используют для формирования цен (таблица 2.7).

Таблица 2.7 - Коэффициенты рентабельности 2017-2018 гг.

Показатель	2017		2018		Абс. Изменение		Формулы
					2018 к 2017		
	по чистой прибыли	по балансовой прибыли	по чистой прибыли	по балансовой прибыли	по чистой прибыли	по балансовой прибыли	
1. Общая рентабельность активов	0,341	0,484	0,270	0,337	-0,072	-0,147	Ф2.стр2400 (стр2300)/В ср.
1. Общая рентабельность активов	0,341	0,484	0,270	0,337	-0,072	-0,147	Ф2.стр2400 (стр2300)/В ср.
2. Рентабельность собственного капитала	0,703	0,879	0,419	0,524	-0,284	-0,355	ЧП(БП)/ИСС ср.
3. Рентабельность основной деятельности	0,237	—	0,222	—	-0,016	—	Ф2.стр2200/ Ф2.стр2120
4. Рентабельность постоянного капитала	—	0,642	—	0,402	—	-0,240	БП/(ИСС+ДЗС) ср.
5. Период окупаемости собственного капитала	1,422	1,137	2,384	1,907	0,962	0,770	ИССср./ЧП(БП)

Исходя из полученных результатов, можно сделать следующие выводы: общая рентабельность активов компании снижается, это связано с тем, что снизилась чистая прибыль, незначительным ростом стоимости активов, а также

снижением оборачиваемости активов. Рентабельность собственного капитала очень сильно снизилась, так как вырос собственный капитал, снизился заёмный, упала прибыль. Рентабельность перманентного капитала снизилась, что означает неэффективное использование капитала, вложенного на долгий срок. Рентабельность основной деятельности падает, это означает, что темпы роста затрат выше темпа роста выручки, сокращён объём продаж, падение спроса.

Показатели деловой активности показывают длительность коммерческого, производственного цикла компании. Показывает подробно инвестиционную привлекательность, кредитоспособность, финансовую устойчивость, за счёт повышения которых снижается риск формирования долгов и отложенных налогов и сборов (таблица 2.8).

Таблица 2.8 - Коэффициенты деловой активности 2017-2018 гг.

Показатель	2017	2018	Абс. Изменение	Формула
1. Коэф. оборачиваемости активов	2,55	2,28	-0,26	$\Phi 2.\text{стр}2110/V$ ср.
2. Коэф. оборачиваемости товарных запасов, К2	4,856	9,067	4,21	$\Phi 2.\text{стр}2120/33$ ср.
3. Коэф. оборачиваемости дебит. задолжен., К3	51,974	43,068	-8,905	$\Phi 2.\text{стр}2110/\Phi 2.\text{стр}1230$ ср.
4. Коэф. оборачиваемости кредит. задолж., К4	6,082	11,283	5,2	$\Phi 2.\text{стр}2120/Кр3$ ср.

По результатам таблицы 2.8, можно сделать вывод о снижении оборачиваемости активов, так как упала выручка. Оборачиваемость запасов выросла, так как снизился средний объём запасов на складах. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности снизился, но всё равно имеет высокое значение, поскольку контрагенты относительно вовремя погашают задолженности. Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности вырос, поскольку вырос уровень платежеспособности компании в отношении: поставщиков, персонала, бюджета, прочих кредиторов.

Для оценки вероятности наступления банкротства компании используют модель американского экономиста Эдварда Альтмана, по аналитике модель показывает с точностью в 95% случаев. Для анализа полиграфического агентства будет использована пятифакторная модель:

$$Z = 1,2 * X1 + 1,4 * X2 + 3,3 * X3 + 0,6 * X4 + X5, \quad (8)$$

Таблица 2.9 - Показатели для расчёта модели Альтмана и результат

Показатель	Букв.обзн.	Значение
Удельный вес собствен. оборотного капитала	X1	0,525
Чистая рентабельность активов	X2	0,270
Общая рентабельность активов	X3	0,337
Отношение рын. стоим.акций к сумме активов	X4	1,800
Оборачиваемость активов	X5	1,1445
Вероятность банкротства ($\geq 1,8$)	Z	4,34

Таким образом, можно сказать, что банкротство компании в ближайшее время не грозит, она стабильна и финансово устойчива.

Очень важно знать стоимость используемого капитала, для этого используют показатель WACC – средневзвешенная стоимость использования капитала.

Рассчитаем стоимость собственного капитала компании через модель оценки капитальных активов (САР) с бета-коэффициентом Фуллера-Керра (Р. Хамады) (таблица 2.10).

Таблица 2.10 - Расчёт рыночной стоимости собственного капитала ООО «Авис-медиа» по модели CAMP

№	Показатель	2017	2018
1	Безрисковая доходность, % (ЦБ)	6,62	7,45
2	Премия за риск, %	6	7,5
3	Коэффициент бета для типографий (из отраслевого доклада федерального агентства по печатям и массовым коммуникация 2018 год)	0,78	0,78
5	Соотношение постоянные/ переменные	0,117	0,104
6	Коэффициент бета с учетом операционного риска п.3*(1+п.5)	0,87126	0,96048
7	Соотношение заемный/ собственный капитал	0,583	0,529
8	Ставка налога на прибыль	0,2	0,2
9	Коэффициент бета с учетом операционного и финансового риска =п.6*(1+(1-п.8)*п.7)(фундаментальный) (модель Хамады)	1,27	1,367
10	Рыночная стоимость собственного капитала, % (П.1+п.9*п.2)	14,24	17,519

Рыночная стоимость собственного капитала упала, потому что компания использует в большей мере собственный капитал, безрисковая ставка возросла, а также выросла премия за риск компании, поскольку снился объём прибыли и показатели рентабельности.

Средневзвешенная процентная ставка по заёмному капиталу = 8,5%.

Далее в таблице 2.11 рассчитаем показатель стоимости использования собственного и заёмного капитала предприятием.

Таблица 2.11 - Расчёт показателя средневзвешенной стоимости капитала

Год	Расчёт WACC
2017	$0,085*(1-0,2)*0,36846+0,1424*0,631540162=0,11499$ или 11,49%
2018	$0,085*0,34604*(10,2)+0,17519*0,653957=0,138$ или 13,8%

Уровень расходов, которые несет компания за осуществление своей деятельности за счёт капитала в 2018-ом году вырос на 2,31%, то есть требуемая ставка для компании от вложенных средств неё, это обусловлено

ростом риска компании. То есть компания может принимать инвестиционные решение, которые имеют доходность не менее 13,8%.

В результате проведённого анализа финансово-хозяйственной деятельности рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа», можно отметить следующее, что компания на конец 2018 года является платежеспособной, финансово устойчивой, стала более автономной в сравнении с прошлыми годами, за счёт увеличения источников собственного капитала и уменьшение кредиторской задолженности. Компания увеличила долю собственного капитала на 28%, за счёт увеличения нераспределённой прибыли и резервного капитала, что является не совсем рентабельным. Деловая активность компании упала, а точнее упали показатели оборачиваемости из-за снижения прибыли, коэффициент оборачиваемости активов снизился на 10,2%. Уровень запасов был снижен на 83% за два последних года, что привело к высокой оборачиваемости и повышению риска в плане сроков выдачи продукции, из-за нехватки запасов. Рентабельность от продаж незначительно упала из-за снижения объёма продаж, рентабельность собственного капитала упала по той же причине (ROE), это обусловлено давлением со стороны конкурентов, а точнее демпингом. Компания имеет недополученные выгоды, поскольку она держит большой объём денежных средств и средств на счетах. Нет риска вероятности банкротства в ближайшее время.

Для анализа внешних и внутренних факторов ООО «Авис-медиа» используем метод SWOT-анализа. Для него необходимо определить сильные, слабые стороны и возможности, угрозы компании (таблица 2.12), после чего установить связь между ними, которые в дальнейшем укажут на общую стратегию развития, движения компании.

Таблица 2.12 -Сильные и слабые стороны, возможности и угрозы предприятия ООО «Авис-медиа»

Сильные стороны	Возможности
1) Наличие стабильных связей с частью клиентов (в том числе рекламные агентства, государственные организации)	13) Рост спроса на печатную продукцию, рекламную полиграфию.
2) Высокие показатели финансовой устойчивости	14) Появление новых материалов, технологий для производства рекламной продукции
3) Чёткие бизнес-процессы в продажах, высокое качество обслуживания	15) Появление на рынке новых поставщиков.
4) Наличие услуги доставки как в городе, так транспортной компанией.	16) Изменение негативных стереотипов о печатной рекламе в России.
5) Оптимально короткие сроки изготовления	17) Увеличение конкуренции на рынке, силы конкурентов
6) Множество современных направлений в плане продукта, услуг.	Угрозы
7) Наличие свободных мощностей	18) Изменение условий кредитования
Слабые стороны	19) Снижение покупательской способности и изменение приоритетов
8. Несовершенный учёт на складе	20) Демпинг со стороны конкурентов
9. Слабый маркетинг (рекламное продвижение)	
10. Высокие издержки на поддержание компании	21) Ужесточение требований налоговых органов
11. Отсутствие чёткой системы скидок	22) Полный переход потребителей на продвижение в интернет ресурсах.
12. Снижение показателей деловой активности и рентабельности	

Далее необходимо найти возможность связи выявленных сильных и слабых сторон с угрозами и возможностями (то есть оценка возможности использования одного фактора с другим, для получения положительного результата), она была оценена по 5-ой шкале экспертами в лице:

- директора ООО «Авис-медиа» Спицкого В.И.;
- директора типографии «Эталон» Коновалова Н.В.;
- директора рекламного агентства «Эконит» Федотченко Т.В.

Количественная оценка силы связи сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами для рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа» представлена в таблице 2.13.

Таблица 2.13 - Количественная оценка связи сильных и слабых сторон, угроз и возможностей для полиграфического центра «Авис-медиа»

		Сильные стороны					Слабые стороны				
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Угрозы	16	5	4	3	4	5	5	4	5	3	2
	17	2	2	1	2	3	2	4	2	3	2
	18	3	3	2	5	2	4	3	2	2	1
	19	5	4	3	1	3	4	1	2	4	3
	20	3	5	4	5	4	4	3	1	4	3
Возможности	11	5	4	3	4	2	1	4	2	3	4
	12	5	4	3	1	2	3	1	2	3	1
	13	5	4	3	1	3	5	3	1	5	4
	14	4	3	4	2	5	4	4	2	4	3
	15	4	3	1	2	3	4	1	2	4	3

Далее в таблице 2.14 будет просуммированы результаты оценки сил связи.

Таблица 2.14 - Сумма оценок связей по факторам сильных, слабых сторон, возможностей и угроз ООО «Авис-медиа»

Сильные стороны	Балл	Возможности	Балл
1) Наличие стабильных связей с частью клиентов (в том числе рекламные агентства, государственные организации)	41	11) Рост спроса на печатную продукцию, рекламную полиграфию.	36
2) Чёткая ассортиментная и ценовая политика	36	12) Появление новых материалов, технологий для производства рекламной продукции	32
3) Чёткие бизнес-процессы в продажах, высокое качество обслуживания	27	13) Появление на рынке новых поставщиков.	25
4) Наличие услуги доставки как в городе, так транспортной компанией.	27	14) Изменение негативных стереотипов о печатной рекламе в России.	34
5) Множество современных направлений в плане продукта, услуг.	32	Угрозы	27
Слабые стороны		16) Изменение условий кредитования	40
6) Несовершенный учёт на складе	28	17) Снижение покупательской способности и изменение приоритетов	20

Окончание таблице 2.14

Слабые стороны	Балл	Угрозы	Балл
7)Слабый маркетинг (рекламное продвижение)	21	18) Демпинг со стороны конкурентов	40
8)Высокие издержки на поддержание компании	35	19) Ужесточение требований налоговых органов	27
9)Отсутствие чёткой системы скидок	26	20) Полный переход потребителей на продвижение в интернет ресурсах.	33

Самыми важными оказались наличие постоянных клиентов, условия кредитования, демпинг конкурентов, конкурентные факторы оказались очень высокими по оценкам, расширение зоны бизнеса в плане территории и оптимальные сроки оказались тоже очень высокими.

Далее определяем стратегические альтернативы развития связей сильных, слабых сторон и возможностей, угроз в таблице 2.15.

Таблица 2.15 -Стратегические альтернативыпо результатам SWOT- таблицы. ООО «Авис-медиа.

		Сильные стороны						Слабые стороны			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Угрозы	16	- Разработать систему скидок - Снизить себестоимость продукции - Освоить новые технологии в разработке рекламной продукции. - Сократить долю дебиторской задолженности						- Искать более выгодных поставщиков - Модернизировать оборудование - Использовать кредитные средства			
	17										
	18										
	19										
	20										
Возможност и	11	-Увеличить долю рынка (открыть точки сбыта в других городах, регионах) - Расширение направлений, открытие новых позиций в товарах, услугах. - Повышение качества продукции (снизить уровень брака) - Разработать систему онлайн-заказа						- Повысить эффективность управленческого аппарата - Анализировать действия основных конкурентов - Увеличить эффективность своей рекламы - Обучение сотрудников новым процессам в производстве, работе с клиентами.			
	12										
	13										
	14										
	15										

По результатам проведённого анализа были сформированы рекомендации, при исполнении которых, предприятие с высокой вероятностью достигнет благоприятных показателей эффективности, как финансовых, так и качественных, например, развитие бренда.

Основная причина невысоких темпов роста в сфере рекламно-полиграфических услуг – это рост сокращения рекламных небольших агентств, которые составляли не малую долю от общего объёма заказов, выступая в роли посредника.

По результатам SWOT-анализа можно сказать, что для компании очень важными факторами, определяющими стратегию компании, являются почти все выявленные в таблице факторы, но больше всего наличие постоянных клиентов, чёткая ценовая и ассортиментная политика в сильных сторонах, оптимальные сроки изготовления, в возможностях очень важен фактор роста потребительского спроса на продукт компании, со стороны слабых сторон больше всего интересует отсутствие системы скидок и маркетинговой стратегии продвижения, со стороны угроз следует что-то предпринимать в ответ на демпинг компаний-конкурентов и следить за изменениями в условиях кредитования юридических лиц.

По результатам анализа, компании следует придерживаться двух стратегий «оборонительной» и «наступательной», то есть ввод диверсификации или расширения географического и разработка мощной маркетинговой стратегии, для поддержания уже существующего бренда компании.

Конкурентный анализ отрасли по Портеры даёт сделать следующие выводы:

- зависимость компании от поставщиков низкая;
- сила клиентов среднее, поскольку большинство клиентов ищет подрядчика услуг по признаку опыта, цене и территориально близкого;
- влияния силы конкурентов оценивается как высокое;
- угроза товара-субститута оценивается как высокая, поскольку интернет реклама является сегодня очень популярным способом продвижения;

- появление новых конкурентов занимает уровень ниже среднего, так как барьеры входа высоки из-за зрелости рынка.

Финансовый анализ показал, что компания является стабильной, финансово устойчивой, имеет низкую вероятность банкротства, нерационально использует денежные средства и их эквиваленты.

Компания почти не использует краткосрочные заёмные средства, тем самым укрепляя финансовую автономию, но упуская возможность развития и доходности. Снижился уровень рентабельности общей, продаж, активов, из-за снижения выручки компании. Оборачиваемость дебиторской задолженности высокая за счёт того, что компания стабильно поддерживает один и тот же уровень, давая отсрочку только постоянным клиентам, которые в большинстве своём погашают своевременно свои долги.

Компания стала больше платить за использования капитала, поскольку она увеличила долю собственного имущества, которое просто лежит на счету и приносит упущенную выгоду, обесценивается. Коэффициент бетта для компании стал выше в 2018 по сравнению с 2017 на 3%, поскольку компания стала менее стабильна, из-за снижения оборота.

На основе выше перечисленных выводов, рекомендуется следующие действия по улучшению положения компании:

- пересмотреть политику в отношении использования капитала, а точнее, направить денежные средства, средства на счетах в инвестиционные решения, с доходностью не менее 13,8 % (данный процент распространяется на проекты компании, а не на безрисковые, низкорисковые вложения);

- разработать маркетинговую стратегию по отвоеванию рынка г. Красноярска, чтобы увеличить объём продаж;

- оптимизировать процессы производства полиграфической продукции, снизив затраты, тем самым себестоимость продукции;

- заняться охватом клиентов в городах Красноярского края, поскольку компания имеет высокую стабильность в плане финансовых показателей автономии, можно воспользоваться кредитом, чтобы открыть

представительство, которое в последствии увеличит совокупную прибыль и оптимизируют структуру ликвидности за счёт снижения уровня денежных средств, к тому же отрасль является относительно фондоёмкой, что положительно влияет на эффект масштаба от расширения производства;

- уменьшить долю дебиторской задолженности за счёт снижения периода отсрочки;

- диверсификация производства. При жёсткой конкуренции на рынке, нужно постепенно выходить на рынки, в которых продукта либо ещё нет, и он уникален, либо он только на этапе роста, пока барьеры на вход ещё не сформированы;

- увеличить объёма производства за счёт имеющихся у предприятия резервов мощностей и закупки запасов;

- восстановить работу на тендерах города Красноярска;

- снизить себестоимости продукции за счёт более жесткого контроля и учёта расхода материалов, с целью избежание перерасхода по ним;

Таким образом, хочется отметить, что предприятию в сфере полиграфических услуг необходимо принимать оптимальные и эффективные решения относительно инвестирования. Такими решениями могут стать:

- оптимизация ключевых систем бизнеса (управления, мотивации, закупок, продаж и т.д.);

- оптимизация бизнес-процессов, отказ от процессов, не формирующих дополнительную ценность для покупателя;

- минимизация посредников на всех этапах производства и сбыта;

- захват рынка с низким уровнем конкуренции, либо входить на рынок с уникальным предложением.

Каждое такое решение, направленное на развитие и преобразование бизнеса, должно рассматриваться как небольшой инвестиционный проект, основанный на принятии обоснованных управленческих решениях.

Все эти рекомендации реальны и их можно осуществить в ближайшем времени, что приведёт к нормализации и росту компании в целом. По

результатам анализ, были отобраны три стратегические альтернативы для оценки инвестирования в них (освоить новые технологии в разработке рекламной продукции, увеличить долю рынка (открыть точки сбыта в других регионах, расширение направлений, открытие новых позиций в товарах, услугах).

3 Оценка инвестиций в проекты по развитию предприятия ООО «Авис-медиа»

3.1 Разработка и оценка эффективности инвестиционных проектов по развитию ООО «Авис-медиа»

Большое значение для деятельности компании ООО «Авис-медиа» имеет объем чистой прибыли. После проведенного анализа компании, были отобраны следующие инвестиционные проекты для экономического обоснования:

- 1) Проект усовершенствования процессов производства, за счёт автоматизации резки полиграфической продукции;
- 2) Проект по открытию представительства рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске;
- 3) Предоставление новой услуги – «фото на документы».

При анализе бизнес-процессов на рис. 4, наиболее проблемным процессом стала постпечатная обработка, из-за отсутствия современного оборудования, типографии, при больших объёмах приходится осуществлять доставку заказа в типографию «Эталон» и делать вырубку у них. Это приводит к возникновению дополнительных затрат на логистику и пользование услугами сторонних организаций для осуществления постпечатной обработки заказа (рисунок 4).

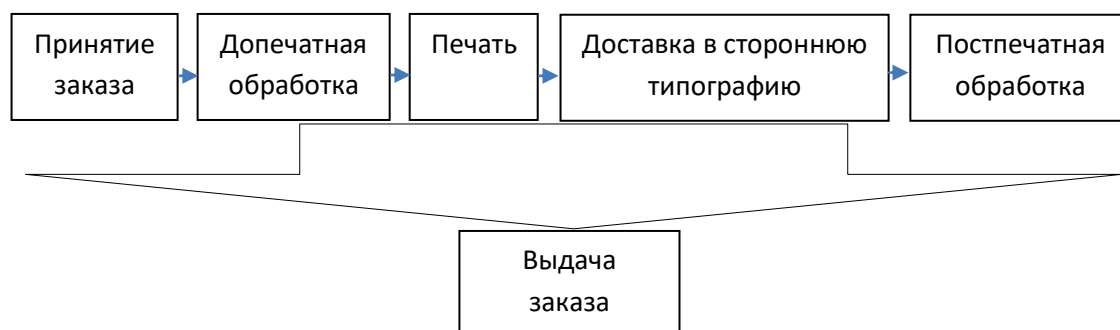


Рисунок 4 - Бизнес-процесс изготовления полиграфической продукции.

На сегодняшний день эксплуатируется механический резак офсетной полиграфии, он активно используется уже более 7 лет, из-за чего имеет место быть определённое количество брака (из-за человеческого фактора и из-за резака), поскольку с этим резаком не всегда получается вырубить ровно. (продольно, поперечно). По данным за 2018 год. на резку в сторонних организациях было потрачено 140000 руб. (в 2017-124 000), при том что минимальные объёмы обрабатывались самостоятельно, где были расходы на заработную плату и понесённые убытки из-за кривой резки (средний процент брака- из тысячи листов 30-50 штук).

Эту проблему можно решить покупкой автоматического режущего оборудования, которое ускорит процесс производства, снизит процент брака на предприятии, а также повысит рентабельность в будущем. Данный процесс обслуживают два человека (печатника 2 человека).

После анализа предложений на рынке биговально-резательных аппаратов, был определён гидравлический гильотинный резак RAPHOPRESS HP-524 стоимостью 278 000 руб.

Рассмотрим постпечатную обработку заказа (1000 листов А3 формата на бумаге 300 гр., мелованная, 4+4) на механическом резаке, автоматическом и в сторонней типографии в таблице 3.1.

Таблица 3.1 - Сравнительный анализ расходов на оплату труда и отчислений во ВФ печатников ООО «Авис-медиа»

Тип обработки	Кол-во сотрудников, чел.	Кол-во резки листов за 1 мин., шт.	Оплата резки, руб. за 14 000 визиток.руб.	Отчисления во внебюджетные фонды 30%, руб.	Сумма брака, руб.	Итого
Ручная	2	10	800	240	80	1120
Автоматическая	1	40	160	48	10	218
В сторонней типографии	1	8	570	36	-	606
Отклонение (руч/автомат)	-1	+30	-640	-192	-70	-902

Окончание таблицы 3.1

Тип обработки	Кол-во сотрудников, чел.	Кол-во резки листов за 1 мин., шт.	Оплата резки, руб. за 14 000 визиток.руб	Отчисления во внебюджетные фонды 30%, руб.	Сумма брака, руб.	Итого
Отклонение (сторонняя/автомат)	0	+32	-410	-12	+10	-388

Исходя из анализа таблицы, видно, что наиболее выгодным вариантом с точки зрения расходов на производство является автоматический резак, поскольку не придётся тратить много времени на расстановку ножей, не будет брака (максимум из-за человеческого фактора в первое время). По сравнению со сторонней типографией выгодно, поскольку не придётся ездить и тратить бензин, 1 час рабочего времени сотрудника, 2 часа ожидания заказа и платить за резку.

Рассматривается 2 вида инвестиций для покупки резака (вариант лизинга не рассматривается из-за условий (свыше 500 000 руб.), вариант с разбитием долга на 40% собственные и 60% с использованием финансового рычага не является оптимальным, поскольку для малого бизнеса окупаемость инвестиций от депозита равная в 16 лет – очень высока):

1. Дифференцированный кредит в коммерческом банке под 13,5% годовых на сумму 278 000 рублей (ВТБ-инвестиционный) (основной долг оплачивается в равных долях, сумму начисленных процентов снижает пропорционально остатку основного долга):

- сумма ежемесячного платежа 14 711...11 714руб.
- итоговая переплата с учетом комиссии 39 094 руб.
- эффективная процентная ставка 14,4% (это реальная ставка, которая обходится получателю, с учётом комиссии и расходов по обслуживанию кредита банком).

2. Взять полностью денежные средства из собственного капитала в размере 278 000 руб. и приобрести оборудование, при этом потеряв возможность вложить эти средства в банковский депозит (например, Сбербанк под 5,8% годовых при вкладе на два года и получении 32248 руб.).

Таким образом, исходя из результатов таблицы сравнения кредитных средств и собственных в приложении «В», с учётом дисконтирования денежных потоков, выгоднее вариант кредитования, поскольку деньги имеют свойство обесцениваться. Стоимость затрат по кредиту оцениваемая на сегодняшний день на 25000 рублей меньше стоимости использования собственного капитала в качестве покупки.

278 000 рублей следует положить на депозит в банк, тем самым окупить проценты по кредиту за два с половиной года.

В результате всего был проведён анализ эффективности инвестиций в покупку автоматического резака.

NPV проекта состоит из экономии денежных средств при использовании собственного станка и экономии на заработной плате, при условии, что хватает одного сотрудника для резки (160 000 рублей в год.) и выплаты кредита.

Цель инвестиций в покупку резака – усовершенствовать постпечатную обработку.

Основные мероприятия:

- оформление кредита на сумму 287 000 в банке;
- покупка резака (заключение договора о покупке);
- установка резака и комплектующего;
- обучение сотрудников работе на резаке.

Срок установки и введения в эксплуатацию резака составляет две недели.

В проекте рассматривалась эффективность для 3 лет, поскольку это официальный срок службы резака.

Ставка дисконтирования была определена кумулятивным методом в таблице 3.2, поскольку компания является малой, а также не имеет своих ценных бумаг, торгуемых на бирже:

Таблица 3.2 - Калькуляция ставки дисконта

Наименование показателя	Значение, %
Безрисковая ставка (средняя по банковским депозитам)	6
Риск изменения конъюнктуры рынка	2
Уровень менеджмента	2
Размер компании	4
Сезонность	2
Риск отрасли	2
Итого	18

$NPV_{3\text{года}} = \text{притоки (дисконтированные)} - \text{оттоки (дисконтированные)} = 347883 - 281229 = 66\,654 \text{ руб.}$

PP – срок окупаемости проекта равен двум годам.

DPP – дисконтированный срок окупаемости проекта равен 2,3 года.

PI – рентабельность инвестиций составляет 0,66 руб. полученный на 1 рубль вложенный в покупку станка.

IRR проекта равен 38,628%.

Таким образом, проект покупки автоматического резака выгоднее, чем использование механической собственной резки и резки полиграфической продукции в сторонних типографиях выгоднее, следовательно, его стоит принять и осуществить. А также он удобен, с точки зрения работы агенства.

Как показали результаты проведённого анализа внешней среды и самого полиграфического центра ООО «Авис-медиа», рынок полиграфии и материальной рекламной продукции (наружная реклама, сувениры и т.д.) проявляется стабильным и медленно изменяющимся.

Предприятие отличает комплексное обслуживание клиентов, гибкая и грамотная ценовая политика, высокий уровень продавцов, культура обслуживания. Как и многие малые предприятия ООО «Авис-медиа», пытается выжить в условиях конкурентной борьбы. Предприятию удастся работать с прибылью, платить налоги, повышать рентабельность продаж (сравнивая показатели 2016 и 2017 годов), эффективно управлять основными и

оборотными средствами, сохранять наиболее ценные кадры. Деятельность организации осуществляется в рамках законов, норм и правил торговли.

В 2018 году по сравнению с 2017 годом упало значение показателя рентабельности от основной деятельности на 1,6%, что означает то, что снизился покупательский спрос на продукты и услуги фирмы на территории Красноярского края.

Наиболее эффективным инвестированием в данной ситуации является вложение в расширение, данный бизнес связан с высокими постоянными расходами (производство), поэтому тут эффект масштаба очень положителен. У данной компании потенциальные возможности не исчерпаны.

Второй проект для оценки – это проект открытия представительства в городе Новосибирске.

Компания работает уже более 11 лет., имеет большую клиентскую базу, как в Красноярске, так и в других городах.

С целью развития и увеличения прибыли предприятия, повышения его конкурентоспособности, а также увеличение клиентской базы, необходимо открытие представительства (мини-филиала), которое будет заниматься поиском клиентов и заключением договоров.

К ключевым факторам успеха можно отнести:

- расположение представительства рекламно-полиграфического центра по адресу Выборная 122, ТК «Визит», поскольку в октябрьском районе всего 5 фирм со схожим видом деятельности, но у всех этих фирм есть лишь несколько направлений из деятельности ООО «Авис-медиа», например, у ООО «Вебпринт» нет печати наружной рекламы..., основная концентрация рекламных агентств в центральном районе, а в последнее время клиенту очень важен территориальный признак, чтобы сэкономить время;

- расширение влияния на рынки предоставляемых услуг, не только полиграфических;

- приобретение новых клиентов, довольными условиями предоставления продукции.

Проект можно рассматривать как:

- коммерческий, так как открытие представительства принесёт прибыль;
- как монопроект, поскольку он не связан с другими проектами компании;
- инвестиционный, так как требует инвестиционных затрат;
- малый, так как затраты на него не превышают 1 миллиона рублей;
- краткосрочный, так как длительность его осуществления составляет менее 1 года.

Данный проект имеет основное ограничение в том, что представительство должно быть направлено на более крупные заказы, поскольку присутствует фактор логистики, где в стоимость входит услуга доставки компании-грузоперевозчики (до 20 кг -300 руб., что не страшно при крупном заказе полиграфии, либо других продуктов на суммы более 3000 руб.), а важнее то, что заказ будет продлён на 1-2 рабочих дня (время доставки).

В представительстве будет работать два человека: дизайнер-печатник, менеджер по работе с клиентами и продвижению.

Структура будет линейно-функциональной, где во главе будет генеральный директор, а на уровень ниже горизонтально будут работать сотрудники.

Для работы по поиску и работе с клиентами прописаны скрипты, бизнес-процессы. Как и при создании макетов рекламной продукции. А также для всех процессов деятельности представительства.

После контент-анализа конкурентов через интернет сервисы, предоставленные «Дубльгис» и официальным реестром юридических лиц, были выявлены местные компании, которые имеют аналогичный спектр услуг и продуктов (если говорить о всех), имело смысл указать только сильные компании, у которых цена ниже рыночной, поскольку именно они являются 100%-ми производителями и именно они могут агрессивно (ответный демпинг) отреагировать на появление ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске. Данные компании предоставлены в таблице 3.3.

Таблица 3.3 - Основные конкуренты в городе Новосибирске.

№	Название	Адрес
1	GoldFlayer	ул. Ленина, 89/17, Бердск
2	Атмосфера Принт	Красный просп., 47, Новосибирск
3	Офсет-Студио	ул. Ленина, 89/17, Бердск
4	НСК-принт экспресс	Станционная ул., 30А, Новосибирск, Россия, Станционная улица, 30А ЦЕХ 44
5	Digital	ул. Брюллова, 6А, Кировский район, Северо-Чемскойжилмассив, Новосибирск, этаж 2
6	Сборка	ул. Добролюбова, 16, Новосибирск, Этаж 1
7	Аркуда	Пролетарская ул., 165, Новосибирск

Все эти полиграфические центры, осуществляют почти полный спектр услуг полиграфического агентства ООО «Авис-медиа», некоторые имеют большой ассортимент предоставляемых продуктов.

На рынке полиграфии города Новосибирска имеется множество организаций, которые занимаются полиграфическими услугами.

На рынке Красноярска зарегистрировано 77 577 коммерческих организаций (включая ИП). В Новосибирске по данным новосибстата на 29.04.2019: 113 969 организаций (с учётом филиалов) из них:

- 5528 единиц – муниципальные и государственные;
- 102 961 единицы – частная форма собственности (ИП, ООО и т.д.);
- 365 единиц смешанная российская (объединение деятельности разных форм собственности);
- 5115 единиц прочие формы собственности (религиозная, иностранная, смешанная с иностранной российской).

Все они являются потенциальными клиентами, как и обычные жители города (1 612 800 человек), которым могут потребоваться наши услуги (Например, заказ баннера при продаже участка, дачи или заказ футболок для соревнования в школе).

В Новосибирске следующее количество компаний-конкурентов ООО «Авис-медиа» по направлениям:

- полиграфия 274 компаний;

- оперативная печать 259 компаний;
- предпечатная подготовка 117 компаний;
- послепечатная обработка 210 компаний;
- 67 организаций, которые изготавливают пластиковые карты;
- 367 организаций, связанных с наружной рекламой;
- 209 организация с печать на сувенирной продукции (сублимация, термоперевод);
- 38 фирм-конкурентов с тампопечатью, шелкографией;
- 148 компаний изготавливают печати и штампы;
- 256 компаний оказывают дизайнерские услуги.

По сравнению с Красноярском большинство направлений в Новосибирске имеют меньше конкурентов для ООО «Авис-медиа», кроме оперативной полиграфии, послепечатной обработки, наружной рекламы, тампопечать и шелкография (всего лишь на 2) и компаний, которые оказывают дизайнерские услуги.

Стоимость грузоперевозки компанией «ТЭК Новосибирск»:

- до 20 кг стоимость доставки 300 руб 1-2 рабочих дня;
- от 21-99 кг. Стоимость доставки 6,3 руб/кг., доставка 1-2 раб. Дня.

Поэтому затраты на логистику не столь велики, особенно незаметны при заказе свыше 3000 руб., доставка осуществляется раз в неделю в среду-четверг, поэтому все грузы будут приходить к клиентам в пятницу.

Таким образом, Новосибирск является привлекательным городом для открытия представительства рекламно-полиграфического агентства в октябрьском по адресу Выборная 122, ТК «Визит».

Необходимость расширения зоны действия фирмы также обуславливается тем, что падает выручка от деятельности, из-за оттока клиентов в другие крупные компании. Открытие представительства позволит увеличить число клиентов (как разовых, так и постоянных).

Также уровень сервиса и ведение заказа идёт на хорошем уровне, об этом говорят отзывы на различных социальных платформах, постоянство заказов клиента (приходят во второй раз и далее...).

У компании имеется достаточное количество собственного капитала для открытия представительства.

Для анализа потенциальных клиентов, с которыми существует высокая вероятность сотрудничества, был использован аналитический метод:

Через запросы в «Яндексе» в Новосибирске (<https://wordstat.yandex.ru>):

1. Полиграфия – 1640 раз, после корректировки на коммерческий трафик и, то есть $1640 \cdot (1 - 0,6) = 656$ потенциальных клиентов в месяц., но с учётом корректировки на спрос и мощности (возможности) охвата клиентов компанией ООО «Авис-медиа» количество реальных клиентов составит $656 \cdot 0,15 = 98$ клиента в месяц в оптимистичном варианте, а в реалистичном варианте $656 \cdot 0,15 = 66$ и в пессимистичном варианте $656 \cdot 0,05 = 32$ клиента. 0,15 и 0,1 и 0,05 это коэффициенты конверсии, определённый экспериментальным путём менеджеров компании (от лучшего к худшему) к продукту, которые опираются на показатели жизненного цикла и количества потенциальных клиентов ставшими покупателями (город Красноярск).

2. Наружная реклама 1655 раз. То есть, в оптимистичном варианте 99, а в реалистичном 66 клиента, пессимистичном 33 клиента.

3. Печати и штампы 855 раз, то есть 50 клиентов закажут в оптимистичном варианте, а в реалистичном 34 клиента, в пессимистичном 17 клиентов.

4. Печать на сувенирной, текстильной продукции (футболки, кружки) 1292, то есть в оптимистичном варианте 77 клиентов, в реалистичном 50, в пессимистичном 25 клиентов.

5. Оперативная полиграфия, постпечатная и допечатная обработка (запросы о срочности, дизайне, биговке, резке, ламинации и т.д.) 2 700 раз, то есть в оптимистичном варианте 200 клиентов, реалистичном 135, пессимистичном 67 клиентов.

В первые месяцы проникновения организации на рынок Новосибирска ожидается пессимистичный вариант развития событий, поскольку компания только вводит рекламные инструменты на рынок (кроме Яндекс.Директ и Дубль Гиса).

Организационный план проекта открытия представительства ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске:

1. Цели проекта (По SMART):

- введение представительства в город Новосибирск в 2019 году;
- увеличение валовой прибыли более чем на 450000 руб;
- получение экономического эффекта от представительства после первого месяца работы.

2. Задачи проекта:

- увеличение потребности различных форм собственности в рекламных продуктах, дизайнерских услугах и сувенирной продукции;
- повышение рентабельности продукции компании;
- развитие компании в плане расширения сбытовой зоны.

3. Ресурсы для реализации проекта по открытию представительства представлены в таблице 3.4

Таблица 3.4 - Ресурсы по реализации инвестиционного проекта по открытию представительства в г. Новосибирске

Вид	Описание
Человеческие	Работа сотрудников компании в следующем составе: - Руководитель проекта – генеральный директор, - Менеджер по продвижению, работе с клиентами - Дизайнер-печатник
Финансовые	Затраты на открытие нового филиала в г. Красноярске из собственного капитала компании, рассчитанный размере.
Информационные	Информация, необходимая для открытия представительства ООО «Авис-медиа» в г. Новосибирске.
Материальные	Затраты на закупку материальных средств: - офисная техника - оборудование для оперативной печати - канцелярия и прочие расходники - бумага и краски

Реализация проекта подразумевает эффективное использование ограниченных ресурсов проекта.

Далее прописана команда проекта и их ответственности в таблице 3.5.

Таблица 3.5 -Команда проекта. Характеристика команды проекта.

Должность	Численность, чел	Обязанности по проекту
Руководитель проекта-генеральный директор	1	- Разработка плана по реализации проекта, внедрение проекта, контроль над развитием проекта, над персоналом по реализации проекта. - Разработка приказа по реализации проекта
Руководитель проекта-генеральный директор	1	- Оформление договора на аренду помещения - Формирование штата сотрудников - технические аспекты проекта - анализ внешних и внутренних факторов проекта
Исполнитель проекта-менеджер по продвижению	1	Анализ рынка, разработка плана стимулирования спроса, работа с инструментами маркетинга. Заключение договоров с клиентами.(интернет, баннера, бумажная реклама, и т. д.)
Исполнитель- Дизайнер-печатник	1	Подготовка рабочего места, с учётом личных требований. Помочь в оформлении помещения, работе с подрядчиками.

В проекте открытия представительства будет задействовано 3 человека, два из которых в дальнейшем будут работать в данном представительстве, у каждого свои обязанности.

Стратегия реализации проекта. Для внедрения проекта будет использоваться стратегия развития рынка за счёт расширения сбытовой сети.

Процесс внедрения проекта «Открытие представительства рекламно-полиграфического агентства ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске».

Идёт разделение три основных этапа:

- подготовительный: оценивается рынок рекламно-полиграфической продукции города Новосибирска, составляется план-график реализации проекта, оценка затрат на открытие представительства, оценка эффективности проекта, выявление рисков, комплексное обоснование возможности открытия;

- основной: регистрация представительства, подготовка персонала, аренда помещения, покупка и установка офисной техники, печатного оборудования и расходных материалов, запуск рекламной компании;

- заключительный: обозначение даты открытия, запуск представительства, контроль за работой, оценки эффективности работы.

Рассмотрим календарный план проекта по открытию представительства в приложении Г.

Календарный план-график проекта по открытию представительства разделён на 8 недель, где каждый этап контролируется руководителем проекта.

Риски реализации проекта. Шкала оценки влияния рисков на проект представлена в таблице 3.6.

Таблица 3.6 - Шкала оценки влияние риска

Объект влияния Численная оценка	Очень низкое	Низкое	Умеренно е	Высокое	Очень Высокое
	0,05	0,1	0,2	0,4	0,5
Стоимость	Незначительное увеличение	Увеличение на 5%	Увеличение 5-10%	Увеличение 10-20%	Увеличение > 20%
Сроки	Незначительное увеличение	Увеличение сроков на 5%	Увеличение 5-10%	Увеличение 10-20%	Увеличение > 20%
Содержание	Изменения незаметны	Незначительные изменения	Значительные изменения	Неприемлемое изменение	Достижение конечного результата невозможно
Качество	Изменения незаметны	Незначительные изменения	Изменение требует согласия всех участников	Неприемлемое изменение для участников	Достижение конечного результата невозможно

После обсуждения экспертами (5 человек), были идентифицированы следующие возможные риски присущие для инвестиционного проекта по открытию представительства (таблица 3.7).

Таблица 3.7 - Идентификация наиболее возможных рисков при реализации проекта

№	Рисковое событие	Возможный ущерб	Вероятность риска
1	Высокие затраты на проект	Необоснованный рост расходов	Умеренная
2	Не окупаемость проекта	Расходы заметно превышают прибыль	Умеренная
3	Недовольство персонала	Снижение производительности труда, качества работы персонала	Низкая
4	Неэффективная работа сотрудников в представительстве	Снижение производительности труда, качества работы персонала, рост числа недовольных клиентов	Умеренная
5	Давление со стороны конкурентов	Ценовой дэмпинг, клевета в социальных платформах.	Высокая

Анализ рисков, связанных с открытием представительства рекламно-полиграфического центра ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирск показал возможность проявления рисков, связанных с конкурентами, финансовые, при разработке способов по реагированию на риски, можно свести их к минимуму. Большинство рисков имеют умеренный характер.

Таким образом, чтобы реализовать проект, необходимо подробно прописать проект по основным его элементам, для более эффективной реализации.

Экономическое обоснование проекта по открытию представительства заключается в определении объёма затрат на реализации и содержание проекта. Определение наиболее эффективного источника финансирования с точки зрения финансовой устойчивости и экономической выгоды.

В первую очередь необходимо оценить затраты на реализацию проекта.

Перечень затрат, которые необходимо понести, чтобы открыть представительство ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске представлен в приложении Д.

Таким образом суммарные затраты на открытие представительства за два месяца составят 366 570 рублей. (необходимость в техничке отсутствует,

поскольку это торговый дом, где работа уборщицы включена цену аренды), это относительно немного, поскольку представительство будет осуществлять лишь поиск клиентов и заключение договоров, оформления заказов, а также осуществлять оперативную печать, дизайнерские услуги. Не имеет смысла на начальном этапе развития в новом месте делать крупные вложения, поскольку это высокий риск, поскольку рынок материальной рекламной продукции на стадии зрелости. Именно поэтому нет смысла в покупке печатных машин и прочего оборудования для производства крупных объёмов, да и к тому же, затраты на логистику не столь велики, а мощности в Красноярске имеют большой резерв, который необходимо использовать.

Финансирование будет осуществляться за счёт собственных средств: при использовании собственных средств для реализации проекта будет получена упущенная выгода в размере 42522,12 руб. за два года (если вкладывать в сбербанк под 5,8% годовых, считается как абсолютно безрисковые вложения), есть вариант с государственными облигациями, но он отпадает, поскольку придётся рассматривать три года работы представительства (так как гашение государственных облигаций Российской Федерации происходит через три года, как и проценты по ним). Но с точки зрения дисконтирования денежных потоков данный вариант менее выгоден, поскольку большие инвестиции на начальном этапе со временем обесцениваются и теряют стоимость. Зато данный вариант менее рискованный и более подходит для варианта малого бизнеса, в котором финансовые риски имеют большую роль.

Дисконтированная сумма затрат по кредиту, включая упущенную выгоду составляет 387 257 руб.

Таким образом, с точки зрения рискованности проекта, лучше выбрать вариант использования собственных средств, при условии, что проект по покупке резака будет куплен на кредитные средства, поскольку то важно для нормализованных показателей финансовой устойчивости и появления эффекта финансового рычага. К тому же упущенная дисконтированная выгода имеет разницу всего лишь на 19 115 рублей., зато опускаются вопросы о затратах на

оформление кредиты, затраты времени, организации документальных отчётов о проекте открытия представительства в городе Новосибирске для банка.

Раздел оценки экономической эффективности и рисков проекта является одним из завершающих анализов проекта, поскольку именно на этом этапе становится окончательно понять экономический эффект от реализации проекта.

Для оценки эффективности инвестирования в проект открытия представительства в городе Новосибирске был использован метод сценариев, в зависимости от исхода работы с потенциальными клиентами:

- оптимистичный вариант (максимальное прогнозируемое количество клиентов на данном этапе развития компании, оценено экспериментальным путём при работе на аналогичном рынке);
- реалистичный вариант (средний прогноз заказов от клиентов);
- пессимистичный вариант (минимально возможный объём заказов по тому или иному направлению компании).

Цены на продукции будут ниже рыночных только на продукцию (за счёт временных акций), где количество конкурентов больше, чем в Красноярске, это делается для того, чтобы создать клиентскую базу в городе Новосибирске в высоконкурентных направлениях.

Также в себестоимость заказов включена доставка, которая будет рассчитаться относительно веса готового продукта (кроме услуг), привозимого из Красноярска, поэтому заказы менее 1500-2000 тысяч на первоначальном этапе будут иметь низкую рентабельность, поскольку цены на продукцию будут рыночными и ниже, но никак не выше (компания входит на зрелый рынок).

Оцениваемый срок работы предмета проекта – представительства составляет 3 года, поскольку это проект субъекта малого предпринимательства, где долгосрочное планирование крайне субъективно.

Валовая ежемесячная прибыль от работы представительства была определена через объём выручки клиентов, которые будут осуществлять заказы в рекламно-полиграфическом центре (по модальной стоимости одного заказа в

Красноярске по направлению деятельности), за вычетом себестоимости продукции, включая доставку (в случаях, если это не оперативная печать, либо услуги).

Далее будут предоставлены основные данные проекта по открытию представительства в городе Новосибирске, для оценки эффективности инвестирования в него (таблица 3.8).

Таблица 3.8 - Исходные данные для оценки эффективности проекта по открытию представительства

Наименование	Значение
Первоначальные инвестиции в реализацию проекта (2 месяца), тыс. руб.	366
Постоянные ежемесячные затраты проекта (аренда, оплата труда и т.д.), тыс. руб. (рост на 5% в год)	82
Оцениваемый срок, лет	2
Выручка от продаж в оптимистично варианте (вероятность 0,1), руб./мес.	551 500
Выручка от продаж в реалистичном варианте (вероятность 0,6), руб./мес	368 880
Выручка от продаж в пессимистичном варианте (вероятность 0,3), руб./мес.	182 800
Уровень переменных расходов в стоимости продукта, %	34,5%
Уровень переменных расходов в стоимости продукта (с учётом доставки межгородской) %	37,2%
Ежемесячный валовый доход в оптимистично варианте (вероятность 0,1), руб.	279 233
Ежемесячный валовый доход в реалистичном варианте (вероятность 0,6), руб.	159 616
Ежемесячный валовый доход в пессимистичном варианте (вероятность 0,3), руб.	37734
Годовой темп роста валовой прибыли, % для отрасли	5
Ставка налога на прибыль при упрощённой системе (УСНО) «доходы – расходы)	15%
Доля предоплаты поставщикам	0,3
Отсрочка платежа для клиента, дни	16
Доля предоплаты заказа	0,4
Периодичность выплаты зарплаты	1 раз в месяц
Требуемая норма доходности инвестиций, %	18

Для оценки эффективности проекта произведём следующие расчёты:

- составление денежных потоков за 2 года по каждому сценарию;
- расчёт показателей эффективности по каждому сценарию;

- расчёт показателя общего риска портфеля (то есть через вероятность наступления того или иного сценария).

NPV(ЧДП) – Чистая текущая стоимость проекта. Называется накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Этот показатель равен разнице между суммой имеющихся в данный момент времени денежных поступлений (инвестиций) и суммой необходимых денежных выплат на погашение кредитных обязательств, инвестиций или на финансирование текущих потребностей проекта. (таблицы НПВ в приложении):

- NPV при наступлении оптимистичного сценария= 3 126 035 руб.;
- NPV при наступлении реального сценария = 1 497 334 руб.;
- NPV при наступлении пессимистичного сценария = 137 689 руб..

IRR (ВНД) –внутренняя норма доходности. Данный показатель рассчитывается в зависимости от величины NPV. IRR —это максимально возможная стоимость инвестиций, а также уровень допустимых расходов по конкретному проекту:

- IRR при оптимистичном сценарии равно 418 %;
- IRR при реалистичном сценарии равно 315 %;
- IRR при пессимистичном сценарии равно 80,5 %.

PI, или индекс прибыльности инвестиций –это относительный показатель, рассчитываемый как отношение текущей ценности будущего денежного потока к начальной себестоимости и который характеризуется уровнем полученной прибыли на каждую единицу затрат:

- PI при наступлении оптимистичного сценария =8,52 рубля на 1 рубль вложенных инвестиций;
- PI при наступлении реалистичного сценария = 4,08рубля на 1 рубль вложенных инвестиций;
- PI при наступлении пессимистичного сценария = 0,47рубля на 1 рубль вложенных инвестиций.

DPP, или дисконтированный срок окупаемости инвестиций – отражает, за какой период времени доходы проекта окупят инвестиции и будут покрывать текущие затраты:

- DPP-7 месяцев при оптимистичном сценарии;
- DPP-8 месяцев при реалистичном сценарии;
- DPP- 17 месяцев при пессимистичном сценарии.

На основании представленных выше результатов расчётов эффективности различных сценариев проекта, можно сделать вывод, что проект рентабелен и имеет смысл существования.

Далее перейдём к оценке риска проекта.

Риск проекта –это понятие, связанное с неопределенностью результата (эффекта) инвестиционного проекта, или же: возможность непредвиденных неблагоприятных событий, способных оказать негативное влияние на эффект проекта.

Анализ и оценка рисков проекта, в большинстве своем, заключается в качественном анализе, что не всегда является достаточным условием при управлении рисками. В последнее время широкое распространение получили количественные методы, так как они дают прикладные результаты, опираясь на которые можно строить план реагирования.

Наиболее распространенными количественными методами оценки рисков проекта являются:

- метод экспертных оценок (оценена вероятность наступления событий экспертами, в том числе три из пяти работают в сфере полиграфических услуг в городе Новосибирске);
- статистический метод (средневзвешенный доход);
- анализ чувствительности (в данной ситуации при высоком IRR, при изменении других показателей проекта на 10-30%, открытие представительства всё равно является рентабельным);
- сценарный метод (оценили три исхода открытия представительства);

- вычисление и анализ критериев (будет проведён анализ влияния проекта на стоимость компании, изменения основных показателей).

С помощью выявленной вероятности можно оценить риск доходности инвестиций статистическими показателями, то есть с помощью коэффициенты вариации инвестиционного проекта. Данный показатель показывает разброс значений доходности инвестиций за один и тот же промежуток времени.

В таблице 3.9 рассчитаны статистические показатели, способствующие оценке риска инвестиций.

Таблица 3.9- Статистический расчёт вариации инвестиционного проекта.

Сценарий	Вероятность (Pi)	Доходность (Rij)	Вероятность* Доходность (Rj)	Дисперсия (G ²)	Среднеквадратическое Отклонение (G j)	Вариация (V)
Сценарий 1 (Лучший исход)	0,1	8,52	2,556	(10,2-3,06) ² *0,3+(4,98-1,992) ² *0,4+(0,62-0,186) ² *0,3=13,1	√18,92=3,61	3,61/(3,06 + 1,992+ 0,186)=0,83
Сценарий 1 (Умеренный исход)	0,6	4,08	1,632			
Сценарий 1 (Худший исход)	0,3	0,47	0,141			

Коэффициент вариации 83%, что означает то, что разброс очень высокий, что не удивительно ведь рассматриваются три разных исхода при открытии представительства, доходность проекта высока, но и рискованность проекта попасть в худший сценарии тоже высока, но с учётом того, что проект во всех сценариях окупается, то этот риск полностью оправдан.

Третий проект является диверсификационным, который предлагается ООО «Авис-медиа» - это организация услуги «фото на документы», поскольку

основное оборудование для обработки фотографий есть, место для работы есть, дизайнер есть, сканер есть, принтер и бумага есть.

Диверсификация- важная инвестиционная концепция. Она снижает риск инвестиционного портфеля, при этом чаще всего не снижая доходность. Диверсификация - изменение ассортимента выпускаемой продукции и переориентация рынков сбыта.

Проект по открытию новой услуги (фото на документы) является концентрической диверсификацией, которая основывается на использовании заключенных в существующем бизнесе дополнительных возможностей для производства новых товаров, продуктов, услуг, похожих на товары, продукты, услуги предприятия. Как правило, эти товары будут привлекать внимание новых групп клиентов.

Для проекта необходима цифровой фотоаппарат, зонт, вспышка, штатив, белая стенка (использование конструкции баннер-паука, выгодна своей компактностью и мобильностью), расходы на рекламу (яндекс-директ, таблички, а также продвижение за счёт акций на раздаточных листовках).

Главная цель проекта – получение прибыли от предоставления новой услуги для клиентов ООО «Авис-медиа».

Актуальность данного бизнеса обусловлена тем, что в прежнее время цифровые фотоаппараты для многих наших сограждан были редкостью, а лабораторий для печати фотографий было совсем мало, то в последнее время все чаще требуется напечатать фотографии с цифрового носителя или сделать качественное фото на документы, которое самостоятельно сделать довольно сложно и не у всех получается.

А также в ООО «Авис-медиа» приходит как минимум 11 человек в неделю с вопросом «делаете ли вы фото на документы?», это происходит из-за выставления данной услуги в списке деятельности в Дубль-гисе.

Также данный бизнес отличает наличие сезонности, то есть в мае-октябре наступает самый пиковый уровень по клиентам, когда в день может прийти более 30 человек, а если Вы находитесь около учебного заведения (институт,

колледж), тогда даже больше. В данный период наступает основной (то есть у большинства людей он летом) сезон отпусков, поступление абитуриентов в учебные заведения.

То есть, при открытии данного направления доход гарантирован, поскольку расположение в центре города (Диктатура пролетариата, 32, ТК Эверест) тоже играет свою роль.

К основномуцелевой аудитории относятся посетители ОВИР, паспортных столов, абитуриенты и все остальные, кому требуются фото на следующие документы:

- паспорт РФ, загранпаспорт, визы;
- военный билет, студенческий билет;
- полицейские и гражданские удостоверения личности;
- мед. справки, сан. книжки;
- пропуска, бейджи;
- личные дела и анкеты др.

Добавления нового кода ОКВЭД, например, «74.81 - деятельность в обл. фотографии» необязательна, поскольку у ООО «Авис-медиа» есть «22.22 - полиграфическая деятельность, не включенная в др. группировки (для ксерокопирования).», новая услуга может быть использована в этом коде, при востребовании в налоговых органах.

Для работы данной услуги понадобится 3-4 квадратных метра занимаемой площади (при том, что можно спокойно убрать белый стенд, штатив с фотоаппаратом в сторону, если не происходит работа с ними.)

Рассмотрим вариант, если данная услуга будет рекламироваться, а не просто стоять в перечне услуг на картах Дубль Гис.

Тогда, по официальной статистике посещаемость повысится до 8-15 человек в рабочие сутки.

То, есть будет рассмотрено три сценария исхода открытия услуги «фото на документы»:

- 1) оптимистичный 15 человек в день. (вероятность 0,1);

- 2) реалистичный 8 человек в день. (вероятность 0,7);
- 3) пессимистичный (минимальный экспериментальный объём клиентов) 11 человек в неделю (5 рабочих дней) (вероятность 0,2).

Цель проекта – введение новой услуги «фото на документы», тем самым увеличить чистую прибыль компании.

Мероприятия по реализации:

- 1) покупка недостающего оборудования;
- 2) установка оборудования;
- 3) запуск продвижения услуги с помощью рекламных каналов (яндекс-директ, вывеска, баннер, таргет в инстаграм).

Далее рассмотрим все расходы, которые необходимо понести для открытия услуги «фото на документы» в ООО «Авис-медиа» в таблице 3.10.

Таблица 3.10 - Расходы на открытие услуги «фото на документы»

Наименование	Поставщик	Цена (1 шт.)	Количество (шт.)	Итого (руб.)
Цифровая камера Canon 400D+430EX	МВидео	14500	1	17500
Штатив Era ECSA-3770	ООО «Беру»	1500	1	1500
Зонт (чёрный для поглощения)	ООО «Беру»	2000	1	2000
Вспышка YongNuoSpeedlite YN-600EX-RT II	ООО «Фотогора»	7800	1	7800
Стенка из баннерной конструкции «паук» 2*1,5 метра.	ООО «Авис-медиа»	2300	1	2300
Компьютер ACER VERITON ES2730G	ООО «Авис-медиа»	-	-	-
Сканер canon Lide 220	ООО «Авис-медиа»	-	-	-
Принтер Epson 1410, струйный А3 формат	ООО «Авис-медиа»	-	-	-
Графическая программа для обработки фотографий	ООО «Авис-медиа»	-	-	-
Фотобумага формат А6 матовая 100 штук.	ООО «Авис-медиа»	-	-	-
Расходы на рекламу	ООО «Авис-медиа», яндекс	24000	1	34000

Итого сумма затрат на открытие новой услуги составляет 51 200 руб., затраты небольшие, поэтому нет смысла брать кредитные средства для него, тем более, что проект окупится в течении нескольких месяцев.

В Красноярске 156 организаций, которые занимаются фотографиями на документы, цены варьируются от 250 до 850 рублей, в зависимости от объёма работы дизайнера.

Цена на услугу в ООО «Авис-медиа» определена руководителем организации, исходя из того, что прописанный процесс обработки фотографии будет неизменен. 450 руб. за 4 штуки, 500 за 6 штук, 550 за - 8 штук, то есть каждые 2 штуки стоят по 50 рублей.

Далее в таблице 3.11 распишем данные для оценки эффективности проекта.

Таблица 3.11 - Исходные данные для оценки эффективности проекта по открытию услуги «фото на документы»

Наименование	Значение
Первоначальные инвестиции в реализацию проекта (2 месяца), тыс. руб.	63
Стоимость 1 услуги «фото на документы» (фото+обработка+распечатка)	450
Постоянные ежемесячные затраты проекта (оплата труда и т.д.), тыс. руб. (рост на 3% в год)	10
Уровень переменных расходов, %	0,15
Оцениваемый срок, лет	1
Ежемесячная выручка от продаж в оптимистичном варианте (вероятность 0,1), тыс. руб.	135
Ежемесячная выручка от продаж в реалистичном варианте (вероятность 0,6), тыс. руб.	72
Ежемесячная выручка от продаж в пессимистичном варианте (вероятность 0,3), тыс. руб.	19.8
Ставка налога на прибыль при упрощённой системе (УСНО) «доходы – расходы)	15%
Периодичность выплаты зарплаты (кол-во раз в месяц)	1

Для оценки эффективности проекта произведём следующие расчёты:

- Составление денежных потоков за 1 год по каждому сценарию;
- расчёт показателей эффективности по каждому сценарию;

Расчёт риска портфеля нет смысла оценивать, поскольку у данного проекта окупаемость почти 100%, исходя из эксперимента с рекламой, также нет смысла рассчитывать показатель *NVP*, поскольку данный проект рассматривается за один год, поэтому достаточно простой рентабельности инвестиций по чистому денежному потоку на конец года.

Результаты оценки эффективности занесены в таблицу 3.12

Таблица 3.12- Оценка эффективности по денежным потокам сценарный метод

Показатели	Сценарий 1 (оптимистичный, 0, 1)	Сценарий 2 (реалистичный 0,6)	Сценарий 3 (пессимистичный 0,3)
Накопленный ЧДП, руб. (год)	903 178,9	424 388	50 060
PI, руб на 1 рубль инвестиций	17,64	8,29	0,87
PP, мес.	2	3	7

Таким образом, проект является абсолютно рентабельным для ООО «Авис-медиа», поскольку затраты на его реализацию крайне малы, срок окупаемости во всех ситуациях не выходит за рамки одного года, рентабельность положительна.

Все оцениваемые проекты оказались рентабельными, есть возможность реализовать их все, но с учётом специфики каждого, необходимо распределить временные ресурсы так, чтобы проекты не мешали друг другу при реализации.

3.2 Оценка эффективности инвестиций в развитие предприятия

Для того, чтобы более полно понимать степень влияния того иного инвестиционного проекта на компанию, необходимо провести анализ

изменения прибыли, а также рассчитать прирост стоимости компании от инвестиций в проекты.

Налогообложение ООО «Авис-медиа» происходит по упрощённой системе, выбрана ставка 15% на доходы – расходы.

В результате осуществления проекта покупки резака за 278 000 рублей (кредитных средств) показатель годовой чистой прибыли вырастет на 128 тыс. руб.

В результате инвестирования в размере 366 570 руб. в проект открытия представительства, годовая чистая прибыль вырастет на следующую сумму:

- в оптимистичном варианте = 1 400 396 рубля;
- в реалистичном варианте = 496 402 рубля;
- в пессимистичном варианте (окупаемость 17 месяцев) = 218 912 рублей.

И при открытии услуги «фото на документы» с известиями в размере 63 000 рублей, годовая чистая прибыль на следующую величину денежных средств:

- в оптимистичном варианте = 903 178 рублей;
- в реалистичном варианте = 424 388 рублей;
- в пессимистичном варианте = 1 104 666 рублей.

Далее предлагается вариант инвестирования во все три проекта сразу (то есть мультипроект, который состоит из монопроектов, имеющих единую основную цель – повысить прибыльность предприятия), поскольку данные проекты не мешают реализации друг друга,

Сумма инвестиций составляет 716 тысяч рублей, из которых 278 тысяч являются заёмными, 438 тысяч рублей собственными.

Оцениваемый срок инвестиций в мультипроект составляет 3 года.

Для оценки эффективности инвестиций будет рассчитан показатель NPV по ежегодным ЧДП в таблице 3.13, ежемесячный в приложении Е.

Таблица 3.13 - NPV инвестиций в мультипроект по развитию предприятия

Показатели в рублях	1 год	2 год	3 год
Операционная деятельность:			
Притоки			
Доход от продаж	3 972 608	5 117 894	5 340 412
Показатели в рублях	1 год	2 год	3 год
Оттоки:			
переменные расходы	(1 239 070)	(1 537 550)	(1 610 767)
постоянные расходы	(964 000)	(1184400)	(1 240800)
налоги	(265430)	(359391)	(373326)
Сальдо операционной деятельности	1 504 108	2 042 552	2 115 518
Инвестиционная деятельность:			
Оттоки			
Инвестиции	(716 770)	0	0
Сальдо инвестиционной деятельности	(716 770)	0	0
Финансовая деятельность:			
Притоки			
Получение займа	287 000	0	0
Оттоки			
Платежи по займу	(167 929)	(149 164)	0
Сальдо инвестиционной деятельности	119 071	(149 164)	0
ЧДП (осн.+инвест.+финанс.)	906 409	1 893 388	2 115 518
Кэфф дисконтирования	1,18	1,3924	1,643032
ЧДП дисконт.	768 143	1 359 801	1 287 569
ЧДП дисконт. Накопленным итогом	768 143	2 127 944	3 415 513
PI	5.5 рублей на 1 рубль инвестиций		
PP, мес.	7 месяцев		
IRR, %	218		

Таким образом, инвестиций в размере 716 тысяч через 3 года принесут предприятию чистый денежный поток, приведённый на сегодняшнюю дату в размере 3 415 512 рублей., при этом срок окупаемости инвестиций составляет 7 месяцев, и предприятие получит 5,5 рублей на 1 рубль инвестированных средств.

Далее рассчитаем влияние проектов на стоимость компании. Для этого сведём все варианты прироста чистой прибыли от инвестирования в один, путём нахождения средневзвешенного ожидаемого дохода (умножение вероятности на прогнозную сумму чистой прибыли) в таблице 3.14 и применим доходных подход в оценке бизнеса.

Таблица 3.14 - Ожидаемый доход (ЧП) от инвестиций в проекты за год.

Название проекта	Ожидаемый доход ($\sum(\text{вероятность} * \text{прогнозная чп})$, руб. / год
Проект покупки автоматического резака	128 000
Открытие представительства в городе Новосибирск	$1400396*0,1+496402*0,6+218912*0,3 = 503 554,8$
Открытие услуги «фото на документы»	$903178*0,1+424338*0,6+110466*0,3 = 378 060,4$
Итого:	1 009 615,2

С учётом вероятности получения той или иной прибыли, определён средневзвешенный, наиболее вероятный размер годовой прибыли от инвестирования во все три проекта сразу.

Далее рассмотрим прирост стоимости предприятия от инвестирования в данный мультпроект доходным подходом методом капитализации, опираясь на то, что доход от денежных потоков будут стабильными ежегодно:

Прирост текущей стоимости предприятия = $\text{ЧП}/\text{коэф капитализации} = 1\,009\,615,2/0,18 = 5\,608\,972,22$ рубля.

Таким образом, стоимость компании в долгосрочной перспективе вырастет на 5,6 млн руб., если реализовать данные проекты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие своего бизнеса является закономерным вопросом, который возникает перед предпринимателем в условиях относительной стабильности работы его фирмы. Это естественный этап жизненного цикла практически любой компании.

Самым оптимальным и проверенным вариантом роста и расширения своего бизнеса есть наращивание объемов, то есть расширение сети торговых точек, производство широкого ассортимента товаров, увеличение и усовершенствование спектра предлагаемых услуг, усовершенствование работы компании и т. д.

Ключевыми критериями для расширения бизнеса являются ресурсы, то есть денежные средства и активы. Именно от них зависит вся организация процесса, начальная разработка и продвижение проекта расширения бизнеса.

Объектом исследования являлся рекламно-полиграфический центр ООО «Авис-медиа» в городе Красноярске (субъект малого бизнеса, поскольку имеет менее 15 человек в штате и обороты годовые менее 200 млн. руб.), которое осуществляет продажу офсетной, оперативной полиграфии, наружной рекламы, изготавливает печати и штампы, печатает на сувенирной и текстильной продукции, осуществляет дизайнерские услуги.

В рамках главы теоретических и методических аспектов инвестиционной деятельности компании, была обоснована значимость инвестиционной деятельности в развитие компании, а также рассмотрены его основные составляющие, рассмотрены основные виды проектов инвестирования компании. В конце был определен инструментарий оценки эффективности инвестиций, при помощи которого формировалась практическая часть ВКР.

Во второй главе данной работы была дана характеристика рекламно-полиграфического центра, проанализирована внутренняя среда компании, проведён инструментальный анализ внешней среды. Представлена

организационно-управленческая характеристика компании. Для определения направления развития бизнеса проведена оценка внутренней и внешней среды предприятия, выявлены сильные и слабые стороны работы с помощью инструмента анализа внутренних бизнес-процессов, SWOT-анализа, анализа пяти конкурентных сил по Портеру, бенчмаркинг по отношению к конкурентам, проведён контент-анализ конкурентов по направлениям деятельности ООО «Авис-медиа».

Анализ показателей бухгалтерской отчетности ООО «Авис-медиа» показал устойчивое финансовое состояние за счёт высокой доли высоколиквидных оборотных средств и низкого уровня кредиторской задолженности. Но показатели рентабельности и деловой активности снизились, поскольку они зависят от объёма продаж, который снизился на 832 тыс. руб. (20%) в 2018 году относительно 2017, а чистая прибыль на 163 тыс. руб. (30,5%). Вероятность банкротства по Алтаману составляет 4,34, что говорит о крайне малой вероятности банкротства компании ближайшие годы.

Далее была оценена средневзвешенная стоимость капитала компании-13,8%, которая является показателем цены использования капитала (собственного и заёмного), она имеет низкое значение, поскольку доля заёмных средств 36,6%, из них долгосрочные 61%.

В третьей главе был применен различный инструментарий. В первом разделе главы была осуществлена разработка трёх инвестиционных проектов, которые отличаются друг от друга объёмами инвестирования, уровнем риска, свойствами и направленностью. Первый проект- это проект по усовершенствованию бизнес-процессов создания полиграфической продукции, за счёт автоматизации резки и отказа от услуг сторонней типографии, второй проект – это проект по открытию представительства ООО «Авис-медиа» в городе Новосибирске, данной представительством является посредником между клиентами и агентством, которое осуществляет поиск, оформление и доведения заказа до Красноярского офиса, третий проект – это проект открытия новой услуги «фото на документы», при низких инвестиционных затратах за счёт

того, что у компании есть большая часть оборудования для предложения услуги «фото на документы». Данный проекты были обоснованы (через анализ внешней среды, бизнес процессов и эксперимент, а также экспертных оценок). Дано обоснование проектов, характеристика, план ресурсов и их оценка по инструментам оценки инвестиций.

Все три рассмотренных инвестиционных проекта имели NPV больше нуля и высокий показатель IRR, то есть рентабельный с точки зрения требуемой доходности.

Далее был предложен вариант реализации всех трёх проектов, поскольку они не мешают реализации друг друга, имеют общую цель (увеличение прибыльности предприятия). Для оценки инвестиций в рассмотренные проекты были рассчитаны показатели NPV, которые равен 3 415 513 рублей, срок окупаемости 7 месяцев, рентабельность инвестиций 5,5 рублей на рубль инвестиций, а также показатель IRR (внутренняя норма доходности). То есть, мультипроект является полностью рентабельным и его можно принять к реализации.

Далее был определён прирост стоимости компании методом капитализации дохода, и он составил 5 608 972,22 рубля.

Подводя итог, можно сказать, что цель работы была выполнена, то есть эффективность инвестиций в развитие компании была экономический доказана.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.

1. Багиев, Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг : учебник для вузов / Под общ.ред. Г.Л. Багиева – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЗАО «Изд-во «Экономика», 2013. – 356 с.
2. Батенко, Л. П. Управление проектами : учебное пособие. / О. А. Загородних., В. В. Лищинский. – Киев: КНЕУ, 2017. –231 с.
3. Бекетов Н. В., Федоров В. Г. Экономический анализ: теория и практика : учебное пособие : БГТУ – 2016. - № 13 (118).
4. Бигошин, Н. В. Инвестиции: организация управления и финансирования : учебник / Н. В. Игошин. – Москва : ИНФРА, 2000. – 128 с.
5. Боярко, И.М. Инвестиционный анализ: учебное пособие / И.М. Боярко, Л.Л. Гриценко –К.: Центр учебной литературы, 2012. – 400 с.
6. Васильев, А. Ю. Типовые решения в управлении проектами: учебное пособие. / А.Ю. Васильев, Д. А. Заложнев, Д, А. Новиков, А. В. Цветкув - Москва. : ИПУ РАН, 2014. – 84 с.
7. Валдайцев, С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия: учебное пособие для вузов. / С.В. Валдайцев. — GUMER-INFO, 2007. – 720 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.gumer.info/>.
8. Валевиц, Р.П. Экономика предприятия: учебное пособие / Р. П. Валевиц, Г. А. Давыдова. – Минск : Высшая школа, 2014. – 367 с.
9. Валигурский, Д. И. Организация предпринимательской деятельности: учебник / Д. И. Валигурский - 2-е изд. : "Дашков и К", 2010. - 520 с.
10. Вечканов, Г. С. Экономическая теория: учебное пособие / Г.С. Вечканов. – М. : Эксмо, 2010. –448 с.
11. Власова, В. М. Основы предпринимательской деятельности : / В.М. Власова. – М. : Дашков и К, 2013. - 303 с.
12. Галкин, В. В. Аутсорсинг в малом бизнесе [Электронный ресурс] / В. В. Галкин / Персональный сайт. – 2012 . – Режим доступа: <http://vadim-galkin.ru>

13. Готин, С. В. Логико-структурный подход и его применение для анализа и планирования деятельности: пособие / Готин, С.В., Калоша, В.П. – Москва : книга по требованию, 2014. –12 с.

14. Грудцына Л. Ю., Спектор А. А., Туманов Э. В. "Научно-практический комментарий к Федеральному закону от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (постатейный) "ЮРКОМПАНИ", 2014.

15. Обзор методов расчета ставки дисконтирования [Электронный курс] : лекционный материал. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/math/discount_rate.shtml.

16. Дульзон, А. А. Управление проектами: учебное пособие / Национальный исследовательский Томский политехнический университет. –3-е изд., перераб. и доп. –Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2012. –334с.

17. Зайцев, М. В. Обоснование стоимости источника «собственный капитал»: из корпоративной финансовой политики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/360937/finansy/obosnovanie_stoimosti_istochnika_sobstvennyy_kapital

18. Ковалев, В. В. Введение в финансовый менеджмент М. : Финансы и статистика – 2014. С 42.

19. Кистерева, Е. В. «Инвестиционный бизнес-план: разработка финансового плана» / Справочник экономиста №3, 2017.

20. Кочетков, И. К. О государственной поддержке инвестиционной деятельности / Экономист. – 2013. - No 12. – С. 79-84.

21. Курс лекций по учебной программе «Управление проектами с использованием информационных технологий» / коллектив авторов НОМ – Москва: Магистр, 2011. – 118 с.

22. Лапуста, М. Г. Предпринимательство: учебник / М.Г. Лапуста.-М.: ИНФРА-М, 2012. - 454с.

23. Мазур, И. И. Управление проектами: учебное пособие по специальности 061100 "Менеджмент организации". / Шапиро, В.Д., Ольдерогге, Н.Г. / под общ. ред. И.И. Мазур. –5-е изд., стер. - Москва : Омега-Л, 2012.–405 с.
24. Маниловский, Р. Г., Маневич П. Б., Мельник М. В. Юлкина Л. С., Бизнес- план: метод. материалы / Р. Г. Маниловский (ред.). — 2. изд., доп. — М.: Финансы и статистика, 2016. — 160с.
25. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов. № ВК 477, 21.06.2017 г.
26. Мошкин, И.В. Исследование процессов современного предпринимательства: учебник / И. В. Мошкин. – Директ - Медиа, 2014 год. - 342 с.
27. Муравьев, А. И. Малый бизнес: экономика, организация, финансы: учебное пособие для вузов / А. И. Муравьев, А. М. Игнатъев, А. Б. Крутик.-2-е изд. -СПб.: Издательский дом «Бизнес -пресса», 2012. -142с.
28. Непомнящий, Е. Г. Инвестиционное проектирование: учебное пособие. - Таганрог : ТРТУ, 2013. –262 с.
29. Обзор методов расчета ставки дисконтирования [Электронный курс] : лекционный материал. – Режим доступа: http://www.cfin.ru/finanalysis/math/discount_rate.shtml.
30. Стоянова, Е.С. Финансовый менеджмент : теория и практика: учебник / Е. С. Стоянова – М.: изд-во «Перспектива» 2010. – с 321-342.
31. Постановление правительства Российской Федерации No 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»
32. Павлов, А. Н. Управление проектами на основе стандарта РМІРМВОК. Изложение методологии и опыт применения.: учебное пособие – Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2013. –450 с.

33. Федеральная служба государственной статистики Красноярскстат. «Малый бизнес большого края»: Статистический сборник №1.34.0074.— М.: Приор-издатель, 2018. —5-9с.

34. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений»

35. Фунтов, В. Н. Основы управления проектами в компании : учебное пособие по дисциплине, специализации специальности "Менеджмент организации". - Санкт-Петербург : Питер, 2012. –400 с.

36. Сергеев, И. В. Организация и финансирование инвестиций: учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2017. – 400 с.

37. Теплова, Т.В. - электрон. Учебн.: [Электронный ресурс] : 2014. –
Фундаментальные характеристики бета-коэффициента и учетные показатели в
моделировании доходности - режим доступа к:
https://studme.org/97004/investirovanie/fundamentalnye_harakteristiki_beta-koeffitsienta_uchetnye_pokazateli_modelirovanii_dohodnosti

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Бухгалтерский Баланс ООО «Авис-медиа» 2016-2018 гг.

Наименование показателя	Код	2016	2017	2018
АКТИВ				
1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Нематериальные активы	1110			
Результаты исследований и разработок	1120			
Основные средства	1150	284	453	470
Финансовые вложение	1170			
Отложенные налоговые активы	1180			
Прочие внеоборотные активы	1190			
Итого по разделу 1:	1100	284	453	470
2. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
Запасы	1210	908	402	470
Налог на добавленную стоимость	1220			
Дебиторская задолженность	1230	75	78	68
Финансовые вложение	1240			
Денежные средства	1250	89	162	540
Прочие оборотные активы	1260	404	262	120
Итого по разделу 2:	1200	1476	904	858
БАЛАНС	1600	1760	1357	1328
ПАССИВ				
3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ				
Уставный капитал	1310	10	10	10
Переоценка внеоборотных активов	1340			
Добавочный капитал	1350			
Резервный капитал	1360	299	267	272
Нераспределенная прибыль	1370	347	580	565
Итого по разделу 3:	1300	656	857	847
4. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1410	314	244	291
Итого по разделу 4:	1400			
5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
Заемные средства	1510			
Кредиторская задолженность	1520	790	256	190
Оценочные обязательства	1540			
Итого по разделу 5:	1500	790	256	190
БАЛАНС	1700	1760	1357	1328

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Отчёт о финансовых результатах ООО «Авис-медиа» 2017-2018 гг.

Наименование показателя	Код	2017	2018
Выручка	2110	3976	3144
Себестоимость продаж	2120	(3180,8)	(2516)
Валовая прибыль (убыток)	2100	795,2	628
Коммерческие расходы	2210	(40)	(70)
Управленческие расходы	2220		
Прибыль (убыток) от продаж	2200	755,2	588
Доходы от участия в других организациях	2310		
Проценты к получению	2320	(42)	(52)
Проценты к уплате	2330		
Прочие доходы	2340	(48)	(43)
Прочие расходы	2350	665	463
Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	(133)	(93)
Текущий налог на прибыль	2410		
в т.ч. Постоянные налоговые обязательства (активы)	2421		
Изменение отложенных налоговых обязательств	2430		
Изменение отложенных налоговых активов	2450		
Прочее	2460		
Чистая прибыль (убыток)	2400	533	370

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Дисконтирование вариантов инвестирования проекта

Месяц/год	Кредитный платеж, Руб.	Дисконтированный Кред. Плат., Руб.	Собственные средства, упущенная выгода, Руб.	Дисконт собств. средства, с упущенной выгодой, Руб.
12.08.2019	-14710,83	-14561,8	-278000	-278000
12.09.2019	-14580,52	-14286,5	-1387,17	-1373,11
12.10.2019	-14450,21	-14015,4	-1387,17	-1359,2
12.11.2019	-14319,9	-13748,2	-1387,17	-1345,42
12.12.2019	-14189,58	-13485,1	-1387,17	-1331,79
12.01.2020	-14059,27	-13225,8	-1387,17	-1318,3
12.02.2020	-13928,96	-12970,5	-1387,17	-1304,94
12.03.2020	-13798,65	-12718,9	-1387,17	-1291,71
12.04.2020	-13668,33	-12471,2	-1387,17	-1278,62
12.05.2020	-13538,02	-12227,1	-1387,17	-1265,67
12.06.2020	-13407,71	-11986,7	-1387,17	-1252,84
12.07.2020	-13277,4	-11749,9	-1387,17	-1240,15
12.08.2020	-13147,08	-11516,7	-1387,17	-1227,58
12.09.2020	13016,77	-11287	-1387,17	-1215,14
12.10.2020	-12886,46	-11060,8	-1387,17	-1202,83
12.11.2020	-12756,15	-10838	-1387,17	-1190,64
12.12.2020	-12625,83	-10618,6	-1387,17	-1178,58
12.01.2021	-12495,52	-10402,5	-1387,17	-1166,63
12.02.2021	-12365,21	-10189,7	-1387,17	-1154,81
12.03.2021	-12234,9	-9980,13	-1387,17	-1143,11

Окончание приложения В

Месяц/год	Кредитный платеж, Руб.	Дисконтированный Кред. Плат., Руб.	Собственные средства, упущенная выгода, Руб.	Дисконт собств. средства, с упущенной выгодой, Руб.
12.05.2021	-11974,27	-9570,59	-1387,17	-1120,06
12.07.2021	-11713,65	-9173,51	-1387,17	-1097,48
Итого:	-317093,8	-281229	-310 248	-307385

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Календарный план-график реализации проекта по открытию представительства

Этапы	Первый месяц				Второй месяц			
	Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	Неделя 4	Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	Неделя 4
Оценка рынка рекламно-полиграфических продуктов города Новосибирска	+	+						
Составление плана-графика реализации проекта		+						
Оценка затрат на открытие		+	+					
Оценка экономической эффективности проекта			+					+
Выявление рисков и их анализ, комплексное обоснование возможности реализации проекта			+					
Подбор и аренда помещения, покраска			+	+	+			
Регистрация представительства				+	+			
Покупка и установка офисной мебели, оборудования, расходного материала.				+	+	+		
Проведение маркетинговой программы					+	+		
Обозначение даты открытия представительства					+			
Запуск представительства								+
Контроль над реализацией проекта	+	+	+	+	+	+	+	+

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Перечень затрат на проект по открытию представительства в городе Новосибирске

Наименование	Поставщик	Цена (1 шт.)	Количество (шт.)	Итого (руб.)
Регистрация	государство	3000	1	3000
Аренда помещения	ТК «Визит»	18000	1	18000
Краска водоэмульсионная Радуга-29 цвет синий 10 кг	ООО «Инструментовоз»	610	1	610
Краска водоэмульсионная Радуга-29 цвет синий 10 кг	ООО «Инструментовоз»	610	1	610
Компьютер (полная комплектация)	ООО «Рембыттехника»	35000	2	70000
Беспроводной телефон	ООО «Эльдорадо Новосибирск»	1500	2	3000
Сканер CANON DR-F120	Онлайн трейд.ру	19300	1	19300
принтер струнный А4 формат EPSON 312	ООО «Открытые технологии»	13000	1	13000
принтер струнный А3 формат E1410 EPSON	ООО «Открытые технологии»	35000	1	35000
Кассовый аппарат	ООО «Открытые технологии»	12000	1	12000
Светодиодный аппарат для запекания печатей и штампов	ООО «Открытые технологии»	10000	1	10000
Ручной механический резак	ООО «Рембыттехника»	8000	1	8000
Стол «Офисный» 1250*630*740 см	ООО «НКМ»	1500	2	3000
Стол письменный «Премьера» 860*760 см	ООО ЭкономМебель	1150	1	1150
Кресло с колесиками «Форум-2»	ООО «НКМ»	1510	2	3020
Сектор фанерный для оформления заказов	ООО «НКМ»	1200	1	1200
Касса	ООО «Открытые технологии»	1200	1	1200
Сейф 30*25 см	ООО «Железная мебель»	3500	1	3500
Стеллаж для хранения №1» 450*375*2100 см	ООО «НКМ»	1850	2	3700
Шкаф для хранения №5 470*395*2100	ООО «НКМ»	2800	1	2800
Шкаф офисный для одежды	ООО «НКМ»	2800	1	2800

Окончание приложения Д

Диван двухместный	ООО «НКМ»	4300	1	4300
Электрочайник ScarlettSS 102	ООО «Рембыттехника»	670	1	670
Бумага снегурочка А4, 80 г/р, 500 шт.	ООО «Клад»	210	5	1050
Краска для струйных принтеров Epson (ассортимент 6 цветов)	ООО «Открытые технологии»	180	18	3240
Бумага формата А3 lomond для струйной печати, 200 грамм, матовая, 4+4, 100 шт.	ООО «Открытые технологии»	510	3	1530
Бумага для струйной печати 300 грамм, А4, 100 шт.	ООО «Открытые технологии»	320	3	960
Бумага для струйной печати А4, 220 грамм, матовая 50 листов	ООО «Открытые технологии»	350	4	1400
Бумага для струйной печати А3, глянец, 200 грамм, 4+0	ООО «Открытые технологии»	490	3	1470
Ламинат формат А4, глянцевый	ООО «Клад»	450	2	1100
Ламинат формата А3, глянец	ООО «Клад»	780	2	1560
Изготовление баннера 2*2 метра и 1.6*2 метра с рекламой Авис-медиа	ООО «Авис-медиа»	650	2	1300
Монтаж баннеров на зданиях	ООО «Авис-медиа»	150	2	300
Реклама Яндекс-директ	Яндекс	-	-	8000
Таргетированная реклама в инстаграме	Instagram	250	14	3500
Зарплата сотрудникам за два месяца	ООО «Авис-медиа»	60000	2	120000
Листовки с коммерческим предложением А6 формат, 4+4, 130 грамм, 1000 шт.	ООО «Авис-медиа»	650	2	1300

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

Денежные потоки при инвестировании в мультипроект по месяцам

Показатели рублях	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Операционная деятельность										
Притоки										
Доход от продаж		73306,67	73306,67	294576,7	334576,7	374576,67	384576,7	394576,67	404576,7	404576,7
Оттоки										
переменные расходы		-9396	-9396	-122027,8	-122027,8	-122027,8	-122027,8	-122027,8	-122027,8	-122027,8
постоянные расходы		-12000	-12000	-94000	-94000	-94000	-94000	-94000	-94000	-94000
налоги		-7786,601	-7786,601	-11782,33	-17782,33	-23782,331	-25282,33	-26782,331	-28282,33	-28282,33
Сальдо от опер. деят-ти. ИТОГ		44124,07	44124,07	66766,54	100766,5	134766,54	143266,5	151766,54	160266,5	160266,5
Инвест. Деятельность										
Оттоки										
Инвестиции	-501970	-214800								
Сальдо инв. Деят-ти	-501970	-214800		0	0	0				
Финансовая деятельность										
Притоки										
получение займа	287000									
Оттоки										
платежи по займу		-14711	-14580,5	-14450,2	-14319,9	-14189,58	-14059,3	-13928,96	-13798,65	-13668,3
Сальдо инв. Деят-ти	287000	-14711	-14580,52	-14450,21	-14319,9	-14189,58	-14059,27	-13928,96	-13798,65	-13668,33
Чистый ден.поток (Осн.деят+инвест.деят)	-214970	-185386,9	29543,55	52316,33	86446,64	120576,96	129207,3	137837,58	146467,9	146598,2
ЧДП накопленным итогом	-214970	-400356,9	-370813,4	-318497,1	-232050,4	-111473,45	17733,82	155571,397	302039,3	448637,5
Коэф. Дисконтирования	1	1,013888	1,02797	1,042247	1,056722	1,07139801	1,086278	1,10136475	1,116661	1,13217
Чдп. дисконтир	-214970	-182847,5	28739,71	50195,73	81806,43	112541,705	118944,9	125151,618	131165,9	129484,3
ЧДП диск. Накопленным итогом	-214970	-397817,5	-369077,8	-318882	-237075,6	-124533,89	-5588,961	119562,657	250728,6	380212,9
PI	5,059887									
IRR	217%									
ARR	2,817125									

Продолжение приложения Е

Показатели рублях	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
Операционная деятельность														
Притоки														
Доход от продаж	404576,7	404576,7	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5	424805,5
Оттоки														
переменные расходы	-122027,8	-122027,8	-122027,8	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2	-128129,2
постоянные расходы	-94000	-94000	-94000	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700	-98700
налоги	-28282,33	-28282,33	-31316,66	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45	-29696,45
Сальдо от оп.деят-ти. ИТОГ	160266,5	160266,5	177461	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9	168279,9
Инвест. Деятельность														
Оттоки														
Инвестиции														
Сальдо инв. Деят-ти														
Финансовая деятельность														
Притоки														
получение займа														
Оттоки														
платежи по займу	-13538	-13407,7	-13277,4	-13147,1	-13016,8	-12886,5	-12756,2	-12625,8	-12495,5	-12365,2	-12234,9	-12104,6	-11974,3	-11844,0
Сальдо инв. Деят-ти	-13538,02	-13407,71	-13277,4	-13147,08	-13016,77	-12886,46	-12756,15	-12625,83	-12495,52	-12365,21	-12234,9	-12104,58	-11974,27	-11843,96
Чистый ден.поток (Осн.деят+инвест.деят)	146728,5	146858,8	164183,6	155132,8	155263,1	155393,4	155523,7	155654	155784,3	155914,7	156045	156175,3	156305,6	156435,9
ЧДП накопленным итогом	595366	742224,8	906408,5	1061541	1216804	1372198	1527721	1683376	1839160	1995075	2151120	2307295	2463600	2620036
Коэф. Дисконтирования	1,147894	1,163836	1,18	1,196388	1,213004	1,229851	1,246932	1,26425	1,281808	1,29961	1,31766	1,33596	1,354515	1,373327
Чдп. дисконтир	127824,1	126185,1	139138,7	129667,6	127998,8	126351,4	124725,1	123119,7	121534,8	119970,3	118425,8	116901,2	115396	113910,2
ЧДП диск. Накопленным итогом	508037	634222,2	773360,9	903028,5	1031027	1157379	1282104	1405223	1526758	1646729	1765154	1882056	1997452	2111362

Окончание приложения Е

Показатели рублях	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Операционная деятельность													
Притоки													
Доход от продаж	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3	445034,3
Оттоки													
переменные расходы	-128129,2	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6	-134230,6
постоянные расходы	-98700	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400	-103400
налоги	-32730,77	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56	-31110,56
Сальдо от оп.деят-ти. ИТОГ	185474,4	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2
Инвест. Деятельность													
Оттоки													
Инвестиции													
Сальдо инв. Деят-ти													
Финансовая деятельность													
Притоки													
получение займа													
Оттоки													
платежи по займу	-11713,7												
Сальдо инв. Деят-ти	-11713,65	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Чистый ден.поток (Осн.деят+инвест.деят)	173760,7	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2	176293,2
ЧДП накопленным итогом	2793797	2970090	3146383	3322677	3498970	3675263	3851556	4027849	4204143	4380436	4556729	4733022	4909315
Коэф. Дисконтирования	1,3924	1,411738	1,431345	1,451224	1,471379	1,491815	1,512534	1,53354	1,554839	1,576433	1,598327	1,620525	1,643032
Чдп. дисконтир	124792,2	124876,7	123166,1	121478,9	119814,9	118173,7	116554,9	114958,3	113383,6	111830,4	110298,6	108787,7	107297,5
ЧДП диск. Накопленным итогом	2236154	2361031	2484197	2605676	2725491	2843664	2960219	3075178	3188561	3300392	3410690	3519478	3626775

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт экономики, управления и природопользования
Кафедра менеджмента

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой

_____ С.Л. Улина
подпись инициалы, фамилия

« _____ » _____ 20 __ г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.02 – Менеджмент

38.03.02.12 – Финансовый менеджмент (в организации)

Оценка эффективности инвестиций в развитие предприятия (на примере ООО
«Авис-медиа»)

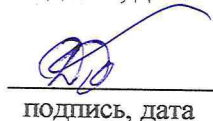
Научный
Руководитель


подпись, дата

канд. экон. наук, доцент
должность, ученая степень

А.В. Бухаров
инициалы, фамилия

Выпускник


подпись, дата

Р.И. Давыдов
инициалы, фамилия

Красноярск 2019