

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

Хакасский Технический Институт
институт

Экономика и гуманитарные дисциплины
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
«24 » июня 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика

код, наименование специальности

Разработка инвестиционного проекта: «Рентабельность наружной
рекламы на пилларсах в Республике Хакасия»

тема

Научный руководитель _____ доцент, к. э. н Т.Б. Коняхина
подпись, дата должность, ученая степень инициалы, фамилия

Выпускник _____ А.В. Ленкова
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2021

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме:Рентабельность наружной рекламы на пилларсах в Республике Хакасия

Консультанты по
разделам:

Теоретическая часть	подпись, дата	Т.Б. Коняхина
наименование раздела		инициалы, фамилия
Аналитическая часть	подпись, дата	Т.Б. Коняхина
наименование раздела		инициалы, фамилия
Проектная часть	подпись, дата	Т.Б. Коняхина
наименование раздела		инициалы, фамилия
Нормоконтролер	подпись, дата	Т.Б. Коняхина
		инициалы, фамилия

РЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
в форме бакалаврской работы

Тема выпускной квалификационной работы:Рентабельность наружной рекламы на пилларах в Республике Хакасия

ВКР содержит два раздела, выполнена на 53 страницах с использованием 14 таблиц, 30 использованных источников, 11 формул, __ листов иллюстративного материала (слайдов).

Ключевые слова: _____

Автор работы, гр. № 77-1 _____ А.В. Ленкова
подпись _____ инициалы, фамилия

Руководитель работы _____ Т.Б. Коняхина
подпись _____ инициалы, фамилия

Год защиты квалификационной работы – 2021

Цель работы: разработка инвестиционного проекта по размещению рекламы на пилларах в РХ.

Задачи: описать сущность инвестиционных проектов, исследовать затраты на реализацию проекта, рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта.

Актуальность: тема инвестирования денежных средств является актуальной, так как вложение капитала для получения прибыли в современном мире является важной частью экономических отношений.

SUMMARY
GRADUATION THESIS
Bachelor's thesis

The title of the bachelor's thesis is:The profitability of outdoor advertising using ad-pillars in Republic of Khakassia

The bachelor's thesis is composed of two chapters on 53 pages, containing 14 tables, 30 citations, 14 formulas and _14_ slides.

Keywords: _____

Research's author, student's group. №	<u>77-1</u>	<u>A.V.Lenkova</u>
	signature	first and patronymic names' initials, surname
Scientific supervisor	<u>T.B. Konyahina</u>	
	signature	first and patronymic names' initials, surname

The bachelor's thesis defense year – 2021

The objective of this thesis is: to develop an investment project for advertising on ad-pillars in Abakan.

Goals of this bachelor's thesis are: to describe the essence of investment projects, to investigate the costs of implementing the project, to calculate the effectiveness of the investment project.

Scientific novelty: the topic of investing money is relevant because investing capital for profit in the modern world is an important part of economic relations.

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

Хакасский Технический Институт
институт

Экономика и гуманитарные дисциплины
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой

_____ Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
« » 2021 г.

ЗАДАНИЕ
НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ
в форме бакалаврской работы

Студенту _____ Ленковой Алине Владимировне
фамилия, имя, отчество

Группа _____ 77-1 Направление (специальность) _____ 38.03.01
номер код

Экономика
наименование

Тема выпускной квалификационной работы: Рентабельность наружной рекламы на пилларах в Республике Хакасия

Утверждена приказом по институту № от _____

Руководитель ВКР _____ Т.Б. Коняхина, к. э. н., доцент
инициалы, фамилия, должность, ученое звание

Исходные данные для ВКР: статистические данные

Перечень разделов ВКР:

1. Теоретические аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов;
2. Разработка инвестиционного проекта рентабельность наружной рекламы на пилларах.

Перечень графического материала (слайдов)

Руководитель ВКР _____ Т.Б. Коняхина
подпись _____ инициалы, фамилия

Задание принял к исполнению _____ А.В. Ленкова
подпись _____ инициалы, фамилия

«_____» _____ 2021 г.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	8
1 Теоретические аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов ..	10
1.1 Сущность, классификация и структура инвестиционных проектов	10
1.2 Виды эффективности реализации инвестиционного проекта	14
1.3 Финансовые источники и показатели характеризующие эффективность инвестиционного проекта.....	17
2 Разработка инвестиционного проекта рентабельность наружной рекламы на пилларсах	26
2.1 Резюме проекта.....	26
2.2 Описание товара	27
2.3 Рынок сбыта.....	29
2.4 Организационный план	29
2.5 Конкуренция и маркетинг	31
2.7 Производственный план	36
2.8 Финансовый план	37
2.9 Инвестиционный план	39
2.10 Оценка рисков	46
Заключение	49
Список источников	51

ВВЕДЕНИЕ

Одним из важнейших двигателей экономики являются инвестиции.

Для ускорения принятия инвестором решения о том, что вкладывать ли средства в какую-либо сферу, необходимо составлять инвестиционный проект, определяющий цель, которую стремится достичь эта отрасль, стратегию предпринимательской деятельности в совокупности со сроками достижения цели. Именно поэтому существует проблема выбора проектов которые бы могли удовлетворить инвестора. С каждым годом это становится все сложней. Инвестиционный проект представляет собой обоснование экономической целесообразности, объема и сроков осуществления капитальных вложений.

Вложение инвестиционных средств в основную деятельность представляет собой один из наиболее главных аспектов функционирования любого предприятия.

Ценность и практическая значимость любого профессионально разработанного проекта состоит в том, чтобы помочь воплотить конкретную задумку в реальность. Каждый элемент инвестиционной политики характеризуется набором участников – субъектов инвестиционной деятельности.

Также мировая экономика давно работает на принципах инвестиционной экономики. Владельцы экономического капитала (инвестиций), заставляющие велиться элементы систем – направляют его в те виды деятельности, которые будут давать результат, нужный потребителям: а значит, будут давать выручку и прибыль. Капитал направляется в деятельность на долгое время – на многие месяцы и годы и превращается с начала в продукцию, которая затем, находясь конечного потребителя, дает финансовый результат деятельности. Если продукт нужен потребителю, то это есть положительный результат, не очень нужен – проект срабатывает в ноль, а если продукт оказался не нужен – финансовый результат проекта отрицателен. Так голоса

потребителей оценивают полезность созданного продукта для каждого лица в отдельности и отчасти для общества в целом.

В этом заключается актуальность темы выпускной квалификационной работы.

Целью работы является разработка инвестиционного проекта по размещению рекламы на пилларсах в г.Абакан.

Поставленная цель определила следующие задачи:

1. Описать сущность инвестиционных проектов.
2. Исследовать затраты на реализацию проекта.
3. Рассчитать показатели эффективности инвестиционного проекта.

Важной задачей является изучение сущности инвестиционных проектов, инструментов их реализации. Для этого необходимо изучить:

1. Понятия, структуру и классификацию инвестиционных проектов.
2. Виды эффективности инвестиционных проектов
3. Формы финансирования и показатели эффективности инвестиционных проектов.

Материалами по созданию инвестиционного проекта послужили труды отечественных и зарубежных авторов, материалы сети интернет.

1 Теоретические аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов

1.1 Сущность, классификация и структура инвестиционных проектов

Проект – комплекс взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание чего-то нового, уникальной услуги или продукта в условиях временных и ресурсных ограничений.

Реализация любого проекта требует вложений капитала, который используется для приобретения необходимого для проекта оборудования, оплаты выполненных работ, услуг, оплаты труда, недвижимости и т.д. В большинстве случаев для реализации инновационного проекта, собственных средств недостаточно, поэтому необходимо привлекать инвестиции.

Под инвестициями понимают долгосрочное вложение средств в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности. В большинстве случаев целями инвестирования являются открытие новых, расширение или модернизация существующих производств с применением инновационных технологий, передовой техники и оборудования. Инвестирование производится на определенный срок с указанием четкой даты и размера возврата денежных средств. В результате инвестирования инвестор получает прибыль (доход) или достигает какие-либо другие цели.

Для обеспечения инвесторов и других участников проекта необходимой для принятия решения об инвестировании в проект формируют инвестиционный проект – документ, главная задача которого обоснование экономической целесообразности, объема и сроков капитальных вложений инвестором средств в проект. Проект может быть экономическим или социальным. От качества выполненного инвестиционного проекта зависит, захочет ли потенциальный инвестор вложить средства в проект. Поэтому инвестиционный проект должен содержать подробную информацию о целях, задачах и достигаемого положительного эффекта, с указанием объем и сроков инвестирования, финансовых результатов и оценки эффективности проекта.

С одной стороны инвестиционный проект – это комплект документов, описывающий цели и задачи проекта, а также получаемый от реализации проекта эффект с перечнем действий необходимых для его осуществления. С другой стороны проект – это набор действий, таких как работы, услуги, приобретения, управленческие решения, операции, которые необходимы для достижения поставленных целей.

Для осуществления любого проекта необходимо разбить его на подсистемы и компоненты – структуру.

В зависимости от признаков классификации выделяют различные виды инвестиционных проектов.

По отношению друг к другу инвестиционные проекты подразделяются на:

- независимые, которые можно осуществлять одновременно или раздельно, при этом они не влияют друг на друга
- взаимоисключающие, которые не могут быть реализованы в одно время по причине того, что реализация одного проекта делает невозможным реализацию второго;
- взаимодополняющие, которые дополняют друг друга, реализация одного проекта без реализации второго не имеет смысла, поэтому они реализуются только вместе.

Классификация инвестиционных проектов по времени реализации (от создания до завершения):

- Краткосрочный – срок реализации которых составляет до 3 лет
- Среднесрочный – реализующиеся в срок от 3 до 5 лет
- Долгосрочный – срок реализации составляет более 5 лет

В зависимости от размера вложенных в проект инвестиций определяют масштаб инвестиционного проекта. Проекты подразделяются на:

- малые проекты, если проект реализуется в рамках небольшой фирмы и направлен на расширение производства или увеличение ассортимента выпускаемой продукции;

– средние проекты, те проекты которые представляют собой реконструкции и технического перевооружения производства, в строгом соответствии с заранее разработанными графиками поступления всех видов ресурсов;

– крупные проекты – проекты, построенные на основе принципиально новых идей производства продукции, необходимой для удовлетворения спроса на внутреннем и внешнем рынках;

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

В зависимости от направленности инвестиционного проекта на результат, проекты подразделяются на:

- коммерческие проекты;
- социальные проекты;
- экологические проекты;
- другие.

В зависимости от степени влияния результатов реализации инвестиционного проекта на внутренние и внешние рынки, а также на экологическую и социальную обстановку:

- глобальные проекты, влияние оказывается на экономическую, социальную или экологическую ситуацию в мире;
- крупномасштабные проекты, реализация которых существенно влияет на экономическую, социальную или экологическую ситуацию в стране;
- локальные проекты, реализация которых оказывает влияние на экономическую, социальную или экологическую ситуацию в определенных регионах и (или) городах.

Результат от реализации любого инвестиционного проекта не определён и может варьироваться в зависимости от величины риска. В связи с чем проекты подразделяются:

- надежные проекты, в результате реализации которых высока вероятность получение гарантированного результата (например государственные заказы);
- рисковые проекты, для которых характерна высокая степень неопределенности как затрат, так и результатов (например, проекты, связанные с созданием новых производственных технологий).

Проекты могут иметь множество целей. При этом определенная цель может быть достигнута разными путями. Большая часть реализуемых проектов носит конфликтующий характер, когда прорабатываются разные пути достижения одной и той же цели. В зависимости от цели инвестиционный проект группируется в четыре группы:

- сохранение продуктов на рынке;
- расширение объемов производства и улучшение качества продукции;
- выпуск новой продукции
- решение социальных и экономических задач.

На практике данная классификация не является исчерпывающей и допускает дальнейшую детализацию.

Для осуществления любого проекта необходимо разбить его на иерархические подсистемы и компоненты – структуру.

Структура проекта – это взаимосвязанные компоненты, представленные оборудованием, работами, услугами и информацией, полученные по результатам реализации проекта т.е. структура проекта – это организованная работа связей и отношений его составляющих.

Стандартный инновационный проект может иметь следующую структуру:

1. Аннотация и резюме бизнес – плана;
2. Описание компании (общая информация, характеристика продуктов и услуг);
3. Анализ рынков сбыта товаров и услуг;

4. Конкурентоспособность товаров и услуг (конкуренция на рынке, краткая характеристика фирм-конкурентов);
5. План маркетинга (стратегия реализации продукта или услуги, стратегия маркетинга, ценообразование, реклама товара);
6. Описание среды для бизнеса;
7. План продаж (анализ продаж, точка безубыточности);
8. План производства (производственные мощности предприятия, снабжение, государственное и правовое регулирование);
9. Организационный план и менеджмент (организационная структура, штатное расписание, система премирования);
10. Инвестиционный план (инвестиции);
11. Финансовый план (кредиты, график погашения займов, отчет о прибылях – убытках, движения денежных средств, финансовые показатели);
12. Эффективность проекта;
13. Риски;
14. Приложения к инвестиционному проекту.

1.2 Виды эффективности реализации инвестиционного проекта

Понятие «эффективность» трактуется, как относительный эффект, результативность системы, производственной деятельности объекта, проекта или программы. Количественно эффективность определяется в виде отношения, полученного (ожидаемого) результата (эффекта), к затратам необходимым для его получения. Таким образом, основные элементы, образующие эффективность, это с одной стороны, полезный эффект, достигаемый результат и, с другой стороны – издержки и затраченные ресурсы благодаря которым он достигается. Сопоставление этих двух элементов, в стоимостном выражении, позволяет оценить эффективность или высказать суждение о ней, когда результат нельзя выразить в стоимостной форме.

В зависимости от направлений инвестиций и целей их реализации инвестиционные проекты можно классифицировать на производственные,

научно-технические, коммерческие, финансовые, экологические, социально-экономические.

Производственные инвестиционные проекты предполагают вложение средств в создание новых, расширение, модернизацию или реконструкцию действующих основных фондов и производственных мощностей для различных сфер муниципальной экономики, в том числе жилищной, социально-бытовой и т.д.

Научно-технические инвестиционные проекты направлены на разработку и создание новой высокоэффективной продукции с новыми свойствами, новых высокоэффективных машин, оборудования, технологий и технологических процессов. Разработка и реализация научно-технических и производственных проектов часто связаны между собой.

Осуществление производственных проектов может являться продолжением осуществления научно-технических проектов, а осуществление обоих проектов может также совмещаться во времени.

Суть коммерческих инвестиционных проектов – получение прибыли на осуществляемые инвестиционные вложения в результате закупки, продажи и перепродажи какой-либо продукции, товаров, услуг. Поскольку вне материального производства вновь созданная стоимость не образуется, а только перераспределяется, то эффективность коммерческих инвестиционных проектов является результатом изменения перераспределения вновь созданной стоимости (частично вновь созданная стоимость все-таки образуется, но на операциях транспортирования, погрузки и т.п.). Эффект от реализации коммерческих инвестиционных проектов может стать капитал образующим, если полученный доход, прибыль является источником финансового обеспечения производственных или научно-технических инвестиционных проектов.

Финансовые инвестиционные проекты связаны с приобретением, формированием портфеля ценных бумаг и их реализацией, покупкой и реализацией долговых финансовых обязательств, а также с выпуском и реализацией ценных бумаг.

В первом случае инвестор-покупатель и держатель ценных бумаг получает на них дивиденды и увеличивает свой финансовый капитал. Источником увеличения капитала является осуществление производственных инвестиционных проектов.

Во втором случае инвестор-покупатель и реализатор долговых обязательств также увеличивает свой финансовый капитал. При этом прироста общего капитала в национальной экономике не происходит, а имеет место перераспределение его в сфере финансового обращения.

В третьем случае реализация финансового инвестиционного проекта непосредственно связана и является составной частью реализации производственного инвестиционного проекта. Инвестор, реализуя проект по выпуску и продаже ценных бумаг, решает задачу финансового обеспечения производственного инвестиционного проекта.

К экологическим инвестиционным проектам относятся проекты, результатом которых являются построенные природоохранные объекты или улучшенные параметры действующих производств, предприятий, служб эксплуатации по вредным выбросам в атмосферу и воздействиям на природу.

Результатом реализации социально-экономических инвестиционных проектов является достижение определенной общественно полезной цели, в том числе качественное улучшение состояния здравоохранения, образования, культуры в стране, регионах.

В процессе осуществления оценки эффективности для получения объективных результатов необходимо учитывать следующие моменты:

- оценка эффективности инвестиционных проектов должна осуществляться на основе сопоставления объема инвестиционных затрат, а также сумм планируемой прибыли и сроков окупаемости инвестированного капитала;

- оценка объема инвестиционных затрат должна охватывать все используемые ресурсы, задействованные при реализации проекта;

- оценка окупаемости инвестируемых средств должна осуществляться на основе показателя чистого денежного потока, который формируется за счет сумм чистой прибыли и амортизационных отчислений в процессе эксплуатации инвестиционного проекта;
- в процессе оценки суммы инвестиционных затрат и чистого денежного потока должны быть приведены к настоящей стоимости с помощью дисконтной ставки, которая должна быть дифференцирована для различных инвестиционных проектов.

1.3 Финансовые источники и показатели характеризующие эффективность инвестиционного проекта

Финансирование проекта представляет собой процесс аккумулирования и эффективного использования финансовых ресурсов.

При финансировании проекта решаются следующие задачи:

1. Определение источников финансирования
2. Распределение инвестиций во времени

Все источники финансирования инвестиционных проектов разделяют на три группы: собственные, привлеченные и заемные, представлены на рисунке 1.1

Основные источники финансирования инвестиционных проектов



Собственные	Заемные	Привлеченные
<ul style="list-style-type: none"> • Чистая прибыль • Амортизационные отчисления • Средства от реализации излишних активов 	<ul style="list-style-type: none"> • Кредиты банков и других кредитных институтов • Эмиссия облигаций • Целевой государственный инвестиционный кредит • Инвестиционный лизинг 	<ul style="list-style-type: none"> • Эмиссия акций • Инвестиционные взносы в уставный капитал • Государственные средства • Средства коммерческих структур

Рисунок 1.1 – Основные источники финансирования
инвестиционных проектов

1. Собственные источники финансирования инвестиций:

- прибыль выступает как основная форма чистого дохода любой деятельности. После уплаты налогов и всех обязательных платежей в распоряжении остается чистая прибыль, часть которой может направится на инвестиции;
- амортизационные отчисления образуются посредством переноса стоимости основных средств на стоимость готовой продукции;
- средства от реализации излишних активов.

2. Заемные средства – это денежные ресурсы, полученные в ссуду на определенный срок и подлежащие возврату с уплатой процента независимо от результатов предпринимательской деятельности. К ним относятся:

- кредиты банков – лучший метод внешнего финансирования инвестиций;
- эмиссия облигаций направленная на привлечение временно свободных денежных средств населения и коммерческих структур. Срок облигационного займа, как правило, должен быть не менее продолжительным, чем средний срок осуществления инвестиционного проекта, с тем, чтобы погашение обязательств по облигационному долгу происходило после получения отдачи от вложенных средств;

– инвестиционный кредит, выдается при соблюдении основных принципов кредитования: возвратности, срочности, платности, обеспеченности, целевого использования. Кредит позволяет сразу начать осуществление инвестиционного проекта, так как, по существу, означает перенос оплаты основной суммы долга на определенный срок. Источникам возврата инвестиционных кредитов и уплаты процентов по ним должна выступать дополнительная прибыль от кредитуемого;

– лизинг по своему экономическому содержанию относится к производственным инвестициям, в процессе реализации которых лизингополучатель должен возместить лизингодателю инвестиционные затраты, осуществленные материальной и денежной формах, и выплатить вознаграждение. С одной стороны лизинг является своеобразной инвестицией капитала, поскольку предполагает вложение средств в материальное имущество с целью получения дохода, а с другой стороны, сохраняет черты кредита.

Привлеченные источники финансирования инвестиций – средства, предоставляемые на постоянной основе, по которым осуществляется выплата владельцам этих средств дохода и которые могут не возвращаться владельцам:

– эмиссия акций, активно применяется акционерными обществами для привлечения акционерного капитала. Увеличение собственного капитала через выпуск акций возможно при преобразовании фирмы, испытывающей потребность в финансовых ресурсах, в акционерное общество или при выпуске уже функционирующим акционерным обществом новых акций;

– дополнительные взносы в уставный капитал;

– государственное финансирование, осуществляется чаще всего в рамках государственных программ на федеральном и региональном уровнях;

– средства коммерческих структур, безвозмездно.

Принятая схема финансирования должна обеспечить:

– достаточный объем инвестиций для реализации инвестиционного проекта в целом и на каждом шаге расчетного периода;

– оптимизацию структуры источников финансирования инвестиций;

– снижение капитальных затрат и риска инвестиционного проекта.

Источники финансирования подразделяются на внутренние и внешние.

Сравнительная характеристика представлена в таблице 1.

Таблица 1.1 – Сравнительная характеристика источников финансирования.

Источники финансирования	Достоинства	Недостатки
Внутренние источники (собственный капитал)	Легкость, доступность и быстрота мобилизации. Снижение риска неплатежеспособности и банкротства. Более высокая прибыльность в связи с отсутствием необходимости выплат по привлеченным и заемным источникам. Сохранение собственности и управления учредителей	Ограниченнность объемов привлечения средств; Отвлечение собственных средств от оборота; Ограниченнность независимого контроля за эффективностью использования инвестиционных ресурсов.
Внешние источники (привлеченный и заемный капитал)	Возможность привлечения средств в значительных масштабах. Наличие независимого контроля за эффективностью использования инвестиционных ресурсов	Сложность и длительность процедуры привлечения средств; Необходимость предоставления гарантий финансовой устойчивости; Повышение риска неплатежеспособности и банкротства; Уменьшение прибыли в связи с необходимостью выплат по привлеченным и заемным источникам; Возможность утраты собственности и управления компанией.

Процесс оценки эффективности инвестиционных проектов – очень важный и ответственный этап процесса планирования инвестиций. От качества выполнения такой оценки зависит принятия правильного решения по применению конкретного инвестиционного проекта[2].

В основу эффективности инвестиционных проектов заложены следующие основные принципы:

- рассмотрение проекта на протяжении всего расчетного периода;
- моделирование всех денежных потоков за расчетный период;
- принцип положительности (эффект от реализации должен иметь положительное значение)[9];
- учет фактора времени;
- учет только предстоящих затрат и поступлений. При расчетах показателей эффективности должны учитываться только предстоящие в ходе осуществления проекта затраты и поступления.

Оценка эффективности инвестиционных проектов рассчитывается в два этапа:

1. Расчет показателей эффективности в целом. Цель этого этапа – экономическая оценка проектных решений и создание необходимых условий для поиска инвесторов. Для локальных проектов оценивается только их коммерческая эффективность и, если она приемлема, то можно перейти ко второму этапу оценки эффективности инвестиционного проекта.

2. Второй этап осуществляется после выбора схемы финансирования. На нем определяется состав участников, финансовая реализуемость и эффективность участия в проекте.

Критерием эффективности инвестиционного проекта является превышение доходов над первоначальными, текущими и инвестиционными издержками. Сложность сравнения этих величин состоит в сопоставлении затрат и доходов, возникающих в разный временной период. Так, затраты на реализацию инвестиционного проекта осуществляются, в начальный период, а приход доходов, обычно после осуществления всех затрат связанных с реализацией инвестиционного проекта.

1. Срок окупаемости инвестиций (Paybackperiod, PP) – это период времени(месяц, квартал, год), в течении которого первоначальные инвестиции, вложенные в проект полностью возмещаются доходами от его реализации. В расчетах используются статические данные и не дисконтированные суммы без

учета инфляции, налоговой нагрузки, амортизационных отчислений. Показатель рассчитывается по формуле 1.1:

$$PP = \frac{IC}{CF}, \quad (1.1)$$

где IC – первоначальные инвестиции;

CF – среднегодовой положительный денежный поток.

2. Коэффициент эффективности инвестиций (Account rate of return, ARR). В условиях рынка за него принимают процентную ставку за долгосрочный банковский кредит. Данный показатель можно рассчитать путем деления среднегодовой прибыли на среднюю величину инвестиций с учетом остаточной или ликвидационной их стоимости или среднегодовую прибыль разделить на среднюю величину инвестиций (в процентах).

Показатель рассчитывается по формуле 1.2.

$$ARR = CF_{cp} / IC, \quad (1.2)$$

где CF_{cp} – средний денежный поток (чистая прибыль) объекта инвестиций за рассматриваемый период (месяц, год).

В экономическом анализе используется специальный метод, который направлен на соизмерение текущей и будущей стоимости в одном масштабе, это метод дисконтирования. Дисконтирование – это приведение денежных потоков доходов и расходов к начальному периоду на основе ставки дисконтирования с целью получения настоящей стоимости будущих доходов и расходов.

Норма дисконтирования, постоянная для всего расчетного периода, или переменная по временным интервалам, определяется непосредственно создателю инвестиционного проекта.

Ориентиром для ее определения в основном служат следующие показатели:

- процент инфляции;
- кредитная ставка банка;

– средний процент доходности различных финансовых учреждений.

Метод дисконтирования рассчитывает четыре основных критерия оценки эффективности инвестиционного проекта.

3. Чистый дисконтированный доход (NPV).

Чистый дисконтированный доход (NPV, Net Present Value) показывает эффективность вложения инвестиционный проект: отражает непосредственное увеличение капитала предприятия. Оптимальным значением является когда $NPV > 0$. Показатель позволяет отдать предпочтение одному из нескольких проектов, который имеет большую величину NPV. Если показатель имеет отрицательное значение, это говорит о том что данный проект принимать нецелесообразно. Показатель рассчитывается по формуле 1.3

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} - IC, \quad (1.3)$$

где CF – дисконтированный поток денежных средств;

IC – первоначальные инвестиции;

R – ставка дисконтирования;

t – год расчета.

Если анализ проводится до начала инвестиций, то размер инвестиционных расходов также должен быть приведен к настоящему моменту. Показатель рассчитывается по формуле 1.4:

$$NPV = \sum_{i=1}^{n_2} \frac{R_i}{(1+r)^{i+n_1}} - \sum_{t=1}^n \frac{IC_t}{(1+r)^t}, \quad (1.4)$$

где IC_t – инвестиционные расходы в периоде t ;

R_i – доход в периоде i ;

n_1 – продолжительность периода инвестиций;

n_2 – продолжительность периода отдачи от инвестиций.

Если $NPV > 0$, проект является прибыльным и его стоит принять.

4. Индекс доходности (ИД).

Индекс доходности, тесно связан с NPV, но в отличие от него является относительным показателем, он рассчитывается для того чтобы определить доход на единицу вложенных средств, чем больше значение данного показателя, тем эффективней отдача. Показатель рассчитывается по формуле 1.5

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} : IC = 1 + \frac{NPV}{IC}, \quad (1.5)$$

Значение индекса доходности для эффективных инвестиционных проектов должно быть больше единицы.

5. Внутренняя норма рентабельности или внутренняя норма прибыли (Internalrateofreturn, IRR). Показатель показывает максимально допустимый уровень расходов по проекту, в случае финансирования за счет кредита он показывает максимальное значение процентной ставки, превышение которой приведет к убыточности проекта. Показатель рассчитывается по формуле 1.6.

$$\sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} = 0, \quad (1.6)$$

где IRR – внутренняя норма прибыли.

Внутренняя норма доходности характеризует максимальную стоимость капитала для финансирования инвестиционного проекта.

4. Дисконтированный срок окупаемости инвестиций (Discountedpaybackperiod, DPP) учитывает разную стоимость денег при поступлении и выплат во времени. Проект приемлемый по критерию РР, может быть неприемлемым по DPP, т.к. при статистическом методе не учитывается фактор времени. показатель рассчитывается по формуле 1.7.

$DPP = \min n$, при котором

$$\sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} > IC, \quad (1.7)$$

где DPP – дисконтированный срок окупаемости инвестиций;

$\min n$ – минимальный срок реализации проекта.

Наряду с перечисленными основными показателями оценки эффективности инвестиционных проектов, так же возможно использование и других показателей:

- простая норма прибыли;
- точка безубыточности;
- фондоотдача капитала вложений;
- и другие.

Решение об инвестировании средств должно приниматься с учетом всех перечисленных критериев, а также других факторов, которые не всегда поддаются формальной оценке [11].

2 Разработка инвестиционного проекта рентабельность наружной рекламы на пилларсах

2.1 Резюме проекта

В данном инвестиционном проекте рассматриваются различные условия, проводятся необходимые анализы и требуемые расчёты для реализации проекта по размещению рекламных мест на пилларсах в г. Абакане.

Социальная значимость проекта заключается в развитии рекламного бизнеса в Республике Хакасия, получении прибыли и создании дополнительного потока денежных средств в городской бюджет в виде налоговых отчислений.

Деятельность создаваемого предприятия направлена на оказание услуг в сфере рекламного бизнеса как различным предприятиям так и физическим лицам.

По итогам экономической ситуации в регионе и опыта аналоговых предприятий были установлены: требование к качеству продукта, ценовая политика, механизмы выхода на рынок и другие необходимые параметры.

Немаловажную роль играет узкая направленность наружной рекламы, что позволит создать свой имидж, специализирующийся на наружной рекламе.

Организационно-правовой формой было выбрано индивидуальное предпринимательство. Это позволит уменьшить налогообложение и упростить процесс финансовой отчетности.

Финансирование проекта планируется осуществлять за счет собственных средств в размере 80 000 руб., и субсидии в размере 120 000 руб., если субсидия будет не одобрена, планируется взять потребительский кредит в размере 120 000 руб.

В представленном инвестиционном проекте содержится пошаговый бизнес – план создания и развития данной деятельности в течении трех лет, окупаемость проекта составляет: 1 год 4 месяца.

2.2 Описание товара

Наружная реклама – это тот вид бизнеса, который остается востребованным в любой экономической ситуации. Также это одна из удобнейших возможностей установить контакт с потребителем и донести до него конкретную информацию о товаре. Рассматриваемый инвестиционный проект, занимающееся рекламой на пилларах, предлагает уникальный и эффективный способ продвижения продукта.

Рекламный пиллар – это колонна, использующаяся для рекламных целей. Пиллары могут быть разных форм, например иметь форму цилиндра или параллелепипеда, но чаще всего они состоят из четырех сторон, это небольшие рекламные конструкции, которые не занимают много места. Пример рекламного пиллара представлен на рисунке 2.1.



Рисунок 2.1 – рекламный пиллар

Новый динамичный рекламный носитель –пиллар имеет достаточно не большую стоимость, но при этом обладает следующими преимуществами:

- Вращение – это обеспечивает лучший просмотр рекламных площадей со всех сторон и привлекает взгляд человека, он не может проигнорировать движущийся предмет, это психология человека.
- Собрать и разобрать такой пилларс –составит всего 5-7 минут.
- Яркая подсветка обеспечивает привлекательность и заметность для клиента издалека.
- вертикальная конструкция занимает все 1м², поэтому ее можно установить на любом желаемом объекте, где наблюдаются скопления людей;
- LED подсветка – экономит затраты на электроэнергию и увеличивает долговечность свечения.
- Дополнительные карманы под визитки, буклеты, разны брошюры обеспечивает распространения рекламного материала.
- Техническое описание:
 - В качестве полотен используется бэклит, обладающий свето пропускающей способностью также используется баннерную ткань.
 - конструкция установлена на привод вращения, программирование вращения которого осуществимо при помощи стандартного USB кабеля и программного обеспечения. Настраивается скорость вращения, ускорение и замедление вращения в заданном интервале, таймер циклической работы, смена направления вращения, таймер включения и выключения, таймер перезапуска.

Характеристика пилларса:

- Скорость вращения:1 об./мин.
- Габаритный размер:205x75см.
- Масса:25 кг.
- Размер рекламной поверхности:190x70см.
- Материал конструкции: ЛДСП, хромированная труба 25 мм.
- Цвет конструкции: Хром
- Энергопотребление:148Вт.
- Освещение: светодиодные лампы, 8x18 Вт.
- Материал рекламной поверхности: баннерная ткань.

2.3 Рынок сбыта

Сегодня реклама является неотъемлемой частью экономических процессов. Это связано с тем, что реклама является основным "двигателем" продукта на рынке.

Функция рекламы заключается в основном в том, чтобы информировать о продукте или услуге, популяризировать ее, увеличить спрос и оборот и в то же время увеличить производство. 90% рекламодателей - это коммерческие организации, которые регулярно публикуют информацию о себе с помощью рекламных инструментов.

Реклама на пилларсах - один из самых перспективных видов рекламы. Он постоянно используется крупными российскими компаниями. Помимо компаний федерального масштаба, потенциальными потребителями являются также компании из Республики Хакасия и Красноярского края.

Осуществлять данную деятельность планируется в г.Абакан, далее планируется расширение рынка сбыта в таких городах как: Минусинск, Черногорск, Саяногорск и других ближайших городах.

Осуществлять данную деятельность планируется в г.Абакан, далее планируется расширение рынка сбыта в таких городах как: Минусинск и Черногорск.

2.4 Организационный план

В данном проекте будет задействован один человек-директор, он же бухгалтер, координатор и менеджер по работе с клиентами.

Так как должность бухгалтера будет выполнять непосредственно индивидуальный предприниматель, в его обязанность будет входить ведение бухгалтерского учета т.е. начисление и уплата налогов.

Организационно-правовой формой, для реализации данного проекта была выбрана ИП:

Основные суммы затрат на открытие и содержание ИП:

Госпошлина – 800 руб.

Нотариальные услуги – 1 500 руб.

Минимальный размер страховых взносов в год – 40 874 руб.

Итого: 43 174 руб.

Основные коды ОКВЭД для данного предприятия:

Код ОКВЭД 74.40 – Рекламная деятельность. Эта группировка включает:

– подготовку и размещение рекламы, например, на афишных тумбах, рекламных щитах, стендах для афиш и объявлений, в витринах, в демонстрационных залах, размещение рекламы на автомобилях и автобусах и т.п.

– рекламирование в средствах массовой информации, путем продажи времени и места для рекламы

– воздушную рекламу

– распространение или адресную рассылку рекламных материалов, доставку рекламных образцов

– предоставление места для рекламы

Представление в средствах массовой информации. Эта группировка включает:

– рекламирование в средствах массовой информации путем продажи времени и места для рекламы.

График реализации проекта представлен в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Наименование и длительность подготовительных этапов

Название	Длительность	Дата начала/дата окончания
Регистрация ИП	10	01.08.2021-10.08.2021
Поиск помещений и заключения договоров аренды	10	10.08.2021-20.08.2021
Поиск типографии для сотрудничества	3	20.08.2021-23.08.2021
Монтажные работы по установке пилларсов	1	21.08.2021-22.08.2021
Начало деятельности	1	22.08.2021

Этапы основных финансовых мероприятий представлены в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Основные финансовые мероприятия

№ п/п	Наименование	Сроки выполнения
1	Арендные платежи	Ежемесячно (по срокам договора аренды)
2	Выплата % по кредиту	Ежемесячно
3	Налоговые отчисления	По срокам выплаты налоговых отчислений

2.5 Конкуренция и маркетинг

Рынок рекламы в г.Абакан достаточно широко представлен различными компаниями. Однако спрос на данный вид услуг продолжает расти, так как услуга приобретает новых потребителей.

В Абакане осуществляет рекламную деятельность 25 компаний. Следует отметить что для 9 из них наружная реклама не является основным видом деятельности, еще 12 компаний занимается не только наружной рекламой.

Наиболее крупные компании:

1. «Азон»

Компания «Азон» уже 12 лет существует на рынке рекламных услуг в г. Абакане основными видами ее деятельности являются:

- реклама на автобусах;
- реклама внутри салонов автобусов: чехлы, листовки на стеклах;
- организация рекламы и продвижение в интернет: контекстная реклама, таргетированная, видео;

- разработка сайтов и лэндингов.

2. «Линия рекламы»

Рекламно-производственная фирма «Линия рекламы» занимает ведущие позиции на рынке наружной рекламы Республики Хакасия и юга Красноярского края.

Основными направлениями деятельности фирмы являются:

- Сетевая реклама в городе Абакане.
- Разработка и производство вентилируемых фасадов.
- Производство наружной рекламы. Вывески, изготовление неона, широкоформатная печать, дизайн торговых мест.
- Продажа материалов для наружной рекламы.

3. «Логос»

Рекламно-производственная компания ООО «ЛОГОС» на рынке рекламы в городе Абакан и Республике Хакасия с 2006 года.

Основное направление компании – печать баннеров, пленки, разработка, изготовление и производство наружной рекламы.

– Световые вывески, объемные буквы, световые короба, наклейки на автомобили, таблички, вывески, указатели из пластика, оргстекла, металла, дерева.

– Информационные системы, стенды, щиты, сойки, системы навигации.
– Широкоформатная печать уличная и интерьерная.
– Оформление самоклеящимися пленками витрин и автомобилей, плоттерная резка.

– Интерьеры частного и коммерческого назначения – дизайн и оформление.

– Оформление магазинов, кафе, ресторанов – дизайн и оформление витрин – плакаты, самоклеящаяся пленка, световые короба.

– Декоративные детали оформления из пластика, оргстекла, стекла, металла, дерева.

– Сувенирная продукция – футболки, кружки, печать на металлических пластинах с оформлением на деревянную планшетку.

4. «Джем»

Крупное агентство на рынке наружной рекламы в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах.

Специализация:

- Наружная реклама;
- Производство наружной рекламы;
- Широкоформатная печать.

Основные направления:

- Наружная реклама: Щиты «евроформата» 3м x 6м, оригинальные конструкции, уличная мебель, световые короба;
- Производство наружной рекламы: объемные буквы, световой короб, стела, брендирование автомобилей, штендер, баннер, оформление витрин, фасадов, интерьеров, таблички, наклейки;
- Печать: широкоформатная печать, интерьерная печать.

Исходя из анализа конкурентов, мы видим, что только две крупных фирмы занимается рекламой на пилларсах, следовательно можно сделать вывод, что данная ниша не слишком заполнена.

Пилларсы будут закупаться у рекламно-производственной студии «*Studio 12*», расположенной по адресу Россия, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Татарстан, 22. Так как данная компания хорошо закоремендовала себя в качестве своей продукции , предлагает приемлемые цены и дает гарантию на 3 года.

Конкурентную борьбу планируется осуществлять при помощи следующих механизмов:

- расширение рынка сбыта;
- разработки гибкой системы оплаты;
- торговля с рекламными компаниями;
- создание более яркой и стильной подачи продукции;

– введение различных акций.

К неявным конкурентам можно отнести различные фирмы, занимающиеся другими видами рекламы: реклама в газетах, журналах, на телевидении и т.д.

Рассмотрим, как хорошо усваивается реклама по полученным данным маркетинговых исследований на рисунке 2.2

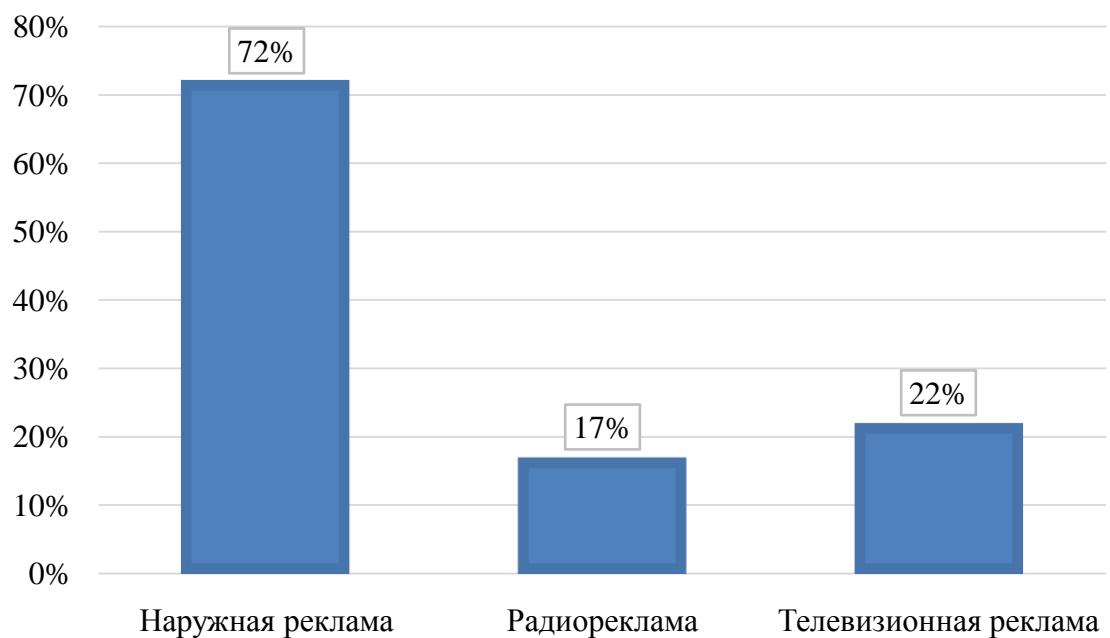


Рисунок 2.2 – Запоминаемость рекламы от её типа

По данным маркетинговых исследований, впечатления от увиденной наружной рекламы сохраняются у 72% прохожих, столкнувшихся с ней в первый раз, тогда как впервые услышанный радиоролик запоминают только 17%, впервые увиденный телевизионный ролик – 22%. Чем крупнее рекламный плакат или вывеска, тем выше вероятность того, что они не останутся незамеченными.

Таким образом можно сделать вывод, что рекламный пиллар является эффективным носителем рекламы.

Далее проведем SWOT-анализ, чтобы определить сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, исходящих из внешней среды. SWOT-анализ представлен на рисунке 2.3.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - конкурентная цена; - новое оборудование - невысокая себестоимость - низкий финансовый порог входа на рынок 	<ul style="list-style-type: none"> - отсутствие опыта; - нет портфолио; - небольшой размер фирмы
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - доступ к льготному кредитованию; - расширение рынка сбыта; - наличие постоянных клиентов - возможность появление собственного производства 	<ul style="list-style-type: none"> - появление новых конкурентов - усиление налогового бремени - отсутствие спроса

Рисунок 2.3 – SWOT-анализ

Маркетинговая стратегия заключается в активном продвижении продукции на рынке рекламных услуг.

Цели маркетинга:

- Увеличение объемов продаж
- Обеспечение рентабельности
- Расширение рынков сбыта

Основные методы продвижения:

- так называемое «сарафанное радио». Для его работы необходимо качественно и в срок выполнять работу;
- размещение рекламы на собственных носителях (пилларсах) 500руб. (распечатка рекламного баннера);
- размещение рекламы на «Авито» и «Юла» (1 000руб./мес.);
- размещение рекламы на «Яндекс» и «Google» (2 500 руб. / мес.).

При успешной будущей деятельности фирмы планируется создание собственного сайта с описанием оказываемых услуг и прайс-листом.

Разместить информацию о фирме на сайтах планируется перед открытием, чтобы клиенты могли найти нас через интернет. Соответственно плата за сайты составит 1 000 рублей.

Расходы в сумме 5 000 рублей следует отнести к инвестиционным затратам.

2.7 Производственный план

Для реализации данного проекта необходимы инвестиции в размере 200,0 тыс.рублей.

Во главе стоит индивидуальный предприниматель, осуществляющий текущее руководство. Руководитель будет выполнять не только свои прямые обязанности, но и выполнять работу бухгалтера и быть ответственным за заключением договоров.

Также для реализации данного проекта необходима аренда четырех мест площадью 1м², в таблице 2.3 представлены места для размещения пилларсов.

Таблица 2.3 – места для размещения пилларсов по различным ТЦ.

Наименование	Стоимость аренды в месяц	Стоимость аренды в год
ТЦ “Калина”	7 700	92 400
ТЦ “Сибирский городок”	3 400	40 800
ТЦ “Mix City”	3 400	40 800
ТЦ “Европа”	7 800	93 600
Итого:	22 300	267 600

1. ТЦ “Калина”, ул. Некрасова, 31 “а”, 1 этаж вход северный (со стороны большой парковки)
2. ТЦ “Сибирский городок”, ул. Вознесения, 1, 1 этаж
3. ТЦ “MixCity” ул. Чехова, 122, 1 этаж
4. ТЦ “Европа ” ул. Крылова 66Б, 1 этаж

Как видно из выше представленной таблицы аренда помещений составит 22 300 руб./месяц (267 600 в год).

Необходимое оборудование для реализации данного проекта представлено в таблице 5.

Таблица 2.4 – цена, объем и стоимость оборудования (руб.)

Наименование	Цена	Количество	Стоимость
Пиллар	28 000	2	56 000
Пиллар	22 500	2	45 000
Итого	–	4	101 000

Из таблицы 2.4 видно что суммарные затраты на приобретения оборудования составляют 101 000 руб.

У одногопиллара 4 рекламных поля, следовательно у четырех пилларсов – 16, в таблице 2.5 представлен прогноз продаж на 3 года.

Таблица 2.5 – Прогноз продаж

Года	Продаж в месяц	Продаж в год
1-й	13	156
2-й	16	192
3-й	19	228

Данные таблицы 2.5 были взяты, основываясь на опыте конкурентов и общих закономерностей, реакций потребителей на маркетинговые усилия.

В течении последующих двух лет планируется последовательно увеличивать объем продаж на 20%. Достижение подобных показателей вполне реально, поскольку за это время мы сможем сформировать спрос со стороны рекламодателей, а также приобрести постоянных клиентов.

2.8 Финансовый план

Финансовый план – отражает в себе поступление и расходование денежных средств на текущий или долгосрочный период. Цель финансового планирования – обеспечение воспроизводственного процесса соответствующим как объему, так и по структуре финансовыми ресурсами.

В связи с вышесказанным составим прогноз выручки от реализации. Прогноз выручки от реализации представлен в таблице 2.6.

Таблица 2.6 – Прогноз выручки от реализации (руб.)

Наименование показателя	1 год	2 год	3 год
Объем реализации	156	192	228
Средняя цена		4500	
Выручка всего. руб	702 000	864 000	1 026 000

Как видно из данных таблицы 2.6, прогнозируемый объем реализации на первый год работы составит 702 000тыс. руб. Нужно отметить тот факт, что оплату рекламных баннеров клиент будет осуществлять отдельно.

Далее перейдем к составлению плана постоянных затрат, переменные затраты в данном проекте отсутствуют.

Постоянные затраты связаны с постоянными издержками в каждый период времени, то есть зависят не от объема, а от времени. Постоянные затраты представлены в таблице 2.7.

Таблица 2.7 – Постоянные затраты

№ п/п	Наименование затрат	Расход руб./мес.	Расход руб/год
1	Арендная плата	22 300	267 600
2	Реклама	5 000	60 000
3	Транспортные расходы	3 000	36 000
4	Оплата услуг связи	1 000	12 000
	Итого	31 300	375 600

Из таблицы 2.7 видно что большую часть затрат составляет арендная плата и реклама, арендная плата составит 22 300,0 руб. ежемесячно (в год 267 600руб), реклама 5000 руб. ежемесячно (в год 60 000).

Общая сумма текущих затрат с учетом приобретения оборудования будет равна 179 600 руб, так как арендная плату нужно произвести сразу за 3 месяца,

а общие затраты за год составят 375 600,0 руб. Так же стоит отметить, что некоторая часть постоянных затрат может изменится, в зависимости от объема продаж.

2.9 Инвестиционный план

Финансирование инвестиционного проекта осуществляется за счет собственных средств в размере 80 тыс. руб., и субсидии в размере 120 тыс. руб. При невозможности получить субсидию, финансирование проекта будет осуществляться с помощью заемных средств в размере 120 тыс. руб. Источником получения кредитных средств, будет коммерческий банк "Сбербанк России". Берем потребительский кредит под поручительство физических лиц сроком на 2 год, с процентной ставкой 13,9% годовых. Возврат данного кредита рассмотрим в таблице 2.8.

Таблица 2.8 – Схема возврата кредита

Кредит (в рублях)	Начисленный % по кредиту	Погашение кредита	Итого	месяцы
120 000	699,0	5 000,0	5 699,0	1
115 000	699,0	5 000,0	5 699,0	2
110 000	699,0	5 000,0	5 699,0	3
105 000	699,0	5 000,0	5 699,0	4
100 000	699,0	5 000,0	5 699,0	5
95 000	699,0	5 000,0	5 699,0	6
90 000	699,0	5 000,0	5 699,0	7
85 000	699,0	5 000,0	5 699,0	8
80 000	699,0	5 000,0	5 699,0	9
75 000	699,0	5 000,0	5 699,0	10
70 000	699,0	5 000,0	5 699,0	11
65 000	699,0	5 000,0	5 699,0	12
60 000	699,0	5 000,0	5 699,0	13
55 000	699,0	5 000,0	5 699,0	14
50 000	699,0	5 000,0	5 699,0	15

Кредит (в рублях)	Начисленный % по кредиту	Погашение кредита	Итого	месяцы
45 000	699,0	5 000,0	5 699,0	16
40 000	699,0	5 000,0	5 699,0	17
35 000	699,0	5 000,0	5 699,0	18
30 000	699,0	5 000,0	5 699,0	19
25 000	699,0	5 000,0	5 699,0	20
20 000	699,0	5 000,0	5 699,0	21
15 000	699,0	5 000,0	5 699,0	22
10 000	699,0	5 000,0	5 699,0	23
5 000	699,0	5 000,0	5 699,0	24
Итого:	16 776	120 000	136 776	

По данным таблицы 2.8 видно, какими частями и в течении какого времени будут возвращаться заемные средства взятые в банке. Сумма переплаты составит 16 776,0 руб., сумма ежемесячного платежа составит 5 000,0 руб., процент за использования кредита 699,0 руб. Итого каждый месяц в течении двух лет, необходимо выплачивать кредит в размере 5 699,0 руб. Данная сумма будет выплачиваться своевременно, без задержек.

Для того, чтобы наглядно увидеть поток денежных средств, рассмотрим таблицу 2.9.

Таблица 2.9 – Поток реальных денег от текущей деятельности

Показатели	1-й год	2-й год	3-й год
Выручка от реализации	702 000	864 000	1 026 000
Себестоимость	476 600	408 100	440 600
Выплата по кредиту	68 388	68 388	–
Балансовая прибыль	157 012	387 512	585 400
Налог на прибыль 6 %	42 120	51 840	61 560
Чистая прибыль	114 892	335 672	523 840
Сальдо опер. деятельности	114 892	335 672	523 840

Как видно из таблицы 2.9 чистая прибыль по итогам первого года реализации проекта составит 114 892,0 рублей за год. Динамика изменения структуры представлена на рисунке 2.4.

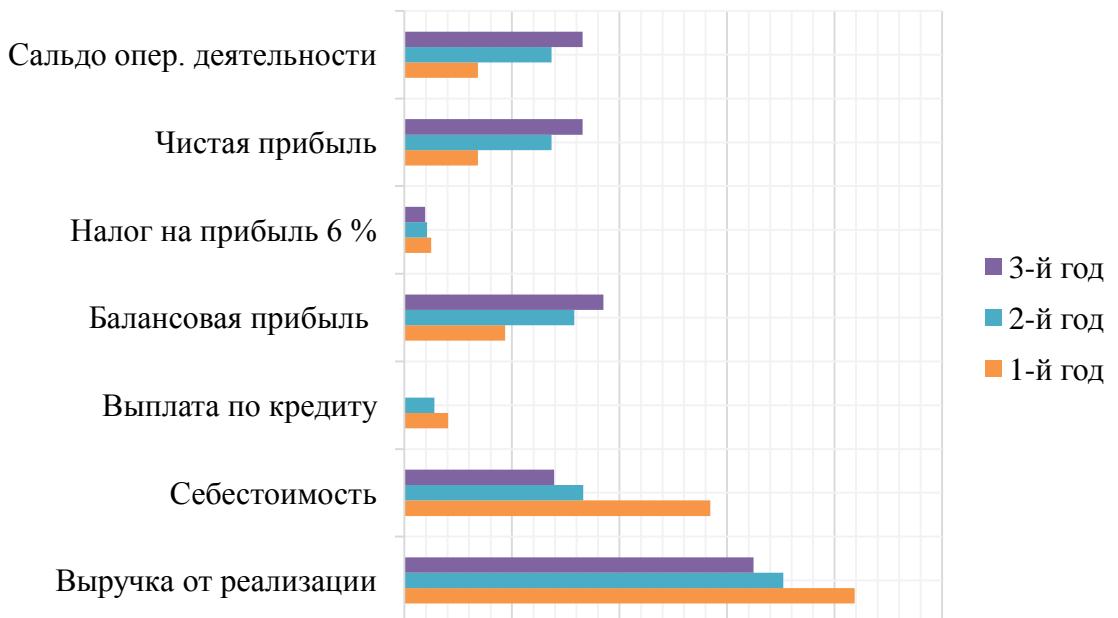


Рисунок 2.4 – Динамика изменения структуры показателей по годам

Для данного проекта предусматривается упрощенная система налогообложения. По схеме расчета «По доходам». Процентная ставка налога в данном случае составляет 6%.

Балансовую прибыль находим путем вычета от выручки таких показателей, как себестоимость и выплата по кредиту. Как видно из таблицы выплата по кредиту длится два года, далее кредит заканчивается.

Чистую прибыль находим следующим образом: балансовая прибыль минус налог на доход.

Сальдо от операционной деятельности находится путем сложения чистой прибыли и амортизации, на так как в данном проекте нет амортизации, то сальдо будет одинаковое по сумме с чистой прибылью.

Амортизация отсутствует, потому что в данном случае нет дорогостоящего оборудования, превышающего по первоначальной стоимости 40 000 рублей.

Далее необходимо рассчитать срок окупаемости инвестиционного проекта, для этого выполним следующие расчеты:

Инвестиций для осуществления проекта = 200,0 тыс.руб

$$1) t_1 = 200,0 - 114,6 = 85\ 400 - 1 \text{год}$$

$$2) t_2 = 85\ 400 - 335\ 672 = -250\ 272$$

$$3) t = 335\ 672 / 12 = 27\ 972,6$$

$$4) 85\ 400 / 27\ 972,6 = 3,05 - 3 \text{месяца}$$

Срок окупаемости проекта по размещению наружной рекламы на пилларсах равен 1год и 3 месяца.

Можно сделать вывод о том что сфера наружной рекламы не является высокозатратным бизнесом. Простые методы экономической эффективности позволяют достаточно быстро произвести оценку на основании простых расчетов. В их основе заложена идея о том, что предприятие может оплачивать инвестиции из чистой прибыли. Данная методика удобна тем, что если проект не эффективен по простым критериям, значит можно быть уверенным, что он не эффективен по более сложным.

Однако помимо указанных достоинств, простой метод расчета срока окупаемости имеет ряд недостатков, так как не учитываются следующие факторы: ценность денежных средств значительно изменяется с течением времени и после достижения окупаемости проекта он может продолжать приносить прибыль. Поэтому проведем расчет динамического показателя с учетом ставки дисконтирования.

Расчет ставки дисконтирования проводится для различных инвестиционных проектов, где сложно оценить величину возможного риска. Расчет ставки дисконтирования с учетом премии за риски для предполагаемого инвестиционного проекта проведем по формуле 2.1:

$$r = rf + rp + I, \quad (2.1)$$

где r –ставка дисконтирования

r_f – минимальная реальная ставка дисконтирования

r_p – премия за риски

I – темп инфляции

В качестве минимальной ставки дисконтирования примем ставку рефинансирования ЦБ РФ. В мае 2021 года ставка рефинансирования ЦБ РФ равна 5,0%.

Ключевая ставка инфляции (на начало 2021 года) составляет 5,0%

Премия за риски установлена в размере 4%.

$$r=5+5+4=14\%$$

Коэффициент дисконтирования при ставке 14%

для первого года: $1 / (1 + 0,14) = 0,877$

для второго года: $1 / (1 + 0,14) = 0,769$

для третьего года: $1 / (1 + 0,14) = 0,675$

Суть критерия состоит в сравнении текущей стоимости будущих денежных поступлений от реализации проекта с инвестиционными расходами, необходимыми для его реализации. Произведем расчет чистой текущей стоимости (таблица 2.10).

Таблица 2.10 – Расчет чистой текущей стоимости

Наименование позиции	Период времени, год		
	1	2	3
Чистый поток наличности	114 892	335 672	523 840
Коэффициент дисконтирования	0,877	0,796	0,675
Чистый дисконтированный поток	100 760,3	267 194,9	353 592
Накопленный чистый дисконтированный поток	100 760,3	367 955,2	721 546,9

Из представленной выше таблицы можем рассчитать чистую текущую стоимость:

Инвестиции = 200,0 тыс.руб.

$$1) t_1 = 200\ 000 - 100\ 760 = 99\ 240 - 1 \text{ год}$$

$$2) t_2 = 99\ 240 - 367\ 955,2 = -268\ 715,2$$

$$3) t = 367\ 955,2/12 = 30\ 662,9$$

$$4) 99\ 240 / 30\ 662,9 = 3,2 \text{ (4 месяца)}$$

С учетом дисконтирования окупаемость проекта увеличилась на 1 месяц и составила 1 год и 4 месяца. Данный проект можно считать прибыльным.

Также необходимо рассчитать рентабельность проекта для оценки эффективности использования материальных, трудовых и денежных ресурсов. Рентабельность продаж рассчитывается по формуле 2.2:

$$R = \Pi_{\delta} / B * 100\%, \quad (2.2)$$

где R – общая рентабельность;

Π_{δ} – балансовая прибыль;

B – выручка от продаж.

Проведем расчет:

$$R_1 = 114\ 892 / 702\ 000 * 100\% = 16,4$$

$$R_2 = 287\ 872 / 864\ 000 * 100\% = 33,3$$

$$R_3 = 523\ 840 / 1\ 026\ 000 * 100\% = 51,1$$

Из расчетов рентабельности, можно сделать вывод о том, что рентабельность продаж возрастает с каждым годом.

Для того чтобы определить успешным данный инвестиционный проект используем два метода оценки проектов, такие как NPV – чистая приведенная стоимость. Данный метод оценки инвестиционных проектов основан на методологии дисконтирования денежных потоков. И метод IRR или внутренняя норма доходности – это процентная ставка при которой приведенная стоимость инвестиционного проекта (т.е. NPV) равна нулю. Это означает что при такой ставке процента инвестор сможет возместить вложения в проект инвестиции.

Далее рассчитаем чистую приведенную стоимость проекта. Для этого приведем денежные потоки от деятельности наружной рекламы в таблице 2.11

Таблица 2.11 – Денежные потоки

Год	Денежные средства	Денежные средства с учетом дисконтирования
0	-200 000	-200 000
1	114 892	100 760,3
2	335 672	267 194,9
3	523 840	353 592

Чистую приведенную стоимость рассчитывается по формуле 2.3

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t}, \quad (2.3)$$

где CF – дисконтированный поток денежных средств

IC – первоначальные инвестиции;

r – ставка дисконтирования;

t – год расчета

Рассчитаем чистую приведенную стоимость проекта на текущий момент:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{-200\ 000}{(1 + 0,14)^0} + \frac{114\ 892}{(1 + 0,14)^1} + \frac{335\ 672}{(1 + 0,14)^2} + \frac{523\ 840}{(1 + 0,14)^3} = 476\ 167$$

Рассчитаем чистую приведенную стоимость с учетом дисконтирования:

$$NPV = \sum_{t=1}^n \frac{-200\ 000}{(1 + 0,14)^0} + \frac{100\ 760,3}{(1 + 0,14)^1} + \frac{267\ 194,9}{(1 + 0,14)^2} + \frac{353\ 592}{(1 + 0,14)^3} = 332\ 834$$

Из данного расчета можно сделать вывод о том, что NPV равняется 476 167 руб. на текущий момент и 332 834 руб., с учетом дисконтирования.

Для того чтобы определить внутреннюю норму доходности рассчитаем коэффициент IRR , за текущий период:

$$IRR = \sum_{t=0}^n \frac{-200\ 000}{(1+0,14)^0} + \frac{114\ 892}{(1+0,14)^1} + \frac{335\ 672}{(1+0,14)^2} + \frac{523\ 840}{(1+0,14)^3} = 103\%$$

$$IRR = \sum_{t=1}^n \frac{-200\ 000}{(1+0,14)^0} + \frac{100\ 760,3}{(1+0,14)^1} + \frac{267\ 194,9}{(1+0,14)^2} + \frac{353\ 592}{(1+0,14)^3} = 80\%$$

При данной ставке в 14% проект можно считать прибыльным и рассчитывать на возврат денежных средств.

Для того чтобы определить индекс доходности проекта, рассчитаем ProfitabilityIndex (PI – индекс доходности) (формула 2.4) который показывает эквивалент дохода, которая приносит каждая единица вложенных средств:

$$PI = \sum_{t=1}^n \frac{CF_t}{(1+r)^t} : IC = 1 + \frac{NPV}{IC}, \quad (2.4)$$

где CF_t – чистые денежные потоки (дисконтированные),

IC – первоначальные инвестиции.

$$PI = \frac{1}{200\ 000} \left(\frac{100\ 760,3}{(1+0,14)^1} + \frac{267\ 194,9}{(1+0,14)^2} + \frac{353\ 592}{(1+0,14)^3} \right) = \frac{1}{200\ 000} * 532\ 834,2 \\ = 2,6$$

Из расчета индекса доходности можно сделать вывод, что $PI > 1$, это означает что данное направление инвестирования максимально точно удовлетворяет избранной ставке отдачи, а также данный вариант рентабелен и его стоит принять.

2.10 Оценка рисков

Понятие "риск" неразрывно связано с любой деятельностью человека и насчитывает столько же лет, сколько существует цивилизация.

Его существование связано с невозможностью во многих случаях со 100% уверенностью предвидеть наступление тех или иных событий, которые могут не зависеть от наших желаний, действий поступков. Несмотря на то, что риск присутствует практически во всех сферах человеческой деятельности, точно сформулировать его определение достаточно сложно.

В общем смысле под риском понимают возможность наступления неблагоприятного события, влекущего за собой возникновение различного рода потерь (например, получение физической травмы, потеря имущества, ущерб от стихийного бедствия и т.д.).

Предпринимательская деятельность, осуществляемая в жестких условиях рыночной экономики, также не является исключением. Риск бизнеса в условиях рынка – своеобразная плата за свободу предпринимательской деятельности. Анализ рисков включает в себя и оценку рисков и методы снижения рисков или уменьшения связанных с ним неблагоприятных последствий. В таблице 2.12 предлагается проанализировать риски по вероятности наступления и степени тяжести последствий.

Таблица 2.12 – Риски и вероятности их наступления.

Риск	Вероятность наступления	Степень тяжести
Появление новых конкурентов	Высокая	Средняя
Неустойчивость спроса	Средняя	Средняя
Расторжение договора с арендодателями	Низкая	Высокая
Стихийные бедствия	Средняя	Низкая
Поломка оборудования	Средняя	Высокая

Проанализировав риски из таблицы 2.12 можно сделать вывод, что самыми значимыми являются: неустойчивость спроса, расторжение договоров с арендодателями, поломка оборудования. В зависимости от природы и характеристики предпринимательского риска различны его последствия и оптимальные решения.

По минимизации этих рисков данного инвестиционного проекта можно предложить следующие рекомендации, которые отражены в таблице 2.13.

Таблица 2.13 – Рекомендации по решению рисков.

№	Риск	Мероприятия, снижающие отрицательное воздействие
1	Появление новых конкурентов	Поддержание высокого уровня обслуживания, расширение программ лояльности.
2	Неустойчивость спроса	Постоянная работа с потребителями, совершенствование качества услуги, стабильная ценовая политика
3	Расторжения договоров с арендодателями	Заключение договора на длительный срок с оповещением о расторжении не менее чем за полтора месяца, для поиска нового арендодателя
4	Стихийные бедствия	Страхование
5	Поломка оборудования	Покупка страховки, использование гарантий.

Как видно из таблицы 2.13 современная теория риска предлагает к рассмотрению довольно обширный ряд моделей и методики по снижению отрицательного воздействия. Но невозможно застраховать предприятие от всех возможных рисков возникающих в процессе его жизнедеятельности, но можно предугадать некоторые из них и предпринять меры по их ликвидации применением которых обеспечит эффективное выполнение проекта сразу в нескольких направлениях.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Инвестиционный проект – документ, главная задача которого обоснование экономической целесообразности, объема и сроков капитальных вложений инвестором средств в проект.

В ходе выполнения работы достигнута главная цель – разработан инвестиционный проект по размещению рекламы на пилларсах в Республике Хакасия.

Задачи, поставленные в данной работе, выполнены в полном объеме. В рамках теоретической части работы исследованы теоретические аспекты инвестиционных проектов. Во второй части разработан инвестиционный проект по размещению наружной рекламы на пилларсах в Республике Хакасия, проведена оценка эффективности и рентабельности данного проекта.

Инвестиционные затраты на проект составят 179 600 руб. Предполагается, что проект частично будет финансироваться за счет собственных средств инициатора проекта, и частично будет финансироваться за счет субсидии в 120 000руб.,либо за счет кредитных средств в размере 120 00 руб. Кредит будет взят на два года под 13,9% годовых (аннуитетные платежи). Остальная часть средств будет финансироваться за счет собственных средств инициатора проекта.

В инвестиционном плане были выполнены расчеты и финансово-экономические обоснования инвестиционного проекта, а также определены основные факторы, влияющие на реализацию проекта, по результатом которых можно сделать вывод, о прибыльности данного проекта. Об этом свидетельствует основные показатели эффективности инвестиций: NPV - чистая приведенная стоимость, IRR- внутренняя ставка доходности, PI - индекс доходности. Из расчета показателя NPV можно сделать вывод о том, что его значение составляет 476 167руб. на текущий момент и 332 834руб. с учетом дисконтирования. Рассчитав показатель IRR - видно, что при выбранной ставке в 14%, проект наружной рекламы на пилларсах можно считать прибыльным и рассчитывать на возврат денежных средств. Из расчета индекса доходности

можно сделать вывод, что $PI > 1$, это означает что данное направление инвестирования максимально точно удовлетворяет избранной ставке отдачи.

Анализ показывает, что чистая прибыль будет иметь положительную динамику в первый год реализации проекта она составит 114 892 руб., в 2022 году она вырастет до 335 672 руб. в 2023 она составит 523 840 руб.

Инвестиционный проект имеет следующие показатели:

- Срок окупаемости – 15 месяцев (1,3 года)
- Дисконтированный срок окупаемости – 16 месяцев (1,4 года)
- Рентабельность продаж:
 - Первый год – 16,4%
 - Второй год – 33,3%
 - Третий год – 51,1%
- Дисконтированная внутренняя норма доходности – 80%
- Индекс доходности – $2,6 > 1$

Подводя итоги относительно принятия решения о возможности или невозможности реализации проекта по размещению рекламы на пилларсах, совершенно точно можно сделать вывод о прибыльности проекта и его жизнеспособности. Таким образом, проведенная оценка на основе различных методов также показывает целесообразность инвестирования денежных средств в данный проект.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. "ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Общероссийский классификатор видов экономической деятельности" (утв. Приказом Росстандарта от 31.01.2014 N 14-ст) (ред. от 29.12.2020) Электронный ресурс [режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320/bf6c4c86ad799c6407ccbba6d179cc26629e9e203/ (13.04.2021)
2. Справочная информация: "Государственная регистрация индивидуальных предпринимателей" (Материал подготовлен специалистами КонсультантПлюс) электронный ресурс [режим доступа]: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_197206/ (13.04.2021)
3. Финансовый бизнес-план / Под ред. В. М. Попова. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 480с.
5. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ // // СПС КонсультантПлюс –
URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
6. Федеральный закон "О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей" от 08.08.2001 N 129-ФЗ// СПС КонсультантПлюс –
URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881
7. Болодурина М. Инвестиционный анализ: учебное пособие / М. Болодурина; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Оренбургский государственный университет», Кафедра финансов. - Оренбург: ОГУ, 2017. - 255 с.
8. Дроботова О.О. Инвестиционная деятельность предприятий малого и среднего бизнеса/ О.О. Дроботова, Т.К.А. Фам // Kant. - 2018. - № 2 (27). - С. 276-282.
9. Инвестиции и инновации: учебное пособие / К.В. Балдин, А.В. Дубровский, Ю.В. Мишин и др.; под ред. В.Н. Щербакова. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 658 с.

10. Карпович О.Г. Финансовый менеджмент: учебник / О.Г. Карпович, А.Е. Суглобов, Б.Т. Жарылгасова ; под общ. ред. О.Г. Карповича. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 396 с.
11. Федеральный закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ "Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляющейся в форме капитальных вложений" // СПС КонсультантПлюс
12. Балдин К.В. Управление инвестициями: учебник для бакалавров. - М.: Дашков и К, 2016г. -240 с.
13. Галицкий В.М. Кредиты и займы. -М.: Гросс-Медиа, 2015 г. -184 с.
14. Инвестиции: учебник / Шарп У.Ф., Александр Г.Д., Бэйли Д.В. -М.: Инфра-М, 2016г. -1040 с.
15. Инвестиции: учебно-пособие / М.В. Чиненов, А.И. Черноусенко, В.И. Зозуля, Н.А. Хрусталева; под ред. М.В. Чиненова. -М.: Кнорус, 2016 г. -366 с.
16. Кандалинцев В.Г. Планирование бизнеса. -М.: Дело, 2014г. -168 с.
17. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов: утв. Минэкономики РФ, Минфином РФ, Госстроем РФ 21.06.1999 № ВК 477 / Опубликован на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>.
18. Виленский, П.Л., Лившиц, В.Н., Смоляк, С.А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: Теория и практика: учеб. Пособие. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело» АНХ, 2015. – 11004 с.
19. Маликат Солтановна Меджидова, Аминат Меджидовна Шахаева Наружная реклама — основа рекламного бизнеса // Государственная служба и кадры. 2019. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/naruzhnaya-reklama-osnova-reklamnogo-biznesa>
20. Дамодаран Инвестиционная оценка / Дамодаран, Асват. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. - 164 с.
21. Дисконтирование денежных потоков в инвестиционных проектах. - М.: ТНТ, 2015. - 200 с.

22. Станиславчик, Е. Н. Бизнес-план. Управление инвестиционными проектами / Е.Н. Станиславчик. - М.: Ось-89, 2017. - 128 с.
23. Станиславчик, Е.Н. Бизнес-план: Финансовый анализ инвестиционного проекта / Е.Н. Станиславчик. - Москва: РГГУ, 2017. - 382 с.
24. Дарья Лейдерман. Эффективность наружной рекламы и перспективы ее развития// Энциклопедия Маркетинга. – URL: https://www.marketing.spb.ru/lib-special/case/outdoor_adv.htm
25. Бердышев С.Н. Эффективная наружная реклама. Практическое пособие, 2-е изд. – М.: Дашков и К, 2017. 132 с.
26. Горский К. В эфире – сарафанное радио. Практическое руководство по рекомендательному маркетингу. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2017. 160 с.
27. Бакеева Й.Р. Управление рисками для реализации инвестиционный проектов / Й.Р. Бакеева, А.А. Козлова // Вестник Академии знаний. – 2018. – № 3(26). – С. 39-43.
28. Белоусов А.М. Оценка инвестиционных проектов: содержание инвестиционной деятельности компании и классификация инвестиционных проектов // Внедрение результатов инновационных разработок: проблемы и перспективы : сб. ст. по итогам Междунар. науч.-практ. конф. (Самара, 8 янв. 2018 г.). В 2 ч. Ч. 1. – Стерлитамак : АМИ, 2018. – С. 76-80. – Электронная копия сборника доступна на сайте АМИ. URL: <https://ami.im/sbornik/MNPK-175-1.pdf#page=76>
29. Алеева А.С. Понятие инвестиционных проектов, их виды // Общество-наука-инновации : сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф., 9 мая 2020 г., г. Омск : в 2 ч. – Уфа, 2020. – Ч. 1. – С. 91-93. – Электронная копия сборника доступна на сайте МЦИИ "Омега Сайнс". URL: <https://os-russia.com/SBORNIKI/KON-301-1.pdf#page=91>
30. Метрик А.А. Основные принципы управления инвестиционным проектом и этапы его реализации // Актуальные проблемы науки : сб. ст. XIII междунар. науч.-практ. конф. – Пенза, 2018. – С. 106-111. – Электронная копия

сборника доступна на сайте Кузнец. ин-та информации и управлена. технологий.

URL: <https://kiiut.ru/docsfd/conferenc2018.pdf>

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

Хакасский Технический Институт
институт
Экономика и гуманитарные дисциплины
кафедра

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
Коняхина Т.Б. Коняхина
подпись инициалы, фамилия
«21 » 06 2021 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

38.03.01 Экономика
код, наименование специальности

Разработка инвестиционного проекта: «Рентабельность наружной
рекламы на пилларсах в Республике Хакасия»

тема

Научный руководитель 21.06.2021 *Ленкова* Зав. Каф. ЭиГД, к.э.н
подпись, дата должность, ученая степень Т.Б. Коняхина
инициалы, фамилия

Выпускник 21.06.2021 *Ленкова* А.В. Ленкова
подпись, дата инициалы, фамилия

Абакан 2021

Продолжение титульного листа бакалаврской работы по теме: Разработка инвестиционного проекта: «Рентабельность наружной рекламы на пилларсах в Республике Хакасия»

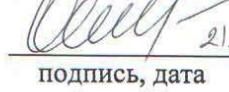
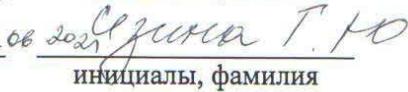
Консультанты по

разделам:

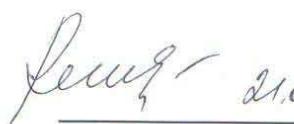
Теоретическая часть
наименование раздела

 21.06.2021
подпись, дата  Суркова Г.Ю
инициалы, фамилия

Проектная часть
наименование раздела

 21.06.2021
подпись, дата  Серикова Г.Ю
инициалы, фамилия

Нормоконтролер

 21.06.2021
подпись, дата Т.Б. Коняхина
инициалы, фамилия