

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Южно-Уральский государственный университет» (национальный исследовательский университет)

Институт спорта, туризма и сервиса

Кафедра «Экономика и менеджмент сервиса»



«10» июля 2016 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Зав. кафедрой, к.э.н., доцент

«14» июля 2016 г.

Анализ инвестиционной привлекательности открытия студии звукозаписи в г. Челябинске

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

ЮУрГУ – 080200.62. 2016. 071. ВКР

Руководитель, д.э.н., профессор

«14» июля 2016 г.

Автор

студент группы ИСТС – 481

«14» июля 2016 г.

Нормоконтролер, к.э.н., доцент

«14» июля 2016 г.

Челябинск 2016

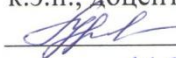
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра	<u>Институт спорта, туризма и сервиса</u>
Направление	<u>Экономика и менеджмент сервиса</u>
Профиль	<u>Менеджмент</u>
	<u>Управление малым бизнесом</u>

УТВЕРЖДАЮ

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент



Т.А. Худякова

14.06

2016 г.

ЗАДАНИЕ

на выпускную квалификационную работу студента

Котлованова Анна Вячеславовна

Группа 471

1 Тема работы

Анализ инвестиционной привлекательности открытия студии звукозаписи в
г. Челябинске

утверждена приказом по университету от 15.04 2016 г. № 661

2 Срок сдачи студентом законченной работы 14 июня 2016 г.

3 Исходные данные к работе

В теоретической части работы используются следующие источники:
учебники по экономике, инвестиционному анализу, менеджменту, электронные
источники, периодические издания посвященные анализу статистических данных
музыкальной индустрии.

4 Перечень вопросов, подлежащих разработке

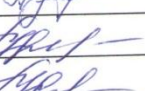
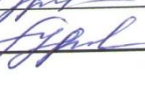
В теоретической части работы необходимо раскрыть понятия инвестиций и
инвестиционной привлекательности, выделить этапы оценки инвестиционного
проекта, рассмотреть методы расчета показателей эффективности
инвестиционного проекта. Во второй части работы нужно отразить динамику
развития студий звукозаписи и музыкальной индустрии на зарубежных и
российских рынках, выделить лучшие студии звукозаписи. Исследовать рынок
звукозаписывающих студий Челябинска и провести анкетирование
потенциальных клиентов студии звукозаписи. В третьей главе необходимо

оценить инвестиционную привлекательность проекта, применяя для этого расчет показателей эффективности инвестиционного проекта, а также оценить риски проекта.

5 Иллюстративный материал

В работе представлены следующие иллюстрации: график чувствительности проекта к изменению неопределенных факторов, график анализа зарубежного рынка звукозаписывающих студий, график глобального дохода музыкальной индустрии, график прогноза прибыли музыкальной индустрии, график основного сектора российской индустрии развлечений, таблица студий звукозаписи в России, рейтинг звукозаписывающих студий России ТОП – 10, студии звукозаписи в городе Челябинске, таблица стоимости услуг сильнейших конкурентов по городу Челябинску, наименования предоставляемых услуг и расценки, таблица стоимости оборудования для звукозаписывающей студии, заработная плата основного персонала, первоначальные инвестиции, диаграмма Ганта.

6 Календарный план

Наименование этапов Бакалаврской работы	Срок выполнения этапов	Отметка о выполнении
Введение, обзор литературы, актуальность выбранной темы	20.03.16 – 03.04.16	
Аналитическая часть	3.04.16 – 20.05.16	
Экономическая часть	20.05.16 – 3.05.16	
Организационная часть	3.05.16 – 25.06.16	
Процентовка (70% готовности)	20.05.16	
Нормоконтроль	6.06.16 – 8.06.16	
Допуск к защите	6.06.16 – 8.06.16	
Получение рецензии, отзыва	6.06.16 – 8.06.16	
Защита бакалаврской работы	14.06.16	

Зав. кафедрой



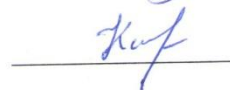
Т.А. Худякова 2016 г.

Руководитель работы



А.В. Шмидт 2016 г.

Студент-дипломник



А.В. Котлованова 2016 г.

АННОТАЦИЯ

Котлованова А.В. Анализ инвестиционной
привлекательности открытия студии
звукозаписи в г. Челябинске.

ЮУрГУ, ИСТис-471, 62 с., 9 рис., 15 табл.,
библиогр. список – 70 наим.

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью анализа инвестиционной привлекательности проекта по открытию студии звукозаписи в г. Челябинске.

Теоретическая часть выпускной квалификационной работы содержит основные теоретические аспекты диверсификации и инвестиционного процесса, а также методы оценки инвестиционной привлекательности проектов, анализа безубыточности и чувствительности проекта.

Практическая часть выпускной квалификационной работы включает анализ зарубежного, отечественного и местного рынка звукозаписи, моделирование входных параметров проекта: капитальных вложений, планируемых годовых общих издержек и выручки, расчет простых и дисконтированных показателей оценки инвестиционной привлекательности, анализ безубыточности и чувствительности проекта к рискам.

В результате проведенной работы была произведена комплексная оценка инвестиционной привлекательности проекта анализа инвестиционной привлекательности открытия студии звукозаписи в г. Челябинске.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ	6
1.1 Методические подходы к оценке привлекательности инвестиционных проектов	6
1.2 Дисконтированные и не дисконтированные методики оценки.....	11
1.3 Характеристика рисков инвестиционной деятельности	15
2. АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ЗВУКОЗАПИСИ	22
2.1 Анализ тенденции зарубежного рынка.....	22
2.2. Анализ Российского рынка	30
2.2.1 Анализ рынка звукозаписи в городе Челябинске	35
2.3 Характеристика проекта	39
3. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ СТУДИИ ЗВУКОЗАПИСИ В Г.ЧЕЛЯБИНСКЕ.....	46
3.1 Оценка эффективности инвестиционного проекта	46
3.1.1 Расчет простых показателей оценки эффективности.....	47
3.3 Анализ безубыточности проекта.	49
3.3.1 ..Анализ чувствительности инвестиционного проекта к неопределенностям внешней среды.....	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	54
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	55
ПРИЛОЖЕНИЕ	62

ВВЕДЕНИЕ

Непременным условием успешного функционирования предприятий любой организационно–правовой формы является активное осуществление стратегически направленного и детально проработанного комплекса мероприятий по созданию или укреплению явных и скрытых преимуществ перед своими конкурентами. Одним из определяющих факторов получения новых или сохранения ранее полученных конкурентных преимуществ становится активная инвестиционная деятельность.

Инвестиции имеют большое значение для будущего положения предприятия. С их помощью осуществляется расширенное воспроизводство основных средств как производственного, так и непроизводственного характера, укрепляется материально–техническая база субъектов хозяйствования. Это позволяет предприятиям увеличивать объемы производства продукции, прибыли, улучшать условия труда и быта работников. За счет реализации инновационных проектов, расширения масштабов деятельности, организации новых производств в местах с более доступными сырьевыми возможностями и близостью потребителей конечной продукции, модернизации и технического перевооружения действующего производства ресурсосберегающими и менее затратоемкими видами оборудования можно значительно повысить эффективность функционирования.

От размера и эффективности инвестиций зависят себестоимость, ассортимент, качество, новизна и привлекательность продукции, ее конкурентоспособность. Поэтому качественный анализ инвестиционной деятельности имеет большую значимость для развития предприятия.

Цель моей работы – оценить инвестиционную привлекательность проекта по открытию звукозаписывающей студии.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

1.1 Методические подходы к оценке привлекательности инвестиционных проектов

Экономическая деятельность отдельных хозяйствующих субъектов и страны в целом в значительной мере характеризуется объемом и формами осуществляемых инвестиций. В наиболее широкой трактовке инвестиции представляют собой вложение капитала с целью последующего его увеличения. Получаемый прирост капитала должен компенсировать инвестору отказ от использования имеющихся средств на потребление в текущем периоде, вознаградить его за риск и возместить потери от инфляции в предстоящем периоде.

Осуществление инвестиций должно рассматриваться фирмой как целенаправленная деятельность, без которой невозможно нормальное развитие каждого предприятия. Недовложения фирмы в ее производственный и хозяйственный оборот приводят к сокращению объема производства, износу основных фондов, падению уровня ценности всей фирмы. Под термином «инвестиции» понимают денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе и на товарные знаки, кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и других видов деятельности в целях получения прибыли (дохода) и достижения социального эффекта.

Инвестиционная привлекательность является одним из ключевых вопросов в современной экономической теории и практики. Работы многих российских и зарубежных ученых посвящены исследованию понятию инвестиционной привлекательности и методам ее оценки (В.М.Аньшина, В.В.Бочарова, Э.И.Крылова, Ф.Бергер, Т.Коупленд). Тем не менее единого подхода к толкованию инвестиционной привлекательности до сих пор не

выработано. Так как каждый интерпретирует данное понимание на основе факторов, положенных в его оценку.

Инвестиционная привлекательность – экономическая категория, характеризующаяся эффективностью использования имущества предприятия, платежеспособностью, устойчивостью финансового состояния, его способностью к саморазвитию на базе повышения доходности капитала, технико – экономического уровня производства, качества и конкурентоспособностью предприятия.

Для оценки уровня инвестиционной привлекательности предприятия необходимо выявить:

- достигнуты уровень эффективности использования имущества предприятия рентабельности продукции, а также соответствие этого уровня нормативным значениям;
- степень финансовой устойчивости предприятия и соответствие этого уровня нормативным значениям;
- платежеспособность предприятия и ликвидность его баланса, а также соответствие показателей нормативным значениям;
- качество продукции, ее конкурентоспособность, технико–экономический уровень производства и способность предприятия к саморазвитию на базе инновационной стратегии.

Исходя и существующих подходов к инвестиционной привлекательности предприятия, можно разделить существующие определения на четыре группы по следующим признакам:

- 1) инвестиционная привлекательность как условие развития предприятия;

Инвестиционная привлекательность предприятия – состояния его хозяйственного развития, при котором с высокой долей вероятности в приемлемые для инвестора сроки инвестиции могут показать удовлетворительный уровень прибыльности или может быть достигнут другой положительный эффект.

2) инвестиционная привлекательность как условие инвестирования;

Инвестиционная привлекательность – это совокупность различных объективных признаков, свойств, средств, возможностей, обуславливающих потенциальный платежеспособный спрос на инвестиции в основной капитал.

3) инвестиционная привлекательность как совокупность показателей;

Инвестиционная привлекательность предприятия – совокупность экономических и финансовых показателей предприятия, определяющих возможность получения максимальной прибыли в результате вложения капитала при минимальном риске вложения средств.

4) инвестиционная привлекательность как показатель эффективности инвестиций;

Эффективность инвестиций определяет инвестиционную привлекательность, а инвестиционная привлекательность в свою очередь – инвестиционную деятельность. Чем выше эффективность инвестиций, тем выше уровень инвестиционной привлекательности и масштабнее – инвестиционная деятельность, и наоборот.

Таким образом можно сформулировать наиболее общее определение инвестиционной привлекательности предприятия – это система экономических отношений между субъектами хозяйствования по поводу эффективного развития бизнеса и поддержания его конкурентоспособности.

С позиций инвесторов, инвестиционная привлекательность предприятия – это система количественных и качественных факторов, характеризующих платежеспособный спрос предприятия на инвестиции.

Спрос на инвестиции (в совокупности с предложением, уровнем цен и степенью конкуренции) определяет конъюнктуру инвестиционного рынка.

Для того чтобы получить надежную информацию для разработки стратегии инвестирования, необходим системный подход к изучению конъюнктуры рынка, начиная с макроуровня (от инвестиционного климата государства) и заканчивая микроуровнем (оценкой инвестиционной

привлекательности отдельного инвестиционного проекта). Данная последовательность позволяет инвесторам решить проблему выбора именно таких предприятий, которые имеют лучшие перспективы развития в случае реализации предлагаемого инвестиционного проекта и могут обеспечить инвестору планируемую прибыль на вложенный капитал с имеющихся рисков. Одновременно инвестором рассматривается принадлежность предприятия к отрасли и его территориальное расположение. Отрасли и территории, в свою очередь, имеют собственные уровни инвестиционной привлекательности, которые включают в себя инвестиционную привлекательность предприятий.

Таким образом, каждый объект инвестиционного рынка обладает собственной инвестиционной привлекательностью и одновременно находится в «инвестиционном поле» всех объектов инвестиционного рынка.

Инвестиционная привлекательность зависит как от внешних факторов, характеризующих уровень развития отрасли и региона в котором находится рассматриваемое предприятие, так и от внутренних – деятельности внутри предприятия.

Принимая решение о размещении денежных средств, инвестору необходимо оценить факторы, определяющие эффективность будущих инвестиций. Поэтому возникает необходимость количественной идентификации состояния инвестиционной привлекательности. Следовательно, можно сформулировать требования, предъявляемые к методике определения показателя инвестиционной привлекательности:

- показатель инвестиционной привлекательности должен учитывать все факторы внешней среды значимые для инвестора;
- показатель должен отражать ожидаемую доходность вложенных средств;
- показатель должен быть сопоставим с ценой капитала инвестора.

Построенная с учетом этих требований методика позволяет обеспечить инвесторам качественный и обоснованный выбор вложения капитала.

Одним из главных фактором инвестиционной привлекательности предприятия является инвестиционные риски.

Инвестиционный риск – это вероятность возникновения непредвиденных финансовых потерь в ситуации неопределенности условий инвестирования.

Инвестиционные риски включают в себя следующие подвиды рисков: риск упущенной выгоды, риск снижения доходности, риск повышенных финансовых потерь.

Риск упущенной выгоды – риск наступления косвенного финансового ущерба в результате неосуществления какого – либо мероприятия.

Риск снижения доходности может возникнуть в результате уменьшения размера процентов и дивидендов по портфельным инвестициям, вкладам и кредитам.

Риск снижения доходности включает процентные риски и кредитные риски.

Процентные риски – риск того, что средняя стоимость привлеченных средств банка, то есть депозитов и взятых займы денег, связанная с предоставлением кредита, может обогнать в течение срока действия кредита среднюю процентную ставку по кредитам.

Кредитные риски – проявляет себя, если инвестиции осуществляются за счет заемных средств и представляет собой вероятность изменения стоимости активов или утраты активами первоначального качества в результате неспособности заемщика–инвестора исполнять свои договорные обязательства, как в целом, так и по отдельным позициям в соответствии с условиями кредитного договора.

Вывод: Осуществление инвестиций рассматривается предприятиями как целенаправленная деятельность, без которой невозможно нормальное развитие предприятия.

Инвестиции – это денежные средства, любое другое имущество или интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской деятельности в целях получения прибыли и достижения социального эффекта.

Инвестиционная привлекательность – это экономическая категория, характеризующаяся эффективностью использования имущества предприятия, платежеспособностью, финансовой устойчивостью, способностью к саморазвитию с помощью повышения доходности капитала.

Эффективность инвестиций определяет инвестиционную привлекательность, а инвестиционная привлекательность в свою очередь инвестиционную деятельность. Чем выше эффективность инвестиций, тем выше уровень инвестиционной привлекательности и масштабнее инвестиционная деятельность.

Таким образом можно сформулировать наиболее общее определение инвестиционной привлекательности предприятия – это система экономических отношений между хозяйствующими субъектами по поводу эффективности развития бизнеса и поддержания конкурентоспособности.

1.2 Дисконтированные и недисконтированные методики оценки

Ставка дисконтирования по формуле Фишера:

$$(1 + E) = (1 + rm)(1 + j)(1 + r), (1)$$

Где E – ставка дисконтирования, %;

rm – ставка рефинансирования ЦБ РФ, %;

j – уровень инфляции, %;

r – рискованная премия, %.

Недисконтированный метод оценки.

Чистый доход (NV) – это сумма дохода, остающегося в распоряжении предприятия, после выплаты из его валового дохода сумм налоговых платежей, входящих в цену продукции. К таким платежам относятся: налог на добавленную стоимость, акцизный сбор, таможенные пошлины и др. Чистый доход означает

накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период. Чистый доход должен быть больше 0, тогда проект считается эффективным. Чистый доход рассчитывается по формуле:

$$NV = \sum_{t=0}^T (B_t - Z_t + A_t) - \sum_{t=0}^T I_t, (2)$$

Где B_t – выручка предприятия за период расчета t , руб.;

Z_t – затраты предприятия за период расчета t , руб.;

A_t – амортизация за период расчета t , руб.;

I_t – инвестиции проекта за период расчета t , руб.;

T – горизонт расчета, лет;

t – период инвестиционного проекта, лет.

Норма прибыли (ARR) – это отношение прибыли ко всему авансированному капиталу или к издержкам производства, выраженное в процентах. Норма прибыли показывает среднюю величину прибыльности проекта. Норма прибыли рассчитывается по формуле:

$$ARR = \frac{P_r}{I} 100\%, (3)$$

Недисконтированный период окупаемости (PB) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока. Недисконтированный период окупаемости рассчитывается по формуле:

$$PB = \frac{I}{P_r}, (4)$$

Индекс доходности (PI) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока. Для эффективности инвестиционного проекта Индекс доходности должен быть больше 1. Индекс доходности рассчитывается по формуле (4):

$$PI = \frac{\sum_{t=0}^T B_t - Z_t}{\sum_{t=0}^T I}, (5)$$

Дисконтированный метод оценки.

Сложность анализа инвестиций заключается в необходимости сопоставления двух потоков – затрат и будущих доходов. Чтобы сравнить капиталовложения, которые предстоит сделать сейчас с той выгодой, которую принесет осуществление проекта в будущем, нужно рассчитать сегодняшнюю стоимость будущих доходов, дисконтированную стоимость (Presentvalue, PV).

Дисконтирование – это приведение к единому моменту времени будущих затрат и доходов.

Спрос на инвестиции определяется выигрышем от капиталовложений – дисконтированными будущими прибылями. Настоящая ценность будущего дохода, полученного через t лет равна:

$$PV = \frac{R}{(1 + r)^t} \quad (6)$$

Где PV – текущая стоимость, руб;

R – ожидаемый в будущем доход, руб;

r – ставка дисконтирования (ставка ссудного процента), %;

t – период времени, лет.

К дисконтированным методам оценки эффективности инвестиционного проекта относят: чистый дисконтированный доход, дисконтированный индекс доходности, внутренняя норма доходности, дисконтированный период окупаемости.

Основным приоритетным является первый – чистый дисконтированный доход (NPV), который определяется как текущая стоимость будущих доходов (разности поступлений и затрат) за минусом затрат текущего периода:

$$NPV = \sum_{t=0}^T \frac{CF_t}{(1 + r)^t} - \sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1 + r)^t} \quad (7)$$

Где CF – денежный поток за период расчета t , руб.;

Чистый дисконтированный доход (NPV, NetPresentValue, чистая текущая стоимость, чистая дисконтированная стоимость) – показывает эффективность

вложения в инвестиционный проект: величину денежного потока в течение срока его реализации и приведенную к текущей стоимости (дисконтирование).

Внутренняя норма доходности (DPI) – характеризует эффективность (рентабельность) инвестиции, в относительных значениях. Дисконтированный индекс доходности должен быть ≥ 1 . Дисконтированный индекс доходности рассчитывается по формуле:

$$DPI = 1 + \frac{NPV}{\sum_{t=0}^T \frac{I_t}{(1+r)^t}}, \quad (8)$$

Индекс доходности (или рентабельности) — это важный финансовый показатель, который определяет окупаемость инвестиций. Его применяют для выявления эффективности оборота средств, вычисления их количественного увеличения или уменьшения.

Дисконтированный период окупаемости (DPB) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого дисконтированного денежного потока.

Коэффициент дисконтирования или барьерная ставка это показатель, используемый для приведения величины денежного потока в n – периоде оценки эффективности инвестиционного проекта, другими словами ставка дисконтирования это процентная ставка, используемая для перерасчета будущих потоков доходов в единую величину текущей стоимости. Данный показатель рассчитывается по следующей формуле:

$$r = \frac{1}{(1 + E)^{(n-1)}} \quad (9)$$

где E – норма дисконта, которая может быть как единой для всех шагов расчета, так и переменной, %;

$(n - 1)$ – промежуток между оцениваемым периодом и моментом приведения, год.

Дисконтированный срок окупаемости разумно понимать как тот срок, в расчете на который вложение средств в рассматриваемый проект даст ту же

сумму денежных потоков, приведенных по фактору времени (дисконтированных) к настоящему моменту, которую за этот же срок можно было бы получить с альтернативного доступного для покупки инвестиционного актива.

Вывод: Сложность анализа инвестиций заключается в необходимости сопоставления затрат и будущих доходов. В пункте 1.2 рассмотрены теоритические аспекты дисконтированных и недисконтированных методик оценки, по которым в дальнейшем будут производиться расчеты.

К недисконтированным методам оценки относят чистый доход, норму прибыли, недисконтированный период окупаемости и индекс доходности.

К дисконтированным методам относят чистый дисконтированный доход – он показывает эффективность вложения в инвестиционный проект, также к ним относятся внутренняя норма доходности, индекс доходности и дисконтированный период окупаемости.

1.3 Характеристика рисков инвестиционной деятельности

В условиях нестабильной, быстро меняющейся ситуации необходимо учитывать все возможные последствия от изменений конъюнктуры рынка, в том числе от действий конкурентов. Высокая степень риска приводит к необходимости поиска путей искусственного снижения возможных последствий от его воздействия на изменение условий реализации инвестиционного проекта. Поэтому основное назначение анализа риска состоит в том, чтобы обеспечить участников проекта информацией, необходимой для принятия соответствующих решений, и предусмотреть меры по защите возможных потерь.

Риск – ситуация неопределенности последствий принятия решений, которая может привести к различным альтернативным результатам, вероятность наступления которых может быть определена количественно или качественно.

В инвестиционной деятельности мы сталкиваемся с огромным разнообразием рисков, поэтому необходимо классифицировать их по вполне определенным признакам.

Существуют различные виды и классификации инвестиционных рисков, рассмотрим основные из них:

Классификация рисков—означает систематизацию множества рисков на основании каких-то признаков и критериев, позволяющих объединить подмножества рисков в более общие понятия.

Наиболее важными элементами, положенными в основу классификации рисков, являются: время возникновения, основные факторы возникновения, характер учета, характер последствий, сфера возникновения и другие.

По времени возникновения риски распределяются на ретроспективные, текущие и перспективные риски. Анализ ретроспективных рисков, их характера и способов снижения дает возможности более точно прогнозировать текущие и перспективные риски.

По факторам возникновения риски подразделяются на:

- политические риски – риски, обусловленные изменением политической обстановки, влияющей на предпринимательскую деятельность.

- экономические (коммерческие) риски – риски, обусловленные неблагоприятными изменениями в экономике предприятия или в экономике страны. Наиболее распространенным видом экономического риска, в котором сконцентрированы частные риски, являются изменения конъюнктуры рынка, несбалансированная ликвидность (невозможность своевременно выполнять платежные обязательства), изменения уровня управления и др.

Классификация рисков по сфере возникновения, в основу которой положены сферы деятельности, является самой многочисленной группой. В соответствии со сферами предпринимательской деятельности обычно выделяют: производственный, коммерческий, финансовый и страховой риск.

Производственный риск связан с невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг, других видов производственной деятельности в результате неблагоприятного воздействия

внешней среды, а также неадекватного использования новой техники и технологий, основных и оборотных средств, сырья, рабочего времени.

Коммерческий риск – риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем. Причинами коммерческого риска являются: снижение объема реализации вследствие изменения конъюнктуры или других обстоятельств, повышение закупочной цены товаров, потери товаров в процессе обращения, повышения издержек обращения и др.

Финансовый риск связан с возможностью невыполнения фирмой своих финансовых обязательств. Основными причинами финансового риска являются: обесценивание инвестиционно – финансового портфеля вследствие изменения валютных курсов, неосуществления платежей.

Страховой риск – риск наступления предусмотренного условиями страховых событий, в результате чего страховщик обязан выплатить страховое возмещение (страховую сумму). Результатом риска являются убытки, вызванные неэффективной страховой деятельностью как на этапе, предшествующем заключению договора страхования, так и на последующих этапах – перестрахование, формирование страховых резервов и т.п. Основными причинами страхового риска являются: неправильно определенные страховые тарифы, азартная методология страхователя.

Инвестиционные решения рисковы по определению. Невозможно с абсолютной точностью спрогнозировать значения всех параметров инвестиционного проекта, поэтому при принятии проекта желательно иметь некоторый резерв безопасности, суть которого состоит в формулировании некоторых аргументов, позволяющих с достаточной степенью уверенности утверждать, что инвестор не понесет критических убытков даже в том случае, если в ходе прогнозирования были допущены ошибки в сторону завышения (занижения) ключевых параметров. Поскольку основными характеристиками инвестиционного проекта являются элементы денежного потока и ставка

дисконтирования, снижение рисковости осуществляется поправкой одного из этих параметров.

Анализ чувствительности инвестиционного проекта проводится для того, чтобы учесть и спрогнозировать влияния изменений различных первоначальных параметров: инвестиционных затрат, притока денежных средств, уровня реинвестиций (средств, полученных в виде доходов по инвестициям и вновь направленных на инвестирование тех же объектов. По сути, этот анализ определяет устойчивость проекта к возможным изменениям как экономической ситуации в целом (изменение темпов инфляции, увеличение сроков задержки платежей и др.), так и внутренних показателей проекта (изменение цены продукции или объемов сбыта). Целями проведения этого анализа является оценка степени влияния изменения каждого (или нескольких сразу) из входных параметров, чтобы предусмотреть наихудшее развитие ситуации в проекте.

Анализ чувствительности инвестиционного проекта основывается на том, что критерий NPV является функцией от различных количественных параметров, влияющих на его значение. К таким параметрам относятся, например, объем производства, объем реализации, цена реализации продукта, трудовые затраты на производство, темп инфляции и другие. Анализ чувствительности производится с целью выявления параметров проекта, изменение которых способно вызвать существенное снижение величины критерия NPV. Второй целью анализа чувствительности является оценка критических значений параметров, при которых NPV перестает быть положительной.

Технология проведения анализа чувствительности инвестиционного проекта сводится к следующему. Сначала рассчитывается значение критерия NPV для базового варианта. Затем поочередно варьируются все параметры инвестиционного проекта до тех пор, пока NPV не примет нулевое значение. Это эквивалентно решению уравнения $NPV = 0$ относительно одного неизвестного параметра, при котором $NPV = 0$. Разность между изначальным значением параметра и его предельным значением характеризует степень устойчивости

NPV к изменениям каждого параметра. Чем меньше эта разность по абсолютной величине, тем более чувствителен критерий NPV, а следовательно, и инвестиционный проект к изменению существующего параметра.

Очень полезную информацию для оценки риска инвестиционного проекта может дать расчет точки безубыточности инвестиционного проекта. При расчете точки безубыточности инвестиционного проекта полагается, что NPV является функцией от объема производства. При изначальном значении объема производства NPV имеет положительное значение. Для определения точки безубыточности объем производства при постоянных прочих параметрах изменяется так, чтобы выполнять условие $NPV=0$. Полученное при нулевом значении NPV значение объема производства и является точкой безубыточности инвестиционного проекта.

Величина риска инвестиционного проекта определяется в соответствии с величиной интервала между изначальным значением объема производства и точкой безубыточности. Инвестиционный проект считается устойчивым и неподверженным риску, если разность между изначальным значением и точкой безубыточности оказывается не менее 25% от изначального значения.

Факторный анализ чувствительности проводится в несколько этапов:

Этап 1. Выбираем ключевой показатель эффективности инвестиций, на нашем предприятии им выступит NPV;

Этап 2. Выбираем факторы, в которых не можем быть уверенны: P (цена), Q (количество продаж) и AVC (средние переменные издержки);

Этап 3. Установим нижние и верхние значения этих факторов;

Этап 4. Рассчитаем ключевой показатель NPV при изменении каждого из выбранных факторов;

Этап 5. Построим график чувствительности для всех неопределенных факторов (рисунок 1).

Для того чтобы осуществить данные действия построим таблицу изменения уровня цен и будем уменьшать /увеличивать показатели, наблюдая как изменится NPV.

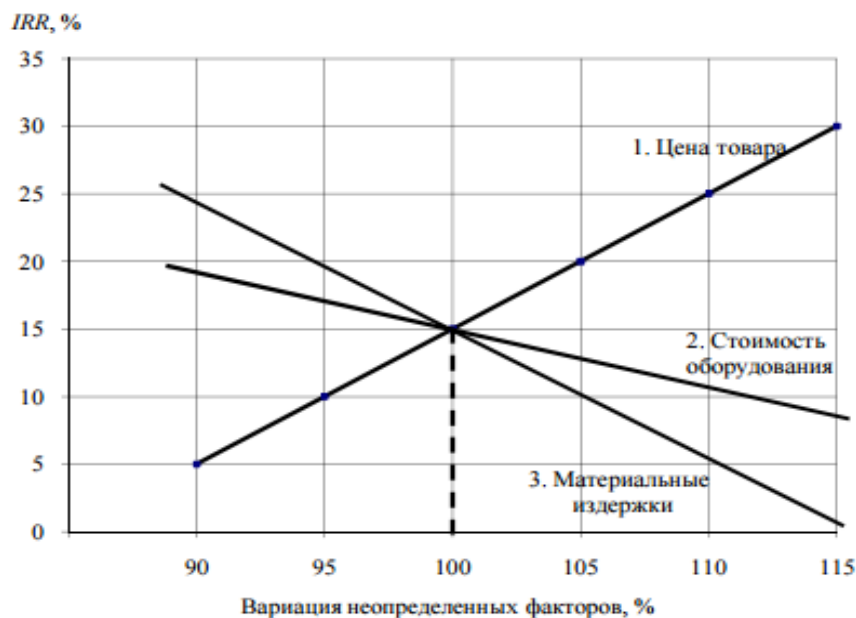


Рисунок 1.1 – Чувствительность проекта к изменению неопределенных факторов

Приведенный график позволяет вычленить критические факторы инвестиционного проекта, с тем чтобы в ходе его осуществления обратить на эти факторы особое внимание с целью сокращения риска реализации проекта. Метод служит наглядной иллюстрацией влияния отдельных исходных факторов на конечный результат проекта.

Вывод: В условиях нестабильной, быстро меняющейся ситуации необходимо учитывать все возможные последствия от изменений конъюнктуры рынка, в том числе от действий конкурентов. Высокая степень риска приводит к необходимости поиска путей искусственного снижения возможных последствий от его воздействия на изменение условий реализации инвестиционного проекта. Поэтому основное назначение анализа риска состоит в том, чтобы обеспечить участников проекта информацией, необходимой для принятия соответствующих решений, и предусмотреть меры по защите возможных потерь.

Риск – ситуация неопределенности последствий принятия решений, которая может привести к различным альтернативным результатам, вероятность наступления которых может быть определена количественно или качественно.

Существуют различные виды и классификации инвестиционных рисков. Наиболее важными элементами являются: время возникновения, факторы возникновения, характер учета и сфера возникновения рисков.

Все инвестиционные решения заведомо рисковы. Невозможно точно спрогнозировать значение всех параметров инвестиционного проекта, при принятии проекта рекомендуется иметь некий резерв безопасности, который в случае провала защитит инвестора от критических убытков.

Для того чтобы спрогнозировать изменения первоначальных параметров проводят анализ чувствительности. Он анализирует степень изменения каждого из вводных параметров. Анализ чувствительности производится с целью выявления параметров проекта, изменение которых способно вызвать существенное снижение величины критерия NPV. Второй целью анализа чувствительности является оценка критических значений параметров, при которых NPV перестает быть положительной.

Очень полезную информацию для оценки риска инвестиционного проекта может дать расчет точки безубыточности инвестиционного проекта. При расчете точки безубыточности инвестиционного проекта полагается, что NPV является функцией от объема производства. При изначальном значении объема производства NPV имеет положительное значение. Для определения точки безубыточности объем производства при постоянных прочих параметрах изменяется так, чтобы выполнять условие $NPV=0$. Полученное при нулевом значении NPV значение объема производства и является точкой безубыточности инвестиционного проекта.

2. АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА ЗВУКОЗАПИСИ

2.1 Анализ тенденции зарубежного рынка

Популярные артисты, наши любимые песни. У всех и каждого есть ассоциации с той или иной композицией. В жизни каждого из нас есть хотя бы одна песня привязанная личными воспоминаниями.

Начнём, пожалуй, с одной из самых первых, но не потерявшей своей актуальности студии RecordPlant. Гэри Кэлген и Крис Стоун анонсируют открытие трёх студий, в Нью-Йорке, годом позже в Лос-Анджелесе и в 1972 году в Калифорнии. Всё началось в 1968 году. В городе Нью Йорк открывается первая в Америке студия звукозаписи RecordPlant. Студия была обречена на успех, ведь первым же проектом стала запись нового, в то время, альбома знаменитого ДжимиХендрикса.

«ElectricLadyland» со своей скандально известной обложкой. Позже студию посещают знаменитые Джон Ленон и Пол Маккартни. Такой рост популярности не мог оставить всех равнодушными, ведь студии, которые открывались после 1968го года просто не выдерживали конкуренции со стороны RecordPlant. В 1978 году студия сгорает до тла, со всей аппаратурой в ней, к счастью никто не пострадал. Но к этому времени студия достигла больших успехов, и пожар не становится помехой для второго открытия студии, на том же месте, в 1980 году. Далее дела шли только в гору. В 1987 году студия в Нью-Йорке успешно продаётся и закрывается, та же участь ожидает и студию в Калифорнии в 2008 году. В 1999 году студия реконструирует и совершенствует одну из своих четырёх студийных комнат, которой не было аналогов, с бюджетом в 1.5 млн долларов. В 1994 и 2000-ых годах RecordPlant заслужили называться студией года по версии ТЕС (technicalexcellence&creativity). На сегодняшний день существует только студия в Лос-Анджелесе. Майкл Джексон, ДжастинТимберлейк, Бейонсе, Рианна. Список всем нам известных песен и исполнителей может очень долго продолжаться.

Другая «студия мечты» находится по адресу Великобритании, Лондон, Abbey Road 3. Одноимённое название студия Abbey Road Studios получила в ноябре 1931-го года, основанная компанией Gramophone Company. Мировую известность Abbey Road Studios получила в 1960-ых годах, когда студию оснастили новейшим, на тот момент, оборудованием. Как и любую обречённую на известность студию, Abbey Road Studios в 1964 году посетили The Beatles, где они записали свой второй альбом Beatles For Sale. Здание, в котором находится студия, первоначально было жилым домом с восемью комнатами. В 1931-ом году сэр Эдвард Элгар впервые при участии Лондонского Симфонического Оркестра провели открытие студии. В 1958-ом Abbey Road Studios неофициально объявили «центром рок музыки». Студию посещают такие рок исполнители, как: Cliff Richard and the Shadows, Oasis, Pink Floyd, Radiohead, Duran Duran, а также Машина Времени (2007 год). В 1969 году The Beatles записывают свой знаменитый альбом Abbey Road.

Hansa Tonstudio – звучит гордо! Изначально студия находится в самом центре города Берлин (Германия). Среди английских музыкальных исполнителей студия была известна как "Hansa Studio by The Wall", так как находилась рядом с Берлинской стеной. Основанная в 1964 году братьями Питером и Томасом Мейзелами студия не долго находилась возле Берлинской стены. В 1972 Hansa переехала на своё нынешнее местоположение. Знаменитой студия стала после того, как британский музыкант и продюсер Брайан Ино помог Дэвиду Боуи записать здесь песню под названием "Heroes". Здесь записывали свои синглы Depeche Mode, Iggy Pop, а также U2 со своим известным альбомом Achtung Baby.

Рейтинг студий звукозаписи мира. Топ-10:

Прошли те времена, когда мысль о записи в огромной и дорогой звукозаписывающей студии была чем-то невообразимым. Многие создавали студии подпольно, и деятельность скорее походила на дилетантство. Пока

однажды, представители мира музыки не решили объединить все маленькие студии звукозаписи в одну большую империю. Давайте же взглянем на десятку самых легендарных звукозаписывающих компаний, сумевших создать современное лицо поп музыки.

1) Olympic. Вероятно, это была самая большая студия звукозаписи в Лондоне. Здесь записывали свои композиции наиболее известные музыканты за последние пятьдесят лет. К сожалению, Olympic закрыли в феврале 2009 года. Последними, кто работал здесь над созданием новых песен, была британская группа U2.

2) TheRecordPlant. Об этой студии звукозаписи известно не только музыкантам Нью Йорка, где она и расположена, но и далеко за его пределами. Ведь именно здесь, свои легендарные песни записывали Брюс Спрингстин, Джон Леннон, Джими Хендрикс и многие другие мировые исполнители. Ещё одну такую студию построили в Лос Анджелесе, на которой также создавались многочисленные известные композиции.

3) Hansa. Легендарная студия в Берлине, расположенная вблизи знаменитой Берлинской стены, стала известной в 70-х годах, после того, как выдающийся британский музыкант и продюсер Брайан Ино помог Дэвиду Боуи записать здесь песню под названием «Heroes». Здесь также записывали свои хиты американский рок-вокалист Iggy Pop, группа Depeche Mode и U2, которые лишь добавили престижности и авторитетности этой студии.

4) Hitsville USA. Легендарная студия и, своего рода штаб-квартира известного в Соединённых Штатах лейбла звукозаписи под названием Motown Records. Именно здесь рождались песни таких выдающихся исполнителей, как Стиви Уандер, Дайана Росс, Марвин Гэй; групп: Jackson Five, the Four Tops, Boyz II Men и многих других.

5) Chess. Именно здесь, в Чикаго, на Мичиган Авеню 2120 был впервые записан новый жанр в музыке под названием. Яркими представителями этого

стиля стали Мик Джаггер, Кейт Ричардс, Уилли Диксон, Мадди Уотерс, Чак Берри, Этта Джеймс, которые также записывали свои хиты на студии звукозаписи Chess.

6) Abbey Road. На студии, расположенной на Севере Лондона, в основном записывали свои композиции выдающиеся Beatles. Именно здесь создавались их бессмертные и всеми горячо любимые альбомы. Из современных музыкантов, пользовавшихся услугами студии Abbey Road, стоит вспомнить коллективы Oasis, Radiohead, Pink Floyd и британскую певицу Kate Bush.

7) AIR. Известная независимая звукозаписывающая компания AIR, была впервые создана продюсером группы Beatles Джорджем Мартином. Вторую студию Мартин создал в 70-х годах на заморской территории Великобритании Монтсеррат. Огромное количество известных песен 80-х годов, исполненных группами The Police, Duran Duran, Supertramp были записаны именно здесь, в звукозаписывающей компании AIR. К сожалению, студия просуществовала недолго, лишь до 1989 года.

8) Sunset Sound. Знаменитая голливудская студия звукозаписи Sunset Sound, известна тем, что именно здесь когда-то были озвучены мультфильмы Диснея. Позже, она стала так называемой «фабрикой рок-н-ролла». Более 200 мировых хитов, таких исполнителей, как the Stones, Elton John, Fleetwood Mac, The Beach Boys и многих других, были рождены в стенах этой звукозаписывающей студии.

9) Muscle Shoals. Эта студия звукозаписи была создана в 1969 году, в штате Алабама. Отчётливый аккомпанемент и качественные аранжировки Muscle Shoals можно услышать в целом ряде легендарных песен, записанных на этой знаменитой студии. Здесь работали: Уилсон Пикет, Арета Франклин и группа Staple Singers.

10) Sun. Эта крохотная звукозаписывающая студия, созданная американским продюсером Сэмом Филлипсом, известным, в первую очередь, как первооткрыватель Элвиса Пресли, на самом деле послужила колыбелью появления на свет известных композиций мировых звёзд, таких, как Джонни Кэш,

Элвис Пресли, Рой Орбисон, Джерри Ли Льюис. Сегодня это здание служит туристическим объектом.

На мировом музыкальном рынке долгое время доминировали четыре основных звукозаписывающих мейджора – лейбла «Universal Music Group» (Франция/США, 25,5 %), «Sony Music Entertainment» (Япония/США, 21,5 %), «EMI Group» (Великобритания, 13,4 %), «Warner Music Group» (США, 11,3 %). Именно эти четыре компании условно назывались «Большая четверка лейблов звукозаписи», контролируя около 70% мирового музыкального рынка и около 85% музыкального рынка США. Такая организация привела музыкальный рынок к олигополии (тип рыночной структуры несовершенной конкуренции, в которой доминирует крайне малое количество фирм). С 2012 г. формат изменен на «Большую тройку» ввиду того, что в 2011 г. сектор звукозаписи EMI был приобретён концерном «Vivendi», уже владеющим «Universal Music Group», а издательские мощности приобрела фирма «Sony». Доля независимых лейблов (т.н. инди – лейблов) составляет 28,4%.

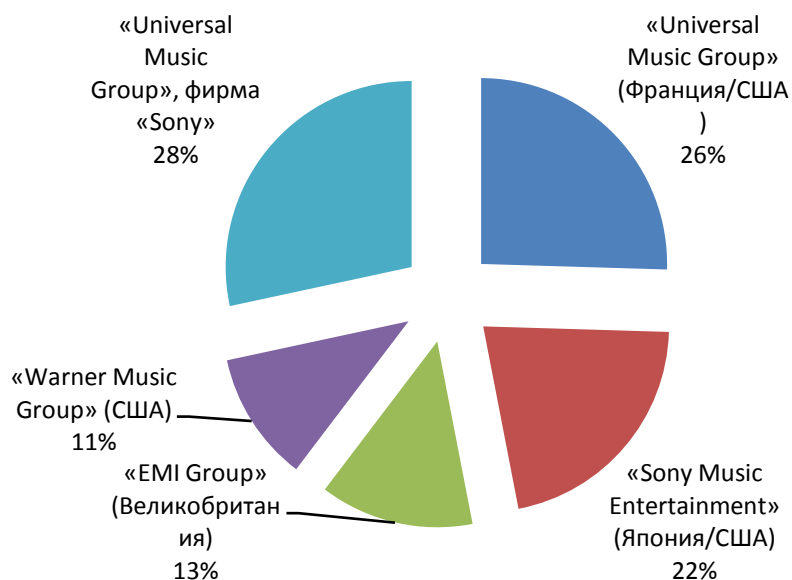


Рисунок 2.1–Анализ зарубежного рынка звукозаписывающих студий

Лейблы, которые не находятся в собственности главной рекорд – компании, называются независимыми или «инди – лейблами» (от англ. – independent).

Инди – лейблы встречаются двух основных видов:

1) фирма грамзаписи, продукцию которой распространяет исключительно головной лейбл;

2) полностью независимая фирма грамзаписи, финансируемая собственниками или инвесторами.

Лейблы второго типа распространяют продукцию через инди – дистрибьюторов. Мейджор – лейблы и инди – лейблы могут выполнять по заказу друг друга отдельные этапы производства, распространять и продвигать музыкальную продукцию и др. Существуют специализированные лейблы, которые издают аудиопродукцию определенных видов (например, только рок, этно и т.п.). В отдельных случаях известные крупные лейблы позволяли себе выпуск ограниченных тиражей с нестандартной продукцией: разноформатные пластинки, нетипичные оформления, упаковки и т.п.). Например, одним из таких нестандартных типов были «горчичные» лейблы (TanLabel), названные по цвету этикетки грампластинок, который может варьироваться от золотого или желтого до почти коричневого. Причем корреляции цвета этикетки («лейбл» в значении 1) с издателем фонографической продукции («лейбл» в значении 2) не установлено.

Как правило, деятельность на международном рынке и некоторые другие коммерческие цели обуславливают работу крупных мейджор – компаний с дочерними лейблами – сабами («подлейблами» или «дочерними лейблами»).

Коммуникационная схема саб – лейблов может быть очень глубокой. Как указано специалистами один мейджер может иметь несколько саб – лейблов, которые, уже в свою очередь, тоже могут иметь «свои» саб – лейблы, и т.п. Таким образом, в архитектонике музыкального бизнеса саблейблы занимают весьма существенную роль.

По общему правилу, небольшие самостоятельные (автономные) фирмы грамзаписи, не зависящие напрямую от крупных звукозаписывающих компаний, называются «инди – лейблами» (от англ. Independent – «независимый»).

Нетипичные и малоизвестные звукозаписывающие производители, именуемые «редкими лейблами» (англ.RareLabels) которые можно классифицировать на пять основных типов:

- 1) которые записали и выпустили только один релиз;
- 2) осуществляющие выпуск пластинок малоизвестных исполнителей крайне ограниченными тиражами или вообще созданные под конкретные единоразовые проекты;
- 3) экспериментальные подразделения (сублейблы) более известных компаний, предназначенные для нестандартных решений в сфере звукозаписи, в том числе с целью выпуска необычных по форме и содержанию релизов;
- 4) малоформатные независимые региональные фирмы грамзаписи;
- 5) «пиратские» рекорд – лейблы.

Лейблы в значении (т.е. этикетка на пластинке), где отсутствует информация о производителе, а иногда, даже, и об исполнителях, считаются «белыми лейблами» (Whitelabels). Мотивация к выпуску таких релизов проста – попытка избежать преследования со стороны правообладателей за использованные в звукозаписи определенные семплы. В отдельных случаях некоторые известные достаточно крупные лейблы позволяли себе выпуск ограниченных тиражей с нестандартной продукцией: разноформатные грампластинки, нетипичные оформления, упаковки и т.п.). Издания виниловых пластинок с дизайном лейбла (этикетки) прошлых лет (т.н. «ретро – стилизация», как правило не соответствующая стандартному дизайну, используемому фирмой звукозаписи в год выхода оригинального альбома), чаще всего выпускаются специальной категорией издателей – «ретро – лейблами» (англ.RetroLabels) .

Фирменный стиль лейбла («корпоративный стиль») – совокупность постоянных изобразительных, визуальных, графических, шрифтовых решений, информационных средств, с помощью которых фирма звукозаписи подчеркивает свою индивидуальность и создается образ, который потребители оперативно узнают. Фирменный стиль лейбла является основой всей коммуникационной

политики фирмы звукозаписи, важной составляющей брендинга. Использование лейблом фирменного стиля предусматривает единый подход к оформлению звуковых носителей и упаковке продукции.

Для мировой индустрии звукозаписи можно вывести три уровня «зонтичной конкуренции» (Дж. Росс, 1975): первый уровень – универсальные лейблы; второй уровень – специализированные лейблы (разграниченные, например, по жанровым и другим признакам); третий уровень – индивидуальные лейблы (в частности, одного исполнителя; так называемые «ипринт – лейблы»). В зависимости от уровня конкуренции таких лейблов способы массового распространения фонографического контента могут варьироваться.

По данным статистики оценки совокупного годового дохода американских звукозаписывающих студий с 2005 по 2014 год, общий доход составил 15,19 млрд.долл.[]

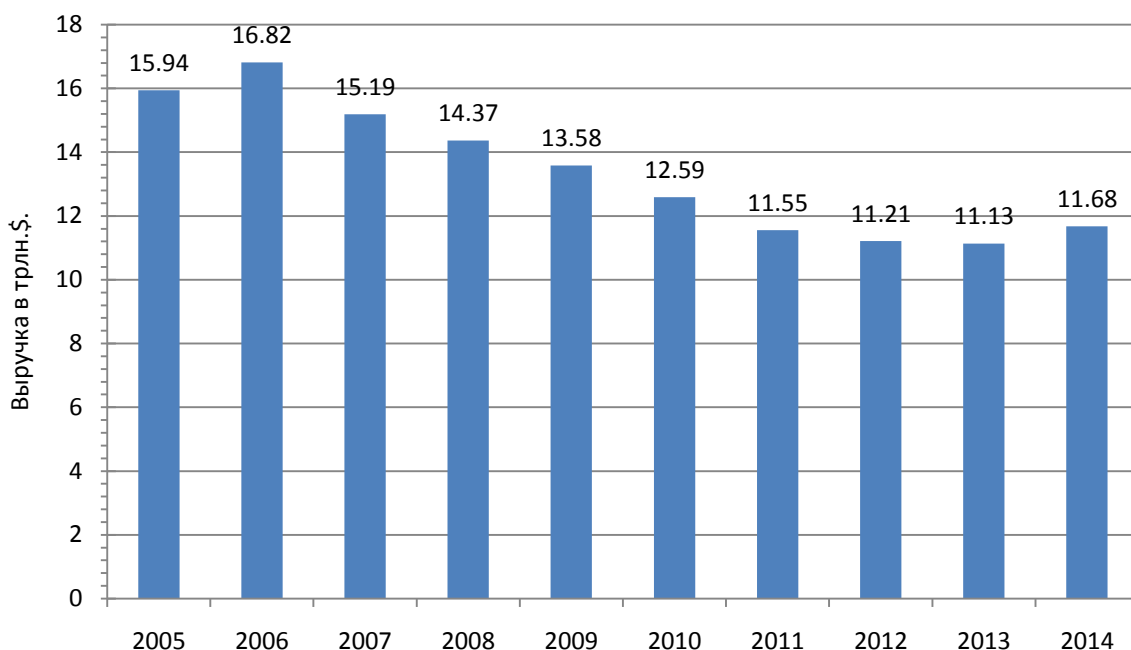


Рисунок 2.2 – Глобальный доход музыкальной индустрии

Согласно исследованиям международной аудиторской компании PricewaterhouseCoopers(PwC) глобальный рынок развлечений и медиа во всем мире сохраняет устойчивый рост, рынок растет на 5,1 % в год, начиная с 2014 года. В 2014 году совокупная выручка этого сегмента экономики составляла

1,74 трлн.\$., в 2015 году 1,82 трлн.\$.. При стабильном росте, можно спрогнозировать увеличение выручки от данного сегмента до 2019 года : 2016год –1,91 трлн.\$., 2017 год – 2 трлн.\$., 2018 год – 2,1 трлн.\$., 2019 год – 2,2 трлн.долл. [39]

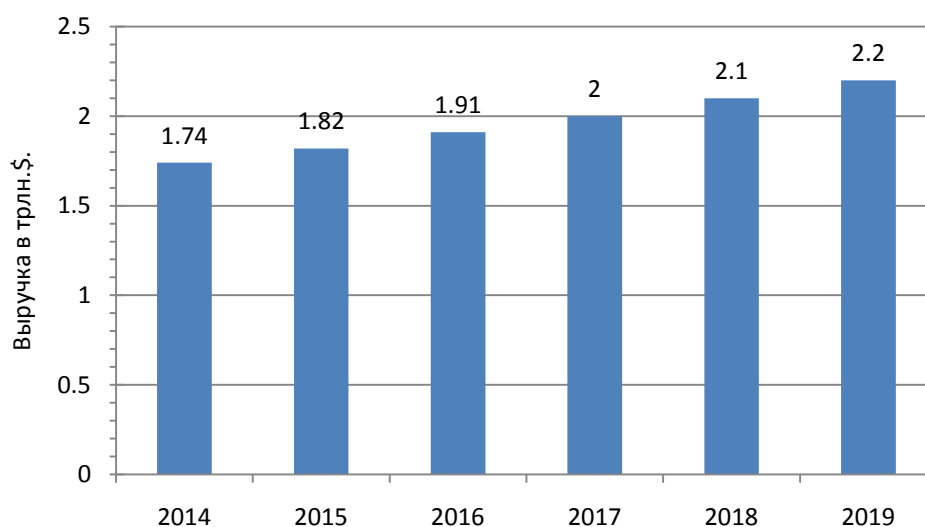


Рисунок 2.3 – Прогноз прибыли музыкальной индустрии

Вывод:

На музыкальном рынке доминируют четыре страны: Франция, Япония, Великобритания, США.

Деятельность на международном рынке обуславливает работу крупнейших мейджор – компаний с дочерними лейблами. Наиболее автономные фирмы называются инди – лейблами .

В мировой индустрии выделяют три уровня: универсальные лейблы, специализированные лейблы и индивидуальные.

По данным статистики оценки совокупного дохода звукозаписывающих студий Америки общий доход составляет 15,19 млрд. долл. В общем рынок медиа индустрии растет в год на 5,1%.

2.2. Анализ Российского рынка

Рекординговая студия – источник качественной продакшн – музыки.

Медиа – индустрия для России очень молода, по сравнению с западными странами. То же касается и музыкального наполнения, без которого невозможно представить любой теле и радиоэфир, рекламу или промо – ролики. Можно сказать, что только сейчас формируется культура создания и легального использования музыки в России.

После вступления в силу в 2008 году современной российской законодательной базы о защите авторских прав, рынок медиа – контента переживает переходный период от незаконного использования интродукций всемирно известных музыкальных композиций к лицензионной музыке.

Получить авторский саундтрек можно, пригласив профессионального композитора. Проблема в том, что далеко не все создатели эфира и рекламы могут позволить себе оплатить его услуги. Саундпродюсер, как правило, ограничен по времени, ему для работы требуется большое количество материала, так что согласование, время на создание и аранжировку, а также обсуждение и корректировки в случае с нанятым композитором – это огромные потери.

Продакшн – библиотека – эффективный инструмент рекординговой студии для медийного бизнеса

В целях экономии времени и бюджетных средств, рекламщики обращаются к продакшн – библиотекам. Этот ход существенно упрощает жизнь профессионалам. Продакшн – библиотека состоит из треков самой различной стилистики и настроения. Длительность различных версий композиции может варьироваться от нескольких минут, до нескольких секунд, для удобства ее использования. Такая музыка записана заранее и собрана в каталог. Благодаря тому, что авторы не ограничены в сроках и, зачастую, в бюджете, она не уступает по качеству многим дорогостоящим проектам, а иногда даже превосходит их.

Производителем продакшн – музыки является или по – другому – студия звукозаписи. Запись такой музыки происходит постоянно, если организация работает достаточно давно, то ее библиотека может насчитывать десятки, а у

крупных компаний сотни дисков. Можно также заказать производство продакшн – библиотеки под индивидуальные потребности покупателя.

Приобретая продакшн – библиотеку, продюсер в комплекте получает лицензию на использование музыки из нее, в России рекординговые студии, занимающиеся созданием продакшн, дают право на использование своей библиотеки на срок до 5 лет. Таким образом, снимается вопрос о соблюдении авторского права.

Представителей медиа бизнеса привлекают цены на продакшн – библиотеки, стоимость одного трека в итоге совсем мала. Купить такую библиотеку может позволить себе и небольшая компания, без больших бюджетов.

Авторская музыка отечественного производства с каждым годом становится все более качественной за счет появления и применения новых программ и технологий для звукозаписи. Растет спрос на нее, что означает амбициозные перспективы для российского рынка лицензионной музыки.

Международная федерация звукозаписывающей индустрии (IFPI) опубликовала отчет, согласно которому продажи музыки в России в 2014 г. выросли на 15,9% до 72,8 млн. долл. (2,8 млрд руб). Из представленных данных следует, что наша страна занимает 23 место в мире и образует лишь 1% мирового музыкального рынка общим объемом 15 млрд. долл. Аналитики IFPI учитывали:

- продажи музыки на физических носителях;
- продажи цифровой музыки;
- выручку от концертов;
- продажу прав на ТВ и для рекламных роликов.

Источником наиболее значительного роста доходов музыкальных каналов в России являются продажи прав на треки на телеканалы и радиостанции, а также концерты. В данном сегменте наблюдается увеличение доходов на 77,8% до 18,5 млн. долл., а это 25% всего российского музыкального рынка.

В 2011 году динамика развития рынка развлечений и СМИ в России не изменилась: рынок вырос на 12% (до 24,1 млрд долл. США), аналогично росту в

2010 году. Российский рынок остается одним из самых динамичных в регионе Европы, Ближнего Востока и Африки (Europe, MiddleEastandAfrica, EMEA). В Центральной и Восточной Европе Россию существенно опережает только Турция (рост на 62%), а в регионе EMEA еще и страны Ближнего Востока/ Северной Африки (47%). По объему рынка в 2011 году Россия была на 7 – м месте в регионе EMEA, и мы ожидаем, что в пятилетней перспективе российский рынок останется одним из самых динамичных – со средними темпами годового роста 10,1%. В результате, по нашим прогнозам, к 2016 году рынок России вырастет почти до 39 млрд долл. США и станет шестым крупнейшим рынком в этом регионе, обогнав Испанию.[39]

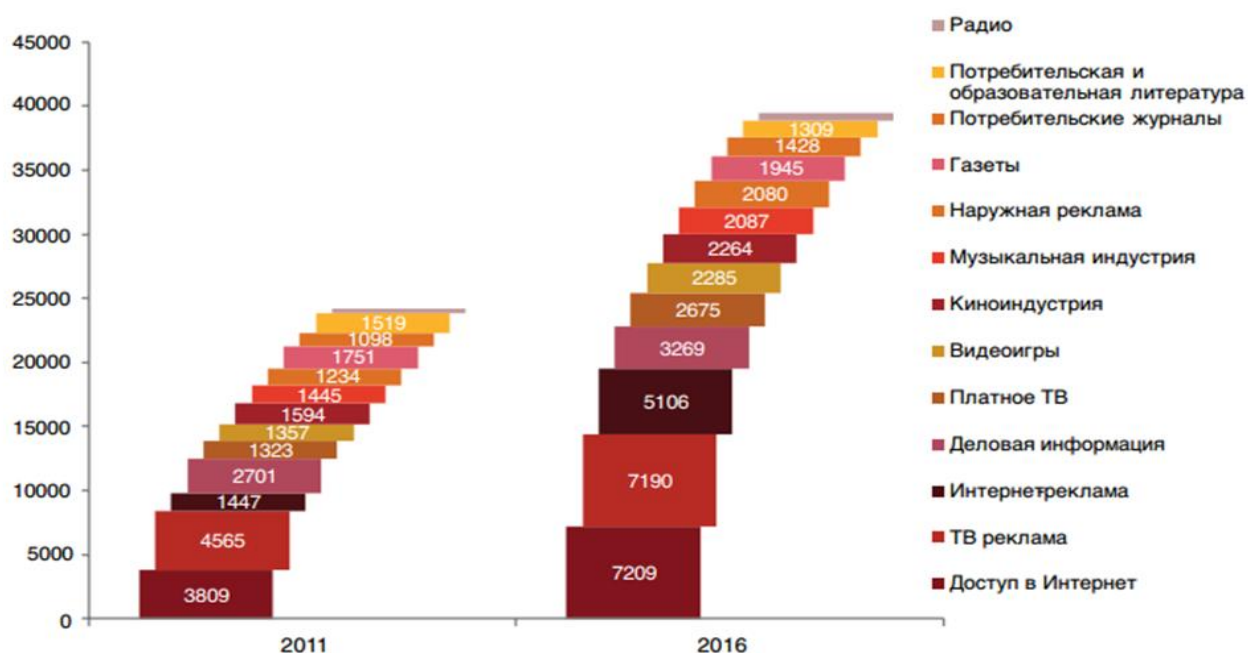


Рисунок 2.4 – Основные сектора российской индустрии развлечений

Самая большая доля рынка приходится на продажи цифровой музыки, но данный сегмент демонстрирует отрицательную динамику темпов роста – трехкратное уменьшение с 2013 года.

В 2014 году динамика развития рынка развлечений и медиа в России практически не изменилась. Рынок вырос на 9% по сравнению с 2013 годом. Эксперты PwC ожидают, что в прогнозном периоде его средний годовой темп роста составит 6,4% и к 2019 году рынок вырастет до 34,7 млрд.долл.[48]

В России насчитывается порядка 656 студий звукозаписи. Первое место по количеству звукозаписывающих студий занимает город Москва – 92 студии, второе место – Санкт – Петербург – 40 студий звукозаписи и на третьем месте Новосибирск – 32 звукозаписывающие студии. Челябинск занимает 20 место по количеству студий звукозаписи в России.

Таблица 1– Студии звукозаписи в России

Город	Количество студий звукозаписи
Москва	92
Санкт – Петербург	40
Новосибирск	32
Омск	31
Красноярск	27
Екатеринбург	25
Нижний Новгород	24
Казань, Кемерово, Уфа	20
Иркутск	19
Томск	18
Барнаул	16
Тюмень, Пермь	15
Самара	11
Волгоград, Владивосток	10
Саратов	9
Челябинск, Тверь, Оренбург, Киров, Ростов – на – Дону, Астрахань	8
Пенза, Петрозаводск, Ижевск, Улан – Удэ, Хабаровск, Рязань, Калининград	7
Ярославль, Тольятти, Калуга, Благовещенск	6
Краснодар, Йошкар– Ола	5
Липецк, Владимир, Тула, Бийск, Сыктывкар, Сургут, Смоленск, Набережные челны	4
Владимир	4
Псков, Иваново, Братск, Нижневартовск	3
Чебоксары, Белгород, Архангельск, Чита, Нижний тагил, Воронеж, Магнитогорск, Тамбов, Курган, Мурманск, Белгород	2
Абакана, Череповец, Волгоград, Ульяновск, Великий Новгород	1

Таблица 2– Рейтинг звукозаписывающих студий России, ТОП –10

Название компании	Город
Promuse, студия звукозаписи	Москва
G–SOUND, студия звукозаписи	Челябинск
VEK, творческая студия	Алматы
OknaRecords, студия звукозаписи	Казань
Название компании	Город
Река, студия звукозаписи	Саратов
Астра–плюс, ООО, творческое агентство	Новосибирск
Акустик Лайн, студия звукозаписи	Санкт – Петербург
Manaragarecords, студия звукозаписи	Сыктывкар
Кадр, медиа–группа	Магнитогорск
Rukami, студия звукозаписи	Екатеринбург

2.2.1 Анализ рынка звукозаписи в городе Челябинске

В настоящее время на территории города насчитывается приблизительно 15 студий звукозаписи. Классификация студий звукозаписи по городу Челябинску представлена в виде таблицы 3. В таблице приведены данные о названии, расположении и предоставляемых услугах.

Таблица 3– Студии звукозаписи в г. Челябинск

Название студий	Услуги
1. DirectMemory, Студия звукозаписи ул. Красная, 4	Песня «под ключ»; Запись альбома «под ключ»; Создание саундтреков для кинофильмам; Создание саундтреков к играм; Музыка для документальных и презентационных фильмов; Remix /Rework / Cover. (музыкальных произведений); Сведение (Сведение многоканального трека);

Название студий	Услуги
1. DirectMemory, Студия звукозаписи ул. Красная, 4	Сведение музыкального трека с голосом; Мастеринг(Mastering); Вокал (Запись / Тюнинг); Запись вокала с педагогом (продюсирование вокала); Тексты к песням; Тексты к рекламам и радио – программам; Jingle (Джинглы), Intro (Интро) , ID; Изготовление мелодий для мобильного; Разработка систем автоинформирования (IVR); Производство рекламы; Создание аудио – поздравлений, аудио – открыток; Восстановление записей, реставрация, чистка шумов и прочее; Консультирование по выбору музыкального формата, помощь в разработке концепции.
2. U – SOUND Студия звукозаписи ул. Пушкина, 64	Записать музыкальный коллектив "живьём"; Редактирование записанного материала; Исправление ошибок и неточностей исполнения; Квантизация барабанов; Реампинг ранее записанных гитарных партий; Сведение и мастеринг проектов; Производство рекламных роликов с участием актеров театра манекен, изготовление фонограмм.

Продолжение таблицы 3

Название студий	Услуги
3.NewToneStudio Студия звукозаписи ул. Цвиллинга, 54	Сведение (Сведение многоканального трека); Сведение музыкального трека с голосом; Мастеринг(Mastering); Вокал (Запись / Тюнинг).
4.Точка пересечения Студия звукозаписи ул.Артиллерийская, 79	Запись в студии; Сведение.
5. ИП "ПарамонПродакшн" Видеостудия пр. Ленина, 78 б	Сведение (Сведение многоканального трека); Сведение музыкального трека с голосом; Мастеринг(Mastering); Вокал (Запись / Тюнинг);
6.naKolenkeRecords Студия звукозаписи ул. Горького, 38	Аудио ролики рекламного характера; Профессиональная аранжировка; Запись имиджевой или рекламной песни; Озвучивание рекламных видеороликов, фильмов; Очистка дорожки и оптимизация качества; Выездная запись; Сведение и мастеринг музыкального материала; Корректировка и прочая работа; Музыкальные миксы для вещания в торговых центрах.
7.Студия Звук Студия звукозаписи пр. Ленина, 5	Сведение (Сведение многоканального трека); Сведение музыкального трека с голосом; Мастеринг(Mastering); Вокал (Запись / Тюнинг). Сведение (Сведение многоканального трека); Сведение музыкального трека с голосом;

Название студий	Услуги
8.Творческая мастерская Григория Стадника Студия звукозаписи ул. Кирова, 143	Мастеринг(Mastering); Вокал (Запись / Тюнинг).

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что в городе Челябинске есть 3 довольно сильных конкурента среди звукозаписывающих студий. Сильные конкуренты имеют довольно широкий ряд предоставляемых услуг. Остальные же из представленных в таблице студий выполняют очень узкий спектр услуг, причём качество выполненной работы часто бывает низкого уровня. Те же студии могут выполнять достаточно широкий спектр работ, зачастую, а то и вовсе, не принимают заказы со стороны. Причины этого различны, но, как правило, основной является полное собственное использование ресурсов студии.

Немаловажным условием конкурентоспособности студии является так называемый принцип «всё включено». На проектируемой студии, после закупки всего необходимого оборудования, будет возможным выполнять практически полный спектр аудиоуслуг. Так, например, возможности студии позволят исполнителю в одном месте произвести запись, необходимую обработку, оформление и выпуск своей музыкальной продукции на CD.

Из анализа приведённого выше перечня услуг, можно сделать вывод, что круг предполагаемых клиентов студии звукозаписи достаточно широк. Он включает в себя как частных лиц, так и крупные организации, нуждающиеся в качественном аудиопродукте и оригинальных аудиорешениях.

Доля рынка достаточно существенна, при грамотном маркетинге и стабильном развитии (закупке нового оборудования, повышении качества услуг)

деятельности будет возможным достигнуть лидерства в данной отрасли на челябинском рынке.

Вывод:

Медиа индустрия России по сравнению с западными странами очень молода.

Современная студия звукозаписи состоит из треков различной стилистики и построения. Такая музыка записана заранее и собрана в специальные каталоги. В большинстве случаев такие звукозаписи очень высокого качества. Студии звукозаписи по – другому называют еще – продакшн библиотеками.

В отчете согласно IFPI продажи музыки возросли на 2,8 млрд. руб. Россия занимает 23 место в мире на медиа рынке.

В России насчитывается порядка 656 студий звукозаписи. Первые места по количеству студий занимают Москва и Санкт – Петербург.

В Челябинске располагается 8 студий звукозаписи, из них три студии представляют реальную угрозу. Также доля рынка достаточно существенна, в прочем есть возможность достигнуть лидерствов отрасли.[42]

2.3 Характеристика проекта

Студия звукозаписи – мечта любого музыканта и не только. Однако, профессиональная звукозаписывающая студия – проект, несомненно, очень затратный. Для тех, кто сталкивался с созданием, как минимум, репетиционной базы знакомы все трудности, связанные с арендой и подготовкой помещения, подбором музыкального оборудования и прочими организационными трудностями.

Безусловно, записать качественную голосовую партию, гитарный риф, акустические или духовые инструменты невозможно без специально подготовленного и оборудованного помещения. Однако, коммерческая студия – есть коммерческая студия. Аренда дорогостоящего оборудования для решения повседневных рабочих вопросов не всегда оправдана.

Студия звукозаписи – комплекс специально подготовленных помещений, оборудованных средствами звукозаписи, оснащенных устройствами редактирования и обработки аудиоматериала, обслуживаемый профессиональным персоналом и предназначенный для изготовления оригинальной матрицы (мастер – копии) записанной и отредактированной фонограммы на любых видах носителей.

В настоящее время в обществе очень часто происходят всевозможные изменения. Они затрагивают образ жизни, мышление, отношение ко многим происходящим внутри самого этого общества процессам. Всё в большей степени наше поведение становится зависимым от оценки этого самого общества. Общество, в котором на всё наложен штамп модности, «качественной» необычности, креатива. Любое проявление индивидуальности, создание образа, влияет на оценку со стороны. Такие виды современных услуг, как фото, видеоиндустрия, а также рекламная пресса сейчас находятся на стадии подъёма. К этому списку, при правильной организации и грамотно сформированном перечне услуг можно отнести и аудиоиндустрию. Большое количество поп, рок и андерграунд проектов остаются незамеченными из – за отсутствия доступного сервиса записи и сопровождения.

Что касается именно нашего региона и, в частности, города, то рынок аудиоуслуг развит незначительно. Студии звукозаписи, работающие в настоящее время, как правило, предоставляют узкий набор услуг, который часто заканчивается на записи и монтаже рекламных аудиороликов. Все остальные услуги представлены очень слабо, либо не предоставляются вовсе, в силу различных причин, основные из которых – отсутствие необходимой аппаратуры, низкая квалификация персонала, незнание современного состояния рынка аудиоиндустрии.

Не стоит также забывать и о творческой стороне. Создание данной студии звукозаписи предполагает не только её коммерческое использование. Важную часть её работы будет составлять создание всевозможной музыкальной

продукции «с нуля», а также работу со многими музыкальными и творческими коллективами, продюсирование перспективных музыкантов и творческих групп. Все эти виды деятельности в совокупности способны дать проекту не только финансовую обоснованность, но и качественный толчок в развитии музыкальной индустрии города в целом.

Для воплощения проекта необходимо решить две основные задачи – наличие достаточного количества денежных средств и подбор персонала в лице людей, творчески мыслящих, имеющих огромное желание заниматься этим видом деятельности и грамотно разбирающихся в современном перечне оборудования, как аппаратного, так и программного. Планируется взять на работу четырех.

Исходя из данных маркетингового исследования (Анкета, Приложение) можно выявить потенциальных потребителей. Половине потенциальных потребителей интересна возможность пользования услугами студии звукозаписи. Большую часть потенциальных потребителей составляют студенты и рабочий класс. При выборе студии звукозаписи потребитель более ориентирован на менее известную студию, объясняя это более низкими ценами. Среди наиболее часто используемых услуг потребители выделяют запись песни и звукозапись. Наиболее предпочтительный разбег цен по услугам от 2500 до 4500 рублей.

Анкетирование было произведено с участием 30 потенциальных потребителей, среди них школьники, студенты, рабочий класс и пенсионеры. Среди опрошенных 30% не пользуются подобными услугами, 25% опрошенных пользуются услугами студий звукозаписи 2 – 3 раза в год и 1 раз в год, 15% пользуются услугами более 3 раз в год и 5% используют данные услуги раз в несколько лет.

Для определения стоимости услуг рассмотрим наиболее часто используемые услуги трех сильнейших конкурентов в городе Челябинске (таблица 4).

Таблица 4– Стоимость услуг сильнейших конкурентов в г. Челябинске

Предлагаемые услуги	Стоимость услуг		
	DirectMemory	U – SOUND	naKolenkeRecords
Сведение и мастеринг	2000	3000	1300
Сведение музыкального трека с голосом	1000	1000	800
Тексты к песням	3000	–	2000
Тексты к рекламам ,интро для радио – шоу и радио – программ	1000	–	800
Производство рекламы	–	1500	800
Звукозапись	400	1000	800
Запись вокала	400	1000	800
Создание минусовки	6000	6000	4000
Средний чек	1971	2250	1412

Таблица 5– Наименования предоставляемых услуг и расценка

Услуга	Стоимость
Запись песни	800
Написание теста	2500
Звукозапись	800
Создание электронной аранжировки	4000
Сведение и мастеринг	1700
Сведение музыкального трека с голосом	1000
Запись рекламы	1500
Подарочный сертификат	1000
Написание текста рекламы	800

Прогнозируемая выручка в год.

Предполагаемая выручка за день на первый год = 6267руб, следовательно выручка за 1 год составит 1 579 200руб, что является максимально предполагаемой выручкой, приносимой студией звукозаписи за 1 год.Для качественного предоставления выше упомянутых услуг, необходимо профессиональное оборудование, стоимость которого указана в таблице 6.

Таблица 6– Стоимость звукозаписывающего оборудования

Оснащение	Цена	Количество	Итого
Компьютер	40000	1	40000
Инструментальный микрофон	6000	1	6000
Микрофон	6000	3	18000
Звуковая карта	4200	1	4200
Цифровая консоль	76000	1	76000
Студийные наушники	4000	2	8000
Наушники	2000	2	4000
Синтезатор	3500	1	3500
Студийные мониторы	10000	3	30000
Кабель	400	3	1200
ПО	20000	1	20000
Гитара	3000	1	3000
Усилитель	5000	1	5000
Телефон	300	1	300
Куллер	2000	1	2000
Диван	7000	1	5000
Стол	2500	2	5000
Канц товары	1000	1	1000
Стул	1500	1	1500
Стул	1000	4	4000
Итого:		32	237700

Таблица 7– Заработная плата основного персонала студии звукозаписи

Персонал	З/п	ВБФ(30,2%)	НДФЛ	Итого
Звукорежиссер – директор	25000	8532	3250	33532
Звукорежиссер – менеджер	23000	7849	2990	30849
Звукорежиссер	20000	6825	2600	26825
Аранжировщик – композитор	20000	6825	2600	26825

Таблица 8– Первоначальные инвестиции

Ремонт помещения	250000
Аренда (1год)	144000
Оснащение	237700
Затраты на открытие ИП	3000
Зарплата 1 месяц	118031
Итого	752731

Диаграмма Ганта– это популярный тип столбчатых диаграмм, который используется для иллюстрации плана, графика работ по какому-либо проекту. Является одним из методов планирования проектов. Используется в приложениях по управлению проектами.

Таблица 9– Параметры расчета диаграмму Ганта

Этап	Начало	Продолжительность	Окончание
Поиск помещения	01.08.2016	30	30.08.2016
Ремонт помещения	31.08.2016	20	19.09.2016
Поиск сотрудников	31.08.2016	30	29.09.2016
Регистрация ИП	30.08.2016	14	08.09.2016
Покупка оборудования	30.09.2016	15	14.10.2016
Оснащение помещения	17.10.2016	5	21.10.2009

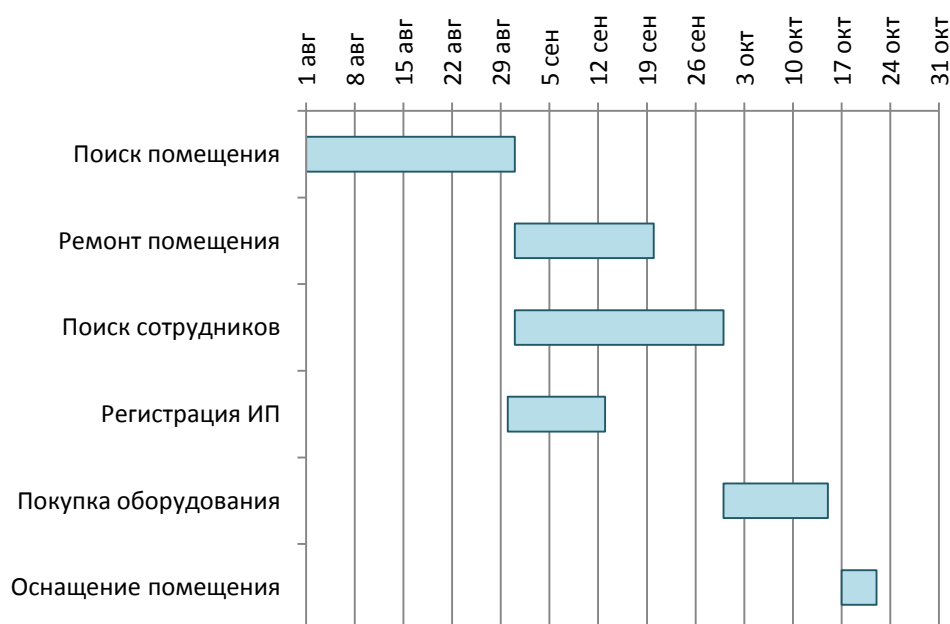


Рисунок 2.5– Диаграмма Ганта

Вывод:

В Челябинской области рынок аудио услуг развит незначительно. Большинство студий звукозаписи предоставляют достаточно узкий спектр услуг. Довольно сильными конкурентами являются три студии звукозаписи.

Для воплощения проекта необходимо достаточное количество денежных средств и качественный подбор персонала. Необходимое количество сотрудников – четыре человека.

По данным маркетингового исследования были выявлены потенциальные потребители.

Исходя из данных маркетингового исследования (Анкета, Приложение) можно выявить потенциальных потребителей. Половине потенциальных потребителей интересна возможность пользования услугами студии звукозаписи. Большую часть потенциальных потребителей составляют студенты и рабочий класс. При выборе студии звукозаписи потребитель более ориентирован на менее известную студию, объясняя это более низкими ценами. Среди наиболее часто используемых услуг потребители выделяют запись песни и звукозапись. Наиболее предпочтительный разбег цен по услугам от 2500 до 4500 рублей.

Анкетирование было произведено с участием 30 потенциальных потребителей, среди них школьники, студенты, рабочий класс и пенсионеры. Среди опрошенных 30% не пользуются подобными услугами, 25% опрошенных пользуются услугами студий звукозаписи 2 – 3 раза в год и 1 раз в год, 15% пользуются услугами более 3 раз в год и 5% используют данные услуги раз в несколько лет.

Так же в пункте 2,3 расписана стоимость услуг у трех потенциальных конкурентов и расценки открываемой студии звукозаписи.

В пункте представлены первоначальные расходы: стоимость оборудования, ремонта и заработная плата.

Предполагаемая выручка за день на первый год = 6 267руб, следовательно выручка за 1 год составит 1 579 200руб, что является максимально предполагаемой выручкой, приносимой студией звукозаписи за 1 год. Для качественного предоставления выше упомянутых услуг, необходимо профессиональное оборудование, стоимость которого указана в таблице 6.

3. АНАЛИЗ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ОТКРЫТИЯ СТУДИИ ЗВУКОЗАПИСИ В Г.ЧЕЛЯБИНСКЕ

3.1 Оценка эффективности инвестиционного проекта

Расчет ставки дисконтирования по формуле Фишера (1):

Таблица 10– Показатели рынка

Показатель		Значение, %		
		1	2	3
r_m	Ставка рефинансирования ЦБ РФ	8,25	8,25	8,25
j	Уровень инфляции	12	12	12
r	Премия за риск	10	10	10
E	Ставка дисконтирования	33	33	33

$$(1 + E) = (1 + 0,0825) * (1 + 0,12) * (1 + 0,10)$$

$$E = 1,33364 - 1 = 0,33$$

$E = 33\%$ – ставка дисконтирования.

Таблица 11– Денежные потоки

Период	0	1	2	3
Капитальные вложения	752731			
Постоянные затраты		91180	235180	235180
Себестоимость		1322340	1440371	1440371
Объем		1008	1008	1008
Стоимость		6267	6267	6267
Выручка		3024000	3024000	3024000
УСН 6%		181440	181440	181440
CF		1429040	1167009	1167009
CF дисконтированный		1074466	659737	496043
NV		3010328		
NPV		1477516		

CF – денежный поток за период (в рассматриваемом случае за год);

$$CF = \text{Выручка} - \text{Постоянные затраты} - \text{Себестоимость} - \text{УСН.}$$

$$NV = CF_1 + CF_2 + CF_3 - I = 3010328 \text{ руб.}$$

$$NPV = CF1_{\text{дисконт.}} + CF2_{\text{дисконт.}} + CF3_{\text{дисконт.}} - I = 1477516 \text{ руб.}$$

3.1.1 Расчет простых показателей оценки эффективности

1) Чистый доход (NV) – накопленный эффект (сальдо денежного потока) за расчетный период рассчитывается по формуле (2):

$$NV = 165680 + 844449 + 1348449 - 752731 = 1605848 \text{ руб.}$$

Вывод: так как чистый доход получился положительным, то проект можно считать эффективным.

2) Норма прибыли (ARR) – показывает среднюю величину прибыльности проекта.

$$ARR = ((CF1 + CF2 + CF3 + CF4) / n) / I * 100\%;$$

$$ARR = ((102108 + 724429 + 1198189) / 3) / 752731 * 100\% = 90 \%$$

Вывод: Норма прибыли больше ставки дисконтирования, следовательно проект эффективен.

3) Недисконтированный период окупаемости (PB) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока.

$$PB = I / Pr;$$

$$PB = 752731 / ((102108 + 724429 + 1198189) / 3) = 1,12 \text{ года.}$$

$$1,12 * 12 = 13,4 \approx 14 \text{ месяцев.}$$

Вывод: Через 14 месяцев будут покрыты начальные инвестиции данного проекта.

4) Индекс доходности (PI) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого денежного потока.

$$PI = (102108 + 724429 + 1198189) / 752731 = 2,7.$$

Вывод: так как индекс доходности больше 1, то можно сделать вывод, что проект является доходным.

3.2. Расчет дисконтированных показателей оценки эффективности.

1) Чистый дисконтированный доход (NPV) – текущая стоимость будущих доходов (разности поступлений и затрат) за минусом затрат текущего периода.

$$NPV = (102108 + 724429 + 1198189) - 752731 = 1271996 \text{ руб.}$$

Вывод: так как данный показатель принимает значение выше нуля, то это значит, что проект следует принять предприятие имеет положительные денежные потоки покрывающие с течением времени капитальные вложения и текущие затраты.

2) Дисконтированный индекс доходности (DPI) – характеризует эффективность (рентабельность) инвестиции, в относительных значениях.

$$DPI = 1 + (1271996 / 752731) = 2,7.$$

Вывод: данный показатель больше 1, следовательно, проект приемлем, эффективен и сможет приносить нормальную прибыль. Нормальная прибыль – прибыль способная удержать талант предпринимателя в данном направлении.

3) Дисконтированный период окупаемости (DPB) – время, требуемое для покрытия начальных инвестиций за счет чистого дисконтированного денежного потока.

$$DPB = 752731 / ((102108 + 724429 + 1198189) / 3) = 2,3.$$

$$2,3 * 12 = 27,2 \approx 28 \text{ месяцев.}$$

Вывод: примерно через 2 год и 3 месяца будут покрыты начальные инвестиции проекта.

4) Дисконтированная норма прибыли (IRR) – ставка дисконтирования, при которой проект безубыточен, при которой $NPV = 0$.

Таблица 12– Анализ NPV при различных савках дисконтирования

Ставка, %	NPV
0%	1 271 996р.
10%	762 740р.
20%	440 693р.
30%	230 651р.
40%	90 335р.
50%	–5 114р.
60%	–70 879р.
70%	–116 540р.
80%	–148 313р.
90%	–170 331р.
100%	–185 398р.

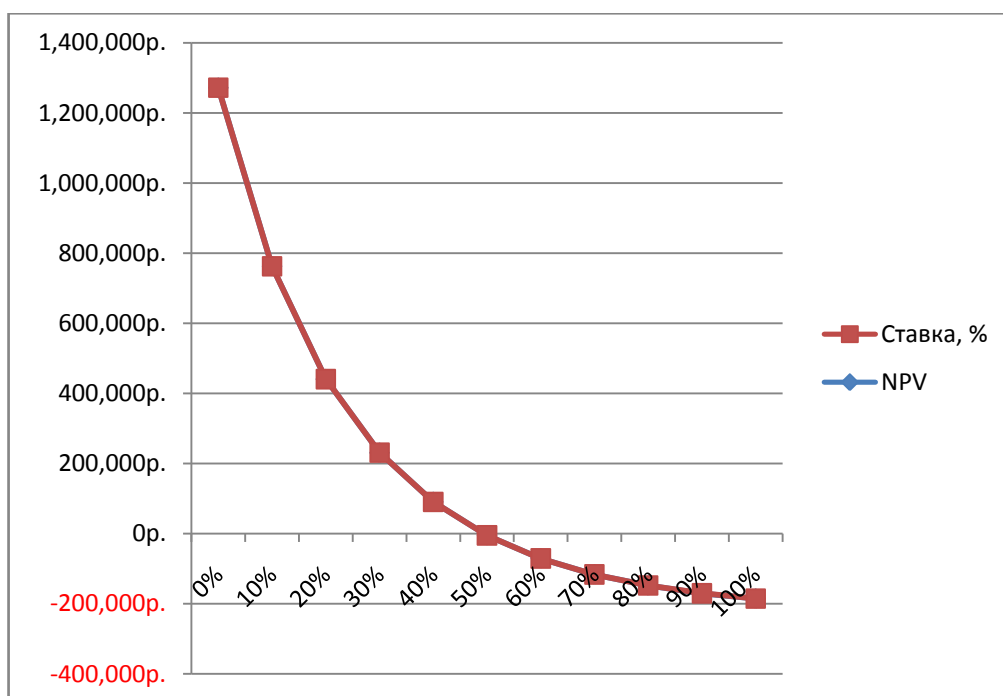


Рисунок 3.1– График ставкиIRR

Ставка IRR равна 50%. Это означает, что при ставке 50% проект становится безубыточным. Ставка IRR больше ставки дисконтирования, то проект можно считать эффективным и приемлемым.

3.3 Анализ безубыточности проекта.

Анализ безубыточности служит одним из самых важных элементов информации, используемой при оценке эффективности проектов. Инвестору (инициатору) проекта необходимо знать, при каком объеме производства он становится безубыточным, т.е. следует установить такую критическую точку, ниже которой предприятие теряет доходы, а выше – получает их.

Для расчета точки безубыточности используют показатели переменных, постоянных и общих издержек.

Точка безубыточности (порог рентабельности) – такое значение выручки от реализации, при котором предприятие не имеет убытков, но и не получает прибыли, т. е. это результат от реализации товаров после возмещения переменных издержек.

$$Q_6 = \frac{FC}{P - AVC}, \quad (10)$$

Где FC – постоянные издержки проекта, руб;

P – цена единицы продукции или услуги, руб;

AVC – переменные издержки на единицу продукции или услуги, руб.

При $FC = 235180$ руб; $P = 6267$ руб; $AVC = 4202$ руб определим точку безубыточности по вышеизложенной формуле (10)

$$Q_6 = 235180 / (6267 - 4202) = 114$$

В стоимостном выражении получаем: $114 * 6267 = 714438$ руб.

Таким образом, при предоставлении 114 услуг предприятие покрывает свои затраты.

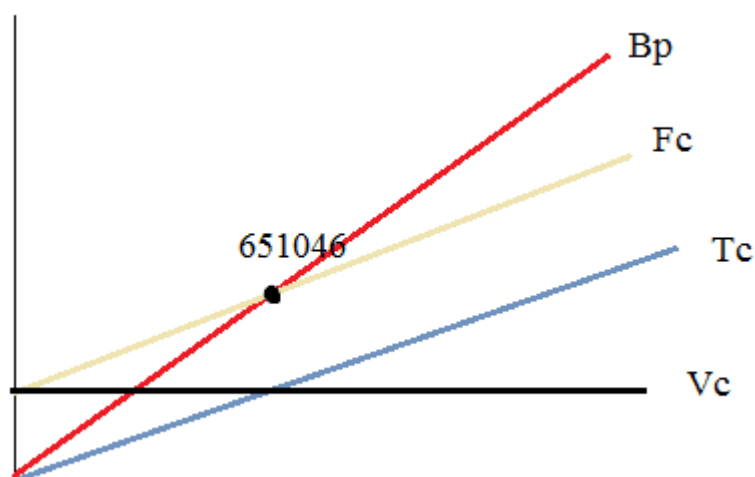


Рисунок 3.2– График безубыточности инвестиционного проекта

Вывод: как только объем продаж достигает точки безубыточности, предприятие покрывает свои расходы и начинает нести прибыль. Пересечение двух прямых показывают точку безубыточности бизнеса (минимальную ежемесячную выручку, зарабатывая меньше которой, предприятие несет убытки).

3.3.1 Анализ чувствительности инвестиционного проекта к неопределенностям внешней среды

Анализ чувствительности инвестиционного проекта проводится для того, чтобы учесть и спрогнозировать влияния изменений различных первоначальных параметров: инвестиционных затрат, притока денежных средств, уровня реинвестиций (средств, полученных в виде доходов по инвестициям и вновь направленных на инвестирование тех же объектов. По сути, этот анализ определяет устойчивость проекта к возможным изменениям как экономической ситуации в целом (изменение темпов инфляции, увеличение сроков задержки платежей и др.), так и внутренних показателей проекта (изменение цены продукции или объемов сбыта). Целями проведения этого анализа является оценка степени влияния изменения каждого (или нескольких сразу) из входных параметров, чтобы предусмотреть наихудшее развитие ситуации в проекте.

Будем проводить факторный анализ в несколько этапов:

Этап 1. Выбираем ключевой показатель эффективности инвестиций, на нашем предприятии им выступит $NPV = 1271996$

Этап 2. Выбираем факторы, в которых не можем быть уверенны: P (цена), Q (количество продаж) и AVC (средние переменные издержки).

Этап 3. Установим нижние и верхние значения этих факторов.

Этап 4. Рассчитаем ключевой показатель NPV при изменении каждого из выбранных факторов.

Этап 5. Построим график чувствительности для всех неопределенных факторов.

Для того чтобы осуществить данные действия построим таблицу и будем уменьшать /увеличивать показатели, наблюдая как изменится NPV . Изменения показателя можно проследить в таблицах с 13 по 16.

Таблица 13– Изменение уровня цен

Изменение фактора	Фактор (p), руб.		NPV, руб.		% изменения NPV
	до изменения	после	до	после	
–20%	6267	5013	1271996	112423	–90
–10%	6267	5640	1271996	432972	–66
10%	6267	6893	1271996	2132423	68
20%	6267	7520	1271996	3532972	178

Таким образом, при сокращении цены на 20 %, NPV меняется с 1271 996 до 132423. А при увеличении цены на 20 %, NPV меняется с 1271996 до 3532972 руб.

Теперь проанализируем изменение NPV при изменении количества услуг.

Таблица 14– Изменения FC

Изменение фактора	Фактор (FC), руб.	NPV, руб.			% изменения NPV
		до изменения	после	до	после
–20%	235180	188144	1271996	550467	–57
–10%	235180	211662	1271996	759492	–40
10%	235180	258698	1271996	1497543	18
20%	235180	282216	1271996	1636569	29

Таким образом, при сокращении объема на 20 % NPV сократилось с 1271996 до 550467 руб. А при увеличении объема на 20 % NPV увеличилось с 1271996 до 1636569 руб.

Таблица 15– анализ изменения NPV при изменении AVC.

Изменение фактора	Фактор (AVC), руб.	NPV, руб.			% изменения NPV
		до изменения	после	до	после
–20%	4202	3361	1271996	3522158	177
–10%	4202	3782	1271996	2221426	75
10%	4202	4622	1271996	919962	–28
20%	4202	5042	1271996	619230	–51

Таким образом, при сокращении AVC на 20 %, NPV изменилось с 1271996 до 3522158 руб. а при увеличении AVC на 20 %, NPV изменилось с 1271996 до 619230 руб.

Таблица 16– Сводная таблица

Факторы	–20%	–10%	0%	10%	20%
NPV (P)	112423	432972	1271996	2132423	3532972
NPV (FC)	550467	759492	1271996	1497543	1636569
NPV (AVC)	3522158	2221426	1271996	919962	619230

Построим график с учетом изменения факторов.

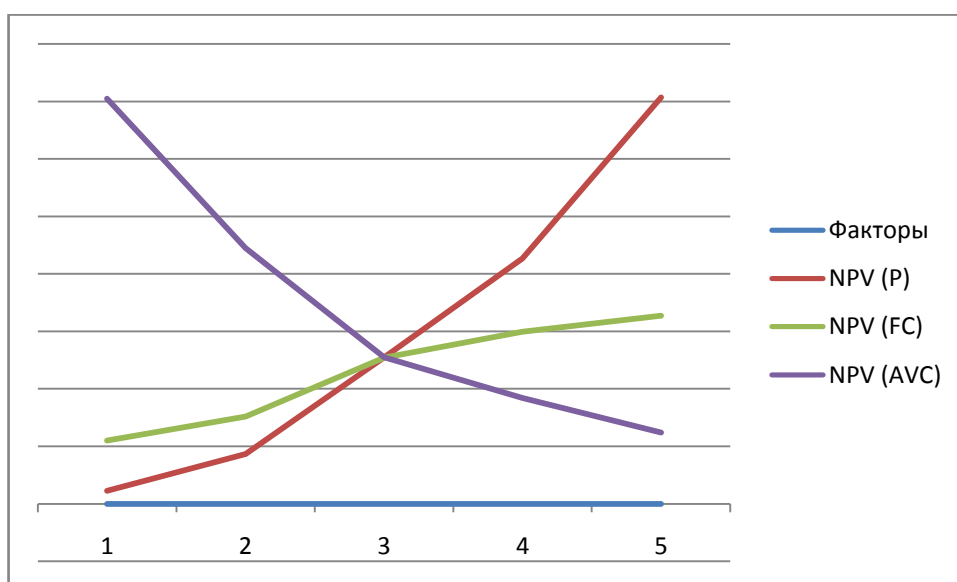


Рисунок 3.3– График учета изменения факторов

Вывод: данный проект чувствителен к изменениям факторов, таких как падение/повышение спроса, цены, издержек. Чтобы избежать этого, необходимо проводить различные методы по укреплению позиций на рынке, т.е. проводить, например, маркетинговые исследования (устанавливать более высокую рекламу, чтобы спрос не падал). Также следить за уровнем цен у конкурентов и за затратами на себестоимость услуги (если они растут, то повышать цены).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе был проведен анализ инвестиционной привлекательности проекта открытия студии звукозаписи в городе Челябинске. Для проведения этого анализа были выполнены следующие задачи:

- 1) Произведено обоснование привлекательности проекта на основе анализа зарубежного и отечественного рынков.
- 2) Произведена оценка экономической стороны проекта, благодаря использованию простых и дисконтированных методов.
- 3) Произведена оценка запаса прочности проекта к изменению основных факторов(цена услуг, объем услуг, величина постоянных издержек).

Стоит отметить, что все рассчитанные в работе показатели отражали целесообразность и эффективность данного проекта. Рассмотренный проект окупается через 14 месяцев. Анализ чувствительности проекта говорит о том, что данный проект имеет высокие показатели эффективности, но при этом чувствителен к изменениям спроса и цены на услуги на рынке. Это означает, что во избежание потери высоких показателей эффективности предприятию необходимо сформировать постоянную клиентскую базу, а также расширять ее, а также нужно следить за качеством предоставляемых услуг. Обязательно необходимо проводить маркетинговые исследования, т.е. устанавливать достаточно высокую рекламу для поддержания развития услуг.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1) Абдуллин, Э.Б. Теория музыкального образования: Учебник для студ. высш. пед. учеб.заведений [Электронный ресурс] : учебник / Э.Б. Абдуллин, Е.В. Николаева. — Электрон.дан. — М. : Прометей (Московский Государственный Педагогический Университет), 2013. — 432 с. ;
- 2) Артемий Троицкий. Я введу вас в мир поп. — Москва: Время, 2009. — 576 с. — ISBN 978-5-9691-0454-9.;
- 3) Бадочкина Е. А., Швецова И. Н. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности // Бадочкина Е. А., Швецова И. Н. Управленческий учет. 2011. № 9. С. 65–75.;
- 4) Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : Альпина Паблишер, 2009. — 268 с.;
- 5) Бизнес – карта России, http://mxkr.ru/ru/studii_zvukozapisi, дата обращения 6.06.16.;
- 6) Брусов, П.Н. Современные корпоративные финансы и инвестиции [Электронный ресурс] : / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова, Н.П. Орехова. — Электрон.дан. — М. :КноРус, 2014. — 517 с.;
- 7) Брусов, П.Н. Финансовый менеджмент. Долгосрочная финансовая политика. Инвестиции (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебное пособие / П.Н. Брусов, Т.В. Филатова. — Электрон.дан. — М. :КноРус, 2014. — 301 с. ;
- 8) Всемирная индустрия развлечений <http://gtmarket.ru/news/2015/06/03/7189>; дата обращения 15.10.16.;
- 9) Грибов, А.П. Человек и организация в современной экономике [Электронный ресурс] : монография. — Электрон.дан. — М. : Креативная экономика, 2011. — 160 с. ;

- 10) Делен, С.А. Мировая экономика. Конспект лекций [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : А-Приор, 2011. — 143 с.;
- 11) Доходы музыкальной индустрии, дата обращения 10.05.16.
<http://www.statista.com/statistics/272306/worldwide-revenues-of-the-music-industry-by-category/>;
- 12) Дробышева, Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон.дан. — М. : Дашков и К, 2009. — 151 с.;
- 13) Евгений Сафронов. Музыка будущего // Российский музыкальный ежегодник'09. — Москва: Intermedia, 2009. — С. 46—55.;
- 14) Егорова, Е.А. Механизм привлечения инвестиций в развитие инновационной инфраструктуры [Электронный ресурс] : монография / Е.А. Егорова, В.В. Зезюлин, А.В. Некрасов. — Электрон.дан. — М. : Палеотип, 2006. — 124 с. ;
- 15) Инвестиции [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон.дан. — М. : Проспект, 2015. — 584 с.;
- 16) Инвестиции в вопросах и ответах [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон.дан. — М. : Проспект, 2015. — 376 с.;
- 17) Инвестиции и инвестиционный анализ: учебник ISBN: 5–222–17143–4 978–5–222–17143–1 Автор: Корчагин Ю.А.. Издательство: Феникс
- 18) Инвестиции: Учебник для бакалавров, Николаева И.П. 256с.
- 19) Инвестиционный анализ –Колмыкова Т.С. – Учебное пособие. 2009Автор: Колмыкова Т.С. с.204.
- 20) Инвестиционный анализ.
- 21) Инвестиционный анализ. Учебник. Автор Светлана Блау.2014.с.256.
- 22) Инвестиционный анализ. Учебное пособиеАвторы: Киселёва О.В., Макеева Ф.С.С. 207.
- 23) Инвестиционный анализ: Учебник для бакалавров. Дашков и К. 256 с.

24) История звукозаписи

http://cjcity.fdstar.ru/2008/10/17/pro_istoriyu_zvukozapisi.html дата обращения 9.05.16.;

25) Как продается музыка в России, дата обращения 10.05.12

<http://www.advertology.ru/print130799.htm>;

26) Корда, Н.И. Иностранные инвестиции (для бакалавров) [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.И. Корда, Л.В. Брянцева, А.Э. Ахмедов. — Электрон.дан. — М. :КноРус, 2015. — 120 с.;

27) Крылов Э. И., Власова В. М., Егорова М. Г., Журавкова И. В. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям: «Финансы и кредит», «Бух.учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение». — М.: Финансы и статистика, 2009. — 191с.;

28) Кузнецова, А.И. Инвестиции в создание и развитие инфраструктуры [Электронный ресурс] : монография. — Электрон.дан. — М. : Палеотип, 2007. — 265 с.;

29) Лагоша, Б.А. Оптимальное управление в экономике [Электронный ресурс] : учебное пособие / Б.А. Лагоша, Т.Г. Апалькова. — Электрон.дан. — М. : Финансы и статистика, 2008. — 221 с.;

30) Лейблы звукозаписи России, <https://ru.wikipedia.org/wiki/>, дата обращения 20.06.16.;

31) Матраева, Л.В. Прямые иностранные инвестиции в современной мировой экономике: Монография [Электронный ресурс] : монография / Л.В. Матраева, С.Г. Ерохин. — Электрон.дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 197 с. ;

32) Маховикова, Г.А. Коммерческая оценка инвестиций [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.А. Маховикова, Т.Г. Касьяненко, С.К. Мирзажанов. — Электрон.дан. — М. :КноРус, 2014. — 696 с.;

- 33) Медведев, Е.В. Виртуальная студия на РС: аранжировка и обработка звука [Электронный ресурс] : / Е.В. Медведев, В.А. Трусова. — Электрон.дан. — М. : ДМК Пресс, 2009. — 424 с.;
- 34) Мельников, Р.М. Экономическая оценка инвестиций [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон.дан. — М. : Проспект, 2014. — 262 с.;
- 35) Меркулов, Я.С. Инвестиции: учебное пособие /Я.С. Меркулов.— М.: ИНФРА-М, 2010.;
- 36) Музыкальная индустрия, дата обращения 10.05.16.
<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D0;>
- 37) Музыкальное оборудование. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:
<http://www.dj-store.ru/>дата обращения 10.05.16.;
- 38) Музыкальный бизнес, дата обращения 12.05.16.
http://hazzen.com/publications/articles/muzykalnyj_biznes_sozdanie_studii_zvu_kozapisi;
- 39) Музыкальный рынок[http://rusability.ru/news/rossiyskiy-muzyikalnyi-ryinok-v-otchyote-ifpi/;](http://rusability.ru/news/rossiyskiy-muzyikalnyi-ryinok-v-otchyote-ifpi/)
- 40) Мухина, И.А. Инвестиции [Электронный ресурс] : учебное пособие / И.А. Мухина, Е.В. Марковина. — Электрон.дан. — М. : ФЛИНТА, 2011. — 120 с.;
- 41) Нечаев, В.И. Экономика предприятий АПК + CD [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.И. Нечаев, П.Ф. Парамонов, И.Е. Халявка. — Электрон.дан. — СПб. : Лань, 2010. — 462 с.;
- 42) Нешитой, А.С. Инвестиции [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон.дан. — М. : Дашков и К, 2014. — 352 с.;
- 43) Николаева, И.П. Инвестиции: Учебник для бакалавров [Электронный ресурс] : учебник. — Электрон.дан. — М. : Дашков и К, 2013. — 254 с.;
- 44) Орлова, Е.Р. Инвестиции. Учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон.дан. — М. : Омега-Л, 2012. — 240 с.;

- 45) Полянская, О.А. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.А. Полянская, З.А. Дикая. — Электрон.дан. — СПб. : СПбГЛТУ (Санкт-Петербургский государственный лесотехнический университет), 2012. — 44 с.;
- 46) Радзишевский А.Ю. Основы аналогового и цифрового звука. — М.: Вильямс, 2006. — С. 288.;
- 47) Роп рейтинг студий звукозаписи,
<http://showbiza.com/ru/rating/recordingstudio>, дата обращения 25.06.16.;
- 48) Российская индустрия звукозаписи. Год 2012. — Москва: 2М. Lenta.ru. Rambler Media Group, 2012. — 6 с.;
- 49) Российский музыкальный бизнес <http://rusability.ru/news/rossiyskiy-muzyikalnyi-ryinok-v-otchyote-ifpi/> дата обращения 9.05.16.;
- 50) Россия на мировом музыкальном рынке, дата обращения 10.05.16
<http://www.advertology.ru/print130799.htm>;
- 51) Самые знаменитые звукозаписывающие студии,
<http://resonantarts.livejournal.com/18751.html>, дата обращения 9.06.16.;
- 52) Синергетика инвестиций. Сухарев О.С., Шманёв С.В., Курьянов А.М., год 2011, с.368.;
- 53) Соколова, Е.А. Экономическая оценка инвестиций. Оценка эффективности инвестиционных проектов (модуль 2) [Электронный ресурс] : учебное пособие. — Электрон.дан. — Пенза :ПензГТУ (Пензенский государственный технологический университет), 2012. — 44 с.;
- 54) Студии звукозаписи,<http://www.record-studio.ru/O-studii-zvukozapisi-podrobno.html>, дата обращения 18.06.16.;
- 55) Студии
звукозаписи,http://www.orgpage.ru/rossiya/studii_zvukozapisi/, дата обращения 6.06.16.;

- 56) Трофимов, Г.А. Инвестиции (инвестирование) [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / Г.А. Трофимов, О.В. Бургонов. — Электрон.дан. — СПб. : ИЭО САУ (Институт электронного обучения Санкт-Петербургского академического университета), 2011. — 348 с.;
- 57) Услуги студии звукозаписи,http://artist.ru/Studii_zvukozapisi/, дата обращения 6.06.16.;
- 58) Учебник "Оценка эффективности инвестиционных проектов"; Савчук Владимир Павлович. 2001.
- 59) Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Налоги и налогообложение», по специальностям экономики и управления (080100) – Москва: ЮНИТИ–ДАНА, 2012.– 159 с.
- 60) Финансовый и инвестиционный анализ инноваций, Авторы: Яшин Сергей Николаевич С. 237.
- 61) Финансовый менеджмент. Финансовое планирование. Авторы Петр Брусов, Татьяна Филатова. Учебное пособие. 2014. С. 232.
- 62) Формирование инвестиционного портфеля: Управление финансовыми рисками, Гибсон Р, с 276.;
- 63) Храбовченко В.В. Экологический туризм. Учебно–методическое пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 208 стр.;
- 64) Челябинск, <http://www.investinregions.ru/regions/chelyabinsk/>, дата обращения 20.06.16.;
- 65) Челябинская область, дата обращения 6.06.16.
<http://www.investinregions.ru/regions/chelyabinsk/>;
- 66) Чеппел Д. Создаем свою компьютерную студию звукозаписи [Электронный ресурс] : . — Электрон. дан. — М. : ДМК Пресс, 2007. — 255 с.;
- 67) Чернов В.А. «Инвестиционный анализ: учебное пособие» – М.: Юнити, 2009.;

68) Черноусенко, А.И. Инвестиции [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.И. Черноусенко, В.И. Зозуля, Н.А. Хрусталёва. — Электрон.дан. — М. :КноРус, 2014. — 365 с. ;

69) Э.И. Крылов, В.М. Власова; Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия;2014. с. 192.;

70) Электронный ресурс,

<https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D0%B2%D1%83%D0%BA%D0%BE%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D1%8C>; дата

обращения 6.06.2016.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Анкета

1) Укажите ваш пол:

• Мужской

• Женский



Рисунок 1.

2) Укажите Вашу сферу деятельности

• Школьник

• Студент

• Рабочий

• Пенсионер

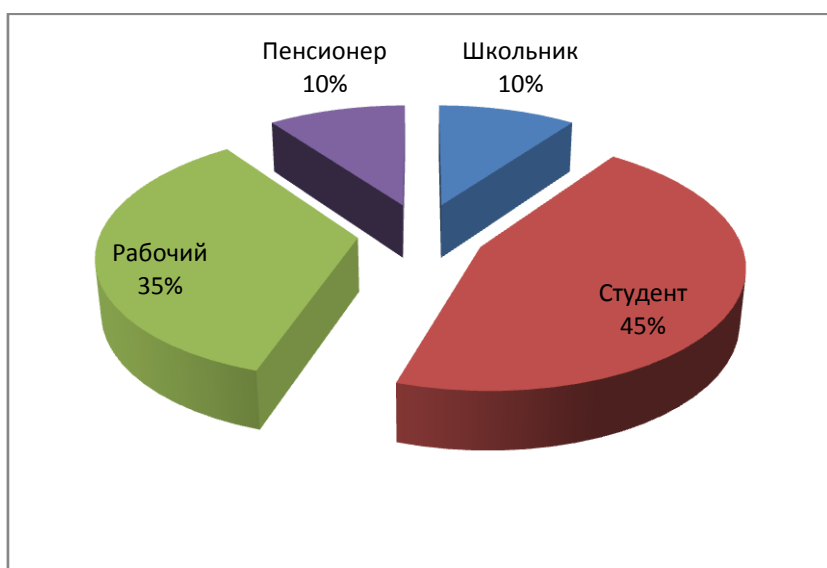


Рисунок 2.

3) Знакомы ли Вы с понятием, как студия звукозаписи?

- Да
- Нет

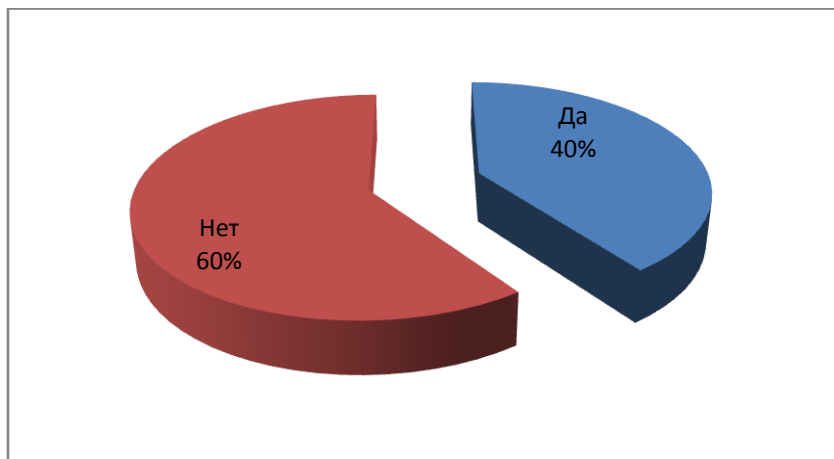


Рисунок 3.

4) Интересуют ли Вас такого рода услуги?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

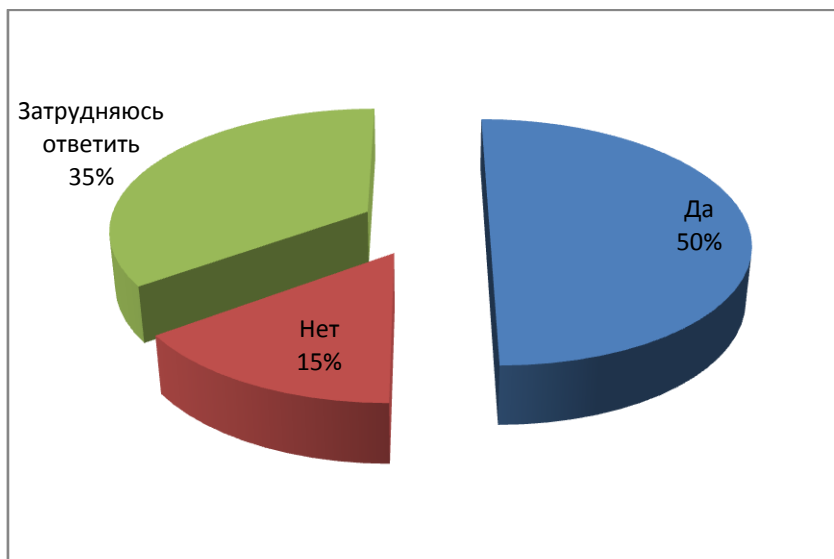


Рисунок 4.

5) Хотели бы Вы воспользоваться услугами студии звукозаписи?

- Да
- Нет

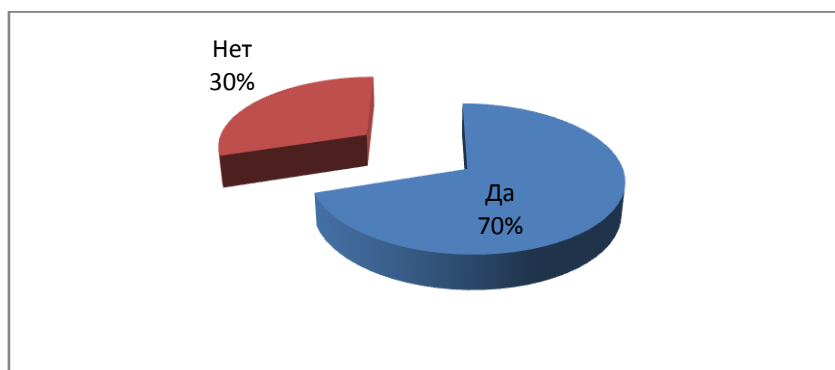


Рисунок 5.

6) Какие студии звукозаписи Вам наиболее знакомы?

- U-Sount
- PanMusicMedia
- LineRecords
- LDRecords
- Точка пересечения

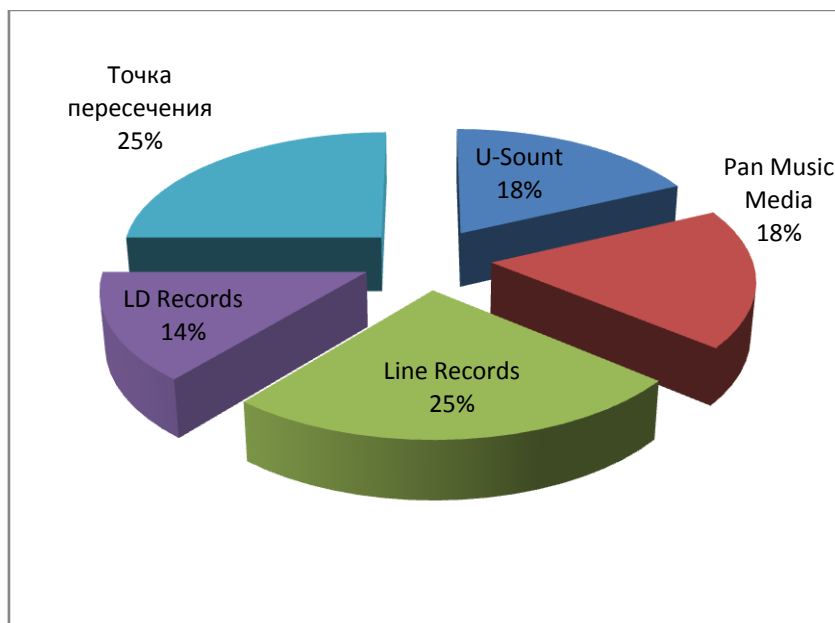


Рисунок 6.

7) Выбирая студию звукозаписи, Вы скорее предпочтете более или менее известную?

• Более известную

• Менее известную

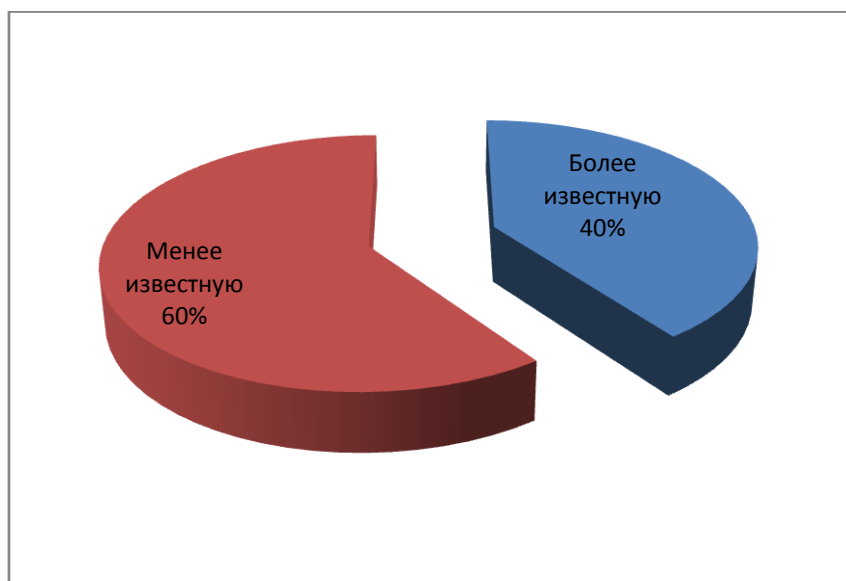


Рисунок 7.

8) Какая из услуг для Вас более предпочтительна?

• Написание текста

• Создание минуса

• Сведение и мастеринг

• Звукозапись

• Запись песни

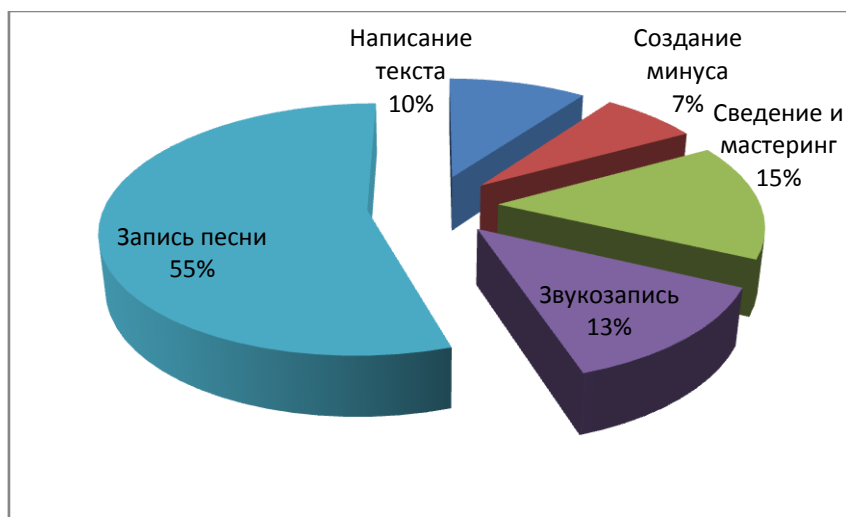


Рисунок 8.

9) Какая стоимость услуг для Вас более предпочтительна?

- 500–2500
- 2500–4500
- 4500–6000
- Более 6000

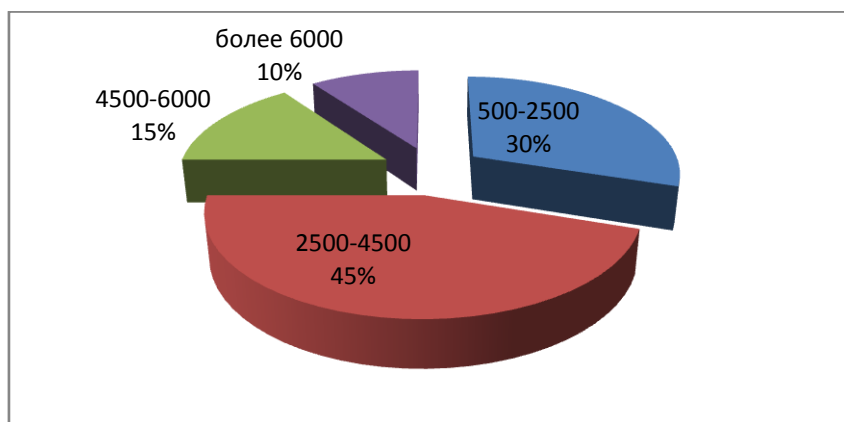


Рисунок 9.

10) Как часто Вы пользуетесь услугами студии звукозаписи?

- 1 раз в несколько лет
- 1 раз в год
- 2–3 раза в год
- Более 2–3 раз в год
- не пользуюсь

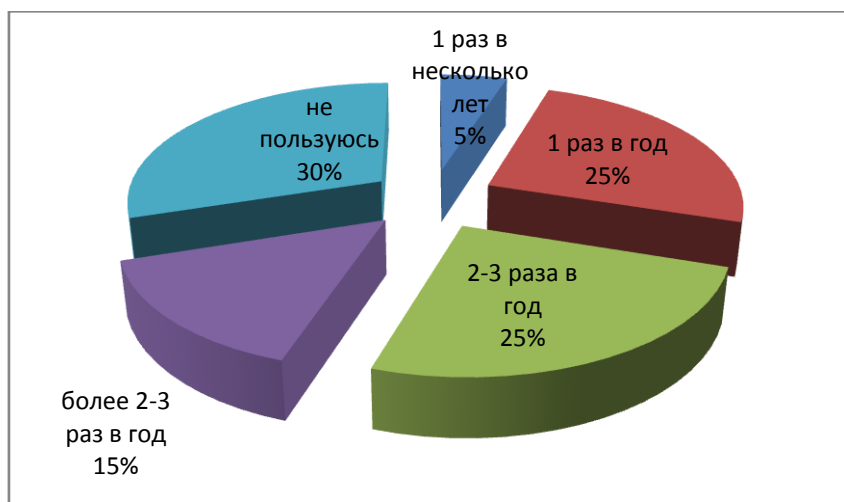


Рисунок 10.