

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно – Уральский государственный университет
(Национальный исследовательский университет)»
Институт открытого и дистанционного образования
Кафедра «Современные образовательные технологии»

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Заведующий кафедрой

/А.В. Прохоров/

13 июня 2019 г.

Оценка экономической эффективности мероприятий по повышению

качества обслуживания клиентов фирмы (на примере ООО «РА «Стяг»)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
ЮУрГУ – 38.03.01.2019.535.ВКР

Консультанты, (должность)

Руководитель работы
к.э.н., доцент кафедры

/Т.В.Прокопьева/

07 июня 2019 г.

Консультанты, (должность)

Автор работы
обучающийся группы ДО- 414

/А.Д.Наумова/

06 июня 2019 г.

Консультанты, (должность)

Нормоконтролер

/Н.В.Назарова/

07 июня 2019 г.

Челябинск 2019

АННОТАЦИЯ

Наумова А.Д. Оценка экономической эффективности мероприятий по повышению качества обслуживания клиентов фирмы (на примере ООО «РА «Стяг». – Челябинск: ЮУрГУ, ДО - 414, 76 с., 13 ил., 25 таб., библиогр. список – 19 наим., 3 прил., 12 л. слайдов

Выпускная квалификационная работа выполнена с целью оценки экономической эффективности мероприятий по повышению качества обслуживания клиентов фирмы ООО «РА «Стяг».

В выпускной квалификационной работе изучены история создания и развития организации, определены цели и виды ее деятельности, проанализирована организационная структура предприятия, выявлены сильные и слабые стороны ООО «РА «Стяг», а также возможные угрозы и дополнительный потенциал предприятия, а также изучены отраслевые особенности функционирования организации.

В работе произведен анализ финансово – хозяйственной деятельности ООО «РА «Стяг», анализ финансовой устойчивости, анализ ликвидности и платежеспособности, а также проведен анализ деловой активности и рентабельности предприятия.

Разработано мероприятие по повышению качества обслуживания клиентов ООО «РА «Стяг» и оценена экономическая целесообразность проведения данного мероприятия в рамках производственного процесса на предприятии.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	8
1 ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «РА «СТЯГ» И ОТРАСЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	9
1.1 История создания и развития ООО «РА «Стяг»	9
1.2 Цель и виды деятельности ООО «РА «Стяг»	11
1.3 Организационная структура ООО РА «СТЯГ»	14
1.4 Организационно-правовой статус ООО РА «СТЯГ»	17
1.5 Отраслевые особенности функционирования организации	18
1.6 SWOT–анализ	20
2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	23
2.1 Анализ основных показателей деятельности	23
2.2 Анализ финансового состояния предприятия	24
2.2.1 Анализ состава и структуры баланса	24
2.2.2 Анализ финансовой устойчивости	28
2.2.3 Анализ ликвидности и платежеспособности	33
2.2.4 Оценка деловой активности	38
2.2.5 Анализ рентабельности	43
2.3 Анализ затрат предприятия на производство продукции	47
3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ФИРМЫ	49
3.1 Методические основы оценка эффективности инвестиционного проекта	49
3.2 Сущность предлагаемого мероприятия	52
3.3 Оценка эффективности предлагаемого мероприятия	58
3.4 Анализ чувствительности проекта к риску	66
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	71

ПРИЛОЖЕНИЯ	73
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Бухгалтерский баланс ООО «РА «Стяг».....	73
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Динамика состава и структуры имущества ООО РА «Стяг»...	75
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Отчет о финансовых результатах ООО «РА «Стяг».....	76

ВВЕДЕНИЕ

ООО «РА «Стяг» – одно из ведущих рекламных агентств г. Нижневартовска. РА «Стяг» занимается созданием продуктов рекламы, обеспечением спортивным инвентарем и наградной атрибутикой различных организаций, организацией спортивных мероприятий и презентаций.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы состоит в том, что для поддержания лидирующих позиций на рынке рекламных услуг, увеличения спектра предлагаемых рекламных продуктов, увеличения своей клиентской базы, что позволит повысить реальный доход, рекламным агентствам необходимо постоянное технологическое усовершенствование процесса производства продукта рекламы путем внедрения инновационного оборудования.

Объектом исследования является ООО «РА «Стяг». Концептуальной основой исследования является инновационное оборудование 3D печати, внедряемое в процесс производства рекламного продукта в ООО «РА «Стяг».

Целью данной работы является изучение характеристики ООО «РА «Стяг», а также обоснование целесообразности внедрения в данную фирму инновационного оборудования, путем выполнения расчетно-аналитической оценки инвестиционного проекта.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- Ознакомиться с историей создания организации, рассмотреть цели и виды деятельности предприятия;
- Проанализировать организационную структуру ООО «РА «Стяг» и рассмотреть организационно-правовой статус организации;
- Изучить отраслевые особенности функционирования предприятия и провести SWOT-анализ;
- Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности РА «Стяг» и проанализировать его затраты, а также определить целесообразность внедрения предложенного инвестиционного проекта.

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ООО «РА «СТЯГ» И ОТРАСЛЕВЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

1.1 История создания и развития ООО «РА «Стяг»

Главной предпосылкой рационализации рекламной деятельности во всем ее масштабе является методическая и плановая подготовка рекламных сообщений и правильное их использование на всех этапах рекламного процесса. Повышению эффективности рекламной деятельности способствует создание рекламных агентств, которые проводят ее на высоком профессиональном уровне, более рационально используют финансовые средства и обеспечивают высокое качество рекламы. [15]

Рекламное агентство «Стяг» было учреждено в сентябре 2008г. РА создавалось с целью обеспечения спортивным инвентарем и наградной атрибутикой различных организаций. А также с целью ведения рекламной деятельности, организации спортивных мероприятий.

В 2009 году ООО «РА «Стяг» произвело закупку оборудования для офсетной и широкоформатной печати и, тем самым, расширило спектр предоставляемых услуг.

В 2010 году РА «Стяг» выполнило закупку оборудования для флексовой печати.

В 2012 году РА «Стяг» расширило клиентскую базу и уже начало сотрудничество с ведущими компаниями г. Нижневартовск.

В 2014 году РА «Стяг» расширило офисное пространство для перспективы закупки нового оборудования.

В 2015 году РА «Стяг» уже занимало лидирующие позиции в г. Нижневартовск среди рекламных агентств с аналогичным спектром рекламных услуг.

В настоящее время РА «Стяг» продолжает стремительно развиваться, расширять клиентскую базу и поддерживать сотрудничество с имеющимися

клиентами. Также рекламное агентство настроено на увеличение производственных мощностей путем закупки оборудования для 3D печати.

РА «Стяг» входит в группу рекламных агентств с полным циклом услуг, осуществляющее исследования, планирование, творческую деятельность, производство рекламных средств, а также услуги нерекламного характера: разработка упаковки, организация выставок-продаж, презентаций, спортивных мероприятий и т. п.

Развитие рекламных агентств обусловлено следующими причинами:

Во-первых, рекламные агентства систематически сталкиваются с разнообразными маркетинговыми ситуациями, что способствует более глубокому пониманию интересов потребителей, приобретению навыков и повышению своей компетенции. Это позволяет создавать качественные рекламные средства и обеспечивать эффективность их применения.

Во-вторых, рекламные агентства как независимые организации, исключают отрицательное воздействие на рекламу таких объективных факторов, как излишняя зависимость рекламы от вкусов отдельных руководителей, неверные установки относительно ожидаемой ответной реакции потребителей и др.

В-третьих, рекламные агентства имеют устойчивые связи со средствами массовой информации, стабильно и своевременно закупают у них время и место для размещения рекламы. Сотрудничество с рекламными агентствами позволяет рекламодателю оперативно решать свои проблемы, помогает ему сэкономить средства и время.

В-четвертых, пользование услугами рекламных агентств обеспечивает системный подход к рекламе, что способствует росту ее эффективности. [15]

1.2 Цель и виды деятельности ООО «РА «Стяг»

Целью РА «Стяг» является рекламная деятельность, создание продуктов рекламы, обеспечение спортивным инвентарем и наградной атрибутикой различных организаций, организация спортивных мероприятий.

Рекламное агентство «Стяг» как участник рекламного процесса выполняет следующие основные функции:

- осуществляет взаимоотношения со средствами массовой информации, размещая в них заказы и контролируя их выполнение;

- создает рекламную продукцию на основе полученных от рекламодателей заказов, разрабатывает планы комплексных рекламных кампаний, других рекламных мероприятий, используя потенциал как творческих, так и технических специалистов;

- ведет расчеты с рекламодателями и средствами массовой информации;

- сотрудничает с типографиями, студиями, рекламными комбинатами, внештатными специалистами.

Область деятельности РА «Стяг» включает в себя:

- 1) Широкоформатная печать
- 2) Создание, монтаж/демонтаж наружной рекламы любой конфигурации и сложности;
- 3) Профессиональные маркетинговые исследования;
- 4) Оформление транспортной рекламы (наружной и внутренней);
- 5) Офсетная печать;
- 6) Любой вид полиграфии;
- 7) Изготовление сувенирной продукции;
- 8) Организация спортивных мероприятий;
- 9) Дизайнерские услуги;
- 10) Организация презентаций;

Основные направления в деятельности РА «Стяг»:

1) Дизайн

Дизайнеры воплощают все идеи, а если таковых не окажется, не беда, можно довериться им. Большие предметные знания и практический опыт специалистов позволяют им создавать лучшие дизайн-проекты в своей области.

2) Широкоформатная печать

Широкоформатная печать – это возможность изготавливать изображения практически любого размера. Это могут быть как плакаты метр на полтора, так и гигантские брендмауэры размером пять на двадцать, шестнадцать на двадцать пять или даже пять на четыреста метров. [14]

Кроме того, в широкоформатной печати используются материалы и чернила, предназначенные для эксплуатации на улице, т.е. изображению не страшны дождь, снег, яркое солнце, жара и холод. Специально разработанные краски гарантируют прекрасную цветопередачу и отличаются долговременной устойчивостью к воздействию влаги и ультрафиолетовых лучей на срок от 2 до 4 лет. Совершенная формула пигментированных красок обеспечивает превосходные результаты. [14]

Рекламное агентство дорожит своей репутацией, поэтому не использует материалы низкого качества. Используемые материалы и чернила проверены временем и подходят для большинства заказов.

РА «Стяг» изготавливает:

- плакаты;
- постеры 3х6 на бумаге;
- транспаранты;
- световые короба;
- уличные перетяжки;
- баннеры;
- изображения для оформления стадионов, выставок, презентаций;

- плакаты для оформления витрин, мест продаж, окон, витражей и интерьеров помещений;

- поверхности для мобильных выставочных стендов;

- элементы престижной наружной рекламы и многое другое.

3) Оперативная полиграфия

Оперативная полиграфия – это идеальное решение при работе с малыми тиражами. РА работает на передовом цифровом оборудовании, что позволяет качественно и недорого изготавливать любую полиграфическую продукцию в самые сжатые сроки. [3]

РА изготавливает:

- Визитки;

- Полноцветные листовки;

- Буклеты;

- Карманные календари;

- Квартальные календари;

- Календари-домики;

- Дипломы и благодарственные письма;

- Наклейки;

- Нанесение изображения на компакт-диск;

- Вымпелы;

- Нанесение логотипа на ручки, брелоки, футболки и т.д.

1.3 Организационная структура ООО РА «СТЯГ»

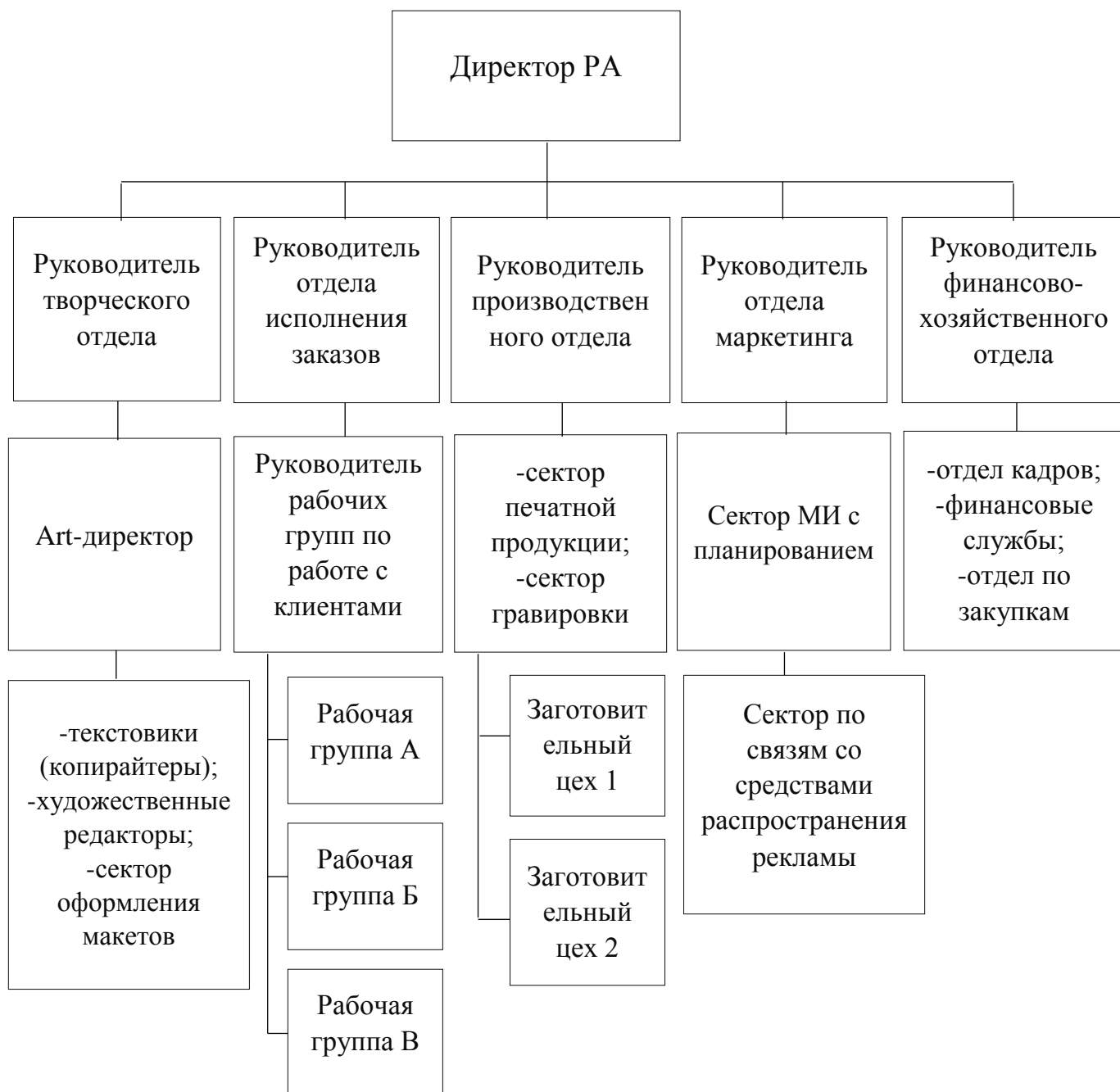


Рисунок 1.1 – Организационно-управленческая структура ООО «РА «Стяг»
Организационно-управленческая структура ООО РА «Стяг» представлена как самостоятельными подразделениями предприятия, так и отдельными должностями:

1. Директор, действующий на основании Устава;
2. Главный бухгалтер;

3. Руководитель отдела продаж;
4. Менеджеры по продажам;
5. Менеджеры по закупкам;
6. Офис-менеджеры;
7. Дизайнеры;
8. Оператор широкоформатной печати;
9. Производственная база.

Во главе всего рекламного агентства стоит директор, занимающийся общим управлением фирмы. Он официально и реально решает вопросы деятельности фирмы. Издает приказы и распоряжения, обязательные к исполнению всеми работниками. В его обязанности входит постановка целей и задач, общий контроль за их достижением. В функции входят организация закупки сырья для производства продукта рекламы и принятие на работу сотрудников организации. Так же директор открывает счета в банках, пользуется правом распоряжения средствами и в некоторых случаях выдает доверенности.

К функциям директора относятся:

- 1) контроль за движением финансовых и материальных ценностей;
- 2) общее управление деятельностью ООО «Стяг»;
- 3) контроль за состоянием оборудования и офисной техники;
- 4) анализ рынков спроса и предложения.

К функциям старшего менеджера относятся:

- 1) анализ деятельности офис менеджеров;
- 2) составление, заключение договоров и оформление специальных разрешений на продукт рекламы;
- 3) связи с общественностью;
- 4) контроль за работой дизайнеров;
- 5) контроль за работой брошюровщика;

К функциям дизайнера относится:

- 1) прием заказов на дизайнерскую часть работы;

2) предварительное графическое описание и обоснование будущего продукта рекламы;

3) разрешение специфических вопросов с клиентом.

К функциям офис-менеджера относятся:

1) прием/отправка факсимильных сообщений;

2) прием звонков;

3) заключение встреч с клиентами.

К функциям руководителя отдела продаж относятся:

1) контроль за работой отдела продаж;

2) предоставление отчетов по проделанной работе;

3) составление, заключение договоров и оформление специальных разрешений на продукт рекламы.

К функциям менеджеров относятся:

1) пополнение клиентской базы РА;

2) встреча клиента и презентация товара;

3) контроль за исполнением заказов;

4) связь с клиентами.

К функциям главного бухгалтера относятся:

1) ведение бухгалтерского и налогового учета в соответствии с национальными стандартами и нормативными актами, действующими в РФ;

2) предоставление налоговой, финансовой и статистической отчетности в сроки и органы, установленные действующим законодательством;

3) предоставление ежегодного отчета в органы правления обществом;

4) выдача заработной платы;

5) предоставление отчетов.

К функциям работников производственной базы относятся:

1) прием сырьевых материалов;

2) производство рекламного товара;

3) монтаж рекламного товара.

К функциям оператора широкоформатной мастерской относятся:

- 1) прием сырьевых материалов;
- 2) печать рекламных плакатов;
- 3) передача материала начальнику производственного цеха.

К функциям менеджера по закупкам относятся:

- 1) Обеспечивает постоянное наличие товаров, на которых спрос повышен, а, чтобы не допустить появления их дефицита систематически проводит мониторинг наличия таких товаров в продаже;
- 2) Составляет заказы поставщикам, отслеживает выполнение этих заказов;
- 3) Обеспечивает плановые показатели по оборачиваемости своих товарных групп, и наличие по ним товара в необходимом количестве и ассортименте;
- 4) Предоставляет отделам и службам компании всю необходимую информацию о товарах;
- 5) Определяет минимальный складской остаток товаров и обеспечивает наличие необходимого количества товара на складе компании.

1.4 Организационно-правовой статус ООО РА «СТЯГ»

Рекламное агентство «Стяг» представляет собой общество с ограниченной ответственностью.

Общество с ограниченной ответственностью - учрежденное одним или несколькими юридическими и/или физическими лицами хозяйственное общество, уставный капитал которого разделён на доли; участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им долей или акций в уставном капитале общества. [17]

Общество с ограниченной ответственностью наряду с иными видами хозяйственных обществ, а также хозяйственных товариществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий

является коммерческой организацией, то есть организацией, преследующей цель извлечения прибыли в качестве основной цели своей деятельности и распределяющей полученную прибыль между участниками. В частной экономической практике ООО является наиболее востребованной организационно-правовой формой среди коммерческих организаций. [17]

В отличие от акционерных обществ, прибыль общества с ограниченной ответственностью может делиться между участниками общества не только пропорционально их долям в уставном капитале общества, но и иным образом в соответствии с Уставом общества. [17]

1.5 Отраслевые особенности функционирования организации

Реклама – это весьма важный и тонкий рыночный инструмент. В условиях развитого рынка, когда присутствует высокая конкуренция и каждый продавец стремится максимально удовлетворить потребности покупателя, реклама может послужить решающим фактором конкурентной борьбы. [3]

Несмотря на то, что реклама в ее наиболее примитивных формах существовала на протяжении многих веков, только в середине XIX в. она преобразовалась в отдельную отрасль экономики. [3]

3Рекламный бизнес невозможен без двух составляющих - рекламодателей и рекламных агентств. Рекламные агентства по заданию рекламодателей осуществляют деятельность, которую условно можно рассмотреть по этапам. [3]

1 этап. Определение целей и задач рекламной работы, рекламной кампании.

2 этап. Выявление группы воздействия (категории лиц, на которых должна быть направлена реклама).

3 этап. Выбор средств рекламного воздействия, разработка стратегии и тактики рекламной работы, планирование рекламных мероприятий.

4 этап. Выдача заказов, заключение договоров со специализированными организациями.

5 этап. Контроль своевременного и качественного выполнения заказов и договоров на рекламные материалы и мероприятия.

6 этап. Анализ эффективности проведения рекламных мероприятий, корректировка стратегии и тактики рекламной работы (по необходимости). [6]

Вопрос о функционировании РА является очень важным. Вследствие чего можно выделить следующие отрасли рекламной деятельности:

- торговая реклама (реклама товаров, услуг);
- политическая реклама (агитация за кандидатов на выборах, демонстрации, митинги);
- научная реклама (реклама просветительского направления, научная популяризация в листовках, плакатах);
- религиозная реклама (религиозные плакаты, приглашения к ритуальным акциям);
- юридическая реклама (сообщения о пропавших, поиски преступников, приглашения на судебные процессы);
- семейная реклама (брачные объявления, приглашения к знакомству).

Наиболее распространенной отраслью рекламной деятельности является торговая реклама, на чем в частности и специализируется РА «Стяг». Предметом торговой рекламы являются товары, торговые предприятия, услуги, оказываемые этими предприятиями. По своей сущности торговая реклама - это целенаправленное распространение информации о потребительских свойствах товаров и различных сопровождающих продажу товаров видах услуг, предпринятое для создания им популярности, привлечения к ним внимания потребителей с целью создания спроса на товары и услуги и увеличения их реализации. [8]

Рекламные сообщения отличаются от обычных информационных тем, что они выполняют функцию увещательного воздействия на человека с целью

побудить его приобрести те или иные товары (услуги). Реклама составляет часть рыночного маркетинга, задача которого состоит в обеспечении бесперебойного сбыта произведенной продукции. Реклама должна точно и правдиво информировать потребителя о качестве, свойствах, ассортименте, правилах пользования (эксплуатации), потребления и других сведениях о товарах и услугах. Недопустимо использовать в рекламных сообщениях преувеличенные данные о качестве товаров или, более того, выдавать фальсифицированный товар за полноценный, воздействовать на низменные наклонности человека и использовать другие отрицательные мотивации. Оформление рекламы должно отвечать современным эстетическим требованиям, а расходы на ее организацию не должны превышать разумных (рациональных) размеров. [8]

Торговая реклама должна способствовать повышению качества торгового обслуживания покупателей. При помощи рекламы покупатели быстрее находят необходимые им товары, приобретают их с наибольшими удобствами и наименьшей затратой времени. При этом ускоряется реализация товаров, повышается эффективность труда торгового персонала, снижаются расходы. Не менее важна информация для населения об отдельных торговых предприятиях, услугах, которые они предлагают, времени работы, методах продажи, специфических особенностях их деятельности. [9]

Несмотря на то, в какой отрасли рекламной деятельности специализируется рекламное агентство, суть рекламного бизнеса остается неизменной. Она сводится к способности стабильно и продуктивно зарабатывать деньги, т.е. выполнять заказы рекламодателей с максимально возможной эффективностью по конкурентно низким ценам.

1.6 SWOT–анализ

Большинство предпринимателей сталкивается с ситуацией, когда необходимо что-то сделать для развития бизнеса – снизить цену на продукт,

обратиться в банк за кредитом, начать производить и реализовывать новую продукцию. Вариантов достаточное количество. Но можно ли принять важное решение, если руководитель не владеет информацией о том, что происходит у него в фирме? Конечно же - нет, например, сильный демпинг в крайние сроки приблизит крах компании, если у нее нет «финансовой подушки» или возможности нарастить прибыль за счет повышения объема реализации. В подобных случаях не обойтись без проведения SWOT-анализа. Чтобы понять его суть, дадим определение.

SWOT-анализ – экономический термин, в основе которого лежит английская аббревиатура:

S – strengths – сильные стороны компании, позволяющие ей выгодно отличаться от конкурентов;

W – weaknesses — слабые стороны, некие подводные камни и своеобразные «дыры», в которые бизнес может провалиться при неблагоприятном стечении обстоятельств;

O – opportunities – возможности и перспективы, ставка на которые, скорее всего, сыграет;

T – threats – угрозы и риски, способные сказаться на организации самым негативным образом. [16]

Впервые аббревиатура была произнесена в 1963 году на гарвардской конференции, освещающей актуальные проблемы бизнеса – профессор Кеннет Эндрюс предложил использовать SWOT-анализ как возможное избавление от бед. Идея была принята крайне благосклонно, и уже через пару лет методику начали применять для разработки эффективной и грамотной поведенческой стратегии компании. [16]

SWOT-анализ позволяет руководству организации получить ответы на следующие важные вопросы:

- Делается ли в стратегии фирмы акцент на имеющиеся сильные стороны и конкурентные преимущества? Если последних пока нет, кто как их можно получить?

- Как влияют на бизнес слабые стороны, являются ли они по-настоящему уязвимыми местами, не дающими в полной мере использовать благоприятные ситуации? Какие «дыры» нужно срочно залатать, чтобы повысить эффективность деятельности?

- Благодаря каким возможностям предприятие имеет шанс достичь успеха, если использовать все имеющиеся ресурсы?

- Есть ли гипотетические риски, от которых можно застраховаться заранее? Куда подстелить соломку, чтобы избежать краха компании из-за неблагоприятной ситуации? [16]

Представим SWOT-анализ ООО «РА «СТЯГ» в таблице 1.1.

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> - Постоянная клиентская база - Широкий спектр предоставляемых услуг и товаров - Долгосрочные договоры с заказчиками - Высокий творческий потенциал и креативность сотрудников. 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостаточная известность за пределами города и региона - Отсутствие реальных инвесторов - Недостаточность производственных мощностей
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> - Выход на новые сегменты рынка - Предоставление широкого спектра дополнительных услуг (например, бесплатный монтаж рекламных конструкций) - Разорение и уход фирм-конкурентов - Совершенствование рекламных технологий, использование новинок рекламного продукта - Расширение клиентской базы 	<ul style="list-style-type: none"> - Появление новых видов рекламного продукта у конкурентов - Рост темпов инфляции - Рост цен на материалы - Снижение спроса на рекламную продукцию

Стратегия компании направлена на более основательное проникновение на рынок ХМАО и укрепление своих конкурентных позиций на нем. А так же направление на модернизацию основных фондов и увеличение темпов роста выручки, что способствует укреплению финансовых позиций.

2 АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Анализ основных показателей деятельности

Показатели деятельности предприятия дают верное представление о его доходности или убыточности. Если предприятие сокращает хозяйственную деятельность, то прибыль снижается, а убытки увеличиваются с опережением темпов уменьшения объема продаж.

Таблица 2.1 – Уровень выручки от предоставляемых услуг ООО «РА «Стяг» за период 2016-2018 гг.

Показатели	2016	2017	2018	Абсолютное Отклонение (+,-) тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
				2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Выручка от услуг широкоформатной печати (тыс. руб.)	1614,6	1783,5	1904,3	168,9	120,8	10,46	6,77
Выручка от услуг полиграфии (тыс. руб.)	783,2	820,7	1211,7	37,5	391	4,79	47,64
Выручка от изготовления сувенирной продукции (тыс. руб.)	1084,5	1568,4	1781,0	483,9	212,6	44,62	13,56
Выручка от организации спортивных мероприятий (тыс. руб.)	1998,7	2509,4	3098,0	510,7	588,6	25,55	23,46
Итого	5481	6682	7995	1201	1313	-	-

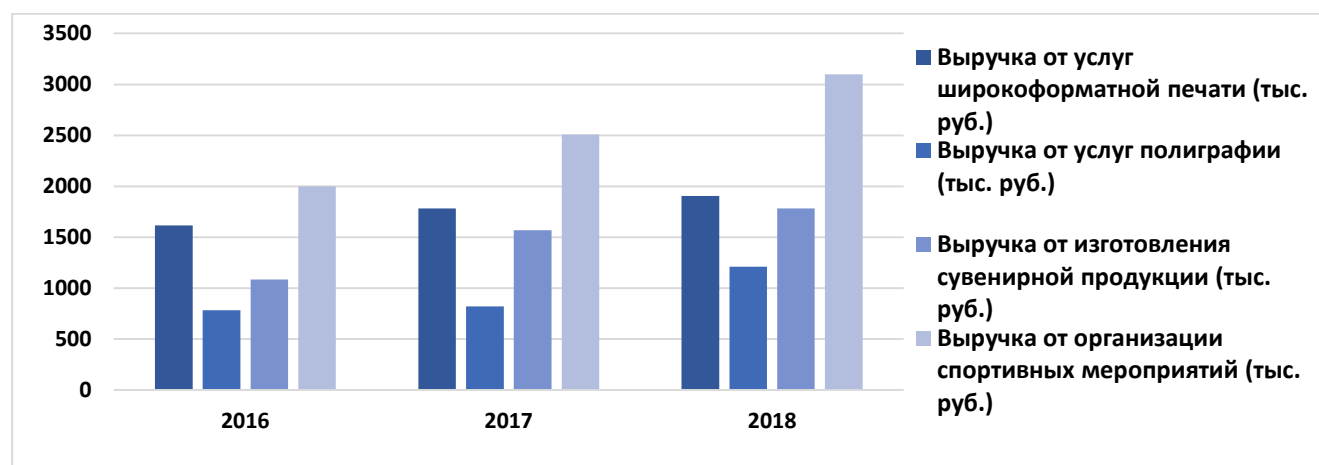


Рисунок 2.1 – Динамика выручки от предоставляемых услуг
ООО «РА «Стяг»

Таким образом, ООО «РА «Стяг» увеличило долю выручки от услуг широкоформатной печати в 2017 году по сравнению с 2016 годом на 10,46% (с 1 614,6 тыс. руб. до 1 783,5 тыс. руб.), а в период с 2017 по 2018 гг. доля выручки по данному виду услуг увеличилась всего на 6,77% (с 1 783,5 тыс. руб. до 1 904,3 тыс. руб.).

Выручка от услуг полиграфии имела слабую тенденцию роста только в период с 2016 по 2017 гг., ее доля в данный период выросла на 4,79% (с 783,2 тыс. руб. до 820,7 тыс. руб.). С 2017 по 2018 гг. доля выручки от услуг полиграфии стремительно увеличилась на 47,64% (с 820,7 тыс. руб. до 1 211,7 тыс. руб.).

Выручка от организации спортивных мероприятий в период с 2016 по 2017 гг. возросла на 510,7 тыс. руб. (с 1 998,7 тыс. руб. до 2 509,4 тыс. руб.), а к 2018 году данный показатель увеличился еще на 588,6 тыс. руб. (с 2 509,4 тыс. руб. до 3 098,0 тыс. руб.)

Выручка от изготовления сувенирной продукции также имела тенденцию к увеличению во весь анализируемый период с 2016 по 2018 гг. В период с 2016 по 2017 гг. доля выручки выросла на 44,62% (483,9 тыс. руб.), а с 2017 по 2018 гг. – только на 13,56% (212,6 тыс. руб.).

Как отмечает рекламное агентство «Стяг», увеличение объемов выручки по предоставляемым услугам обусловлено повышением качества обслуживания клиентов, расширением клиентской базы и минимизацией расходов на материалы.

2.2 Анализ финансового состояния предприятия

2.2.1 Анализ состава и структуры баланса

Балансовое обобщение информации позволяет выявить финансово-имущественное положение экономического субъекта. Для анализа финансового состояния предприятия, который проводится в целях выявления недостатков в работе предприятия, причин их возникновения и разработки конкретных

рекомендаций по улучшению деятельности, основным источником информации выступает бухгалтерский баланс.

Бухгалтерский баланс представляет собой систему показателей, характеризующих финансовое положение организации по состоянию на отчетную дату. Бухгалтерский баланс ООО «РА «Стяг» представлен в Приложении А.

На основе изучения баланса внешние пользователи могут: принять решения о целесообразности и условиях ведения дел с данным предприятием как с партнером; оценить кредитоспособность предприятия как заемщика; оценить возможные риски своих вложений, целесообразность приобретения акций данного предприятия и его активов и т. д.

При анализе бухгалтерского баланса необходимо в первую очередь установить, какие изменения произошли в его активе и пассиве за анализируемый период, и дать оценку этим изменениям.

Для выявления изменений в структуре баланса и определения динамики этих изменений используют вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерской отчетности.

Вертикальный и горизонтальный анализ – представление финансового отчёта в виде относительных показателей. Такое представление позволяет увидеть удельный вес каждой статьи баланса в его общем итоге. Обязательным элементом анализа являются динамические ряды этих величин, посредством которых можно отслеживать и прогнозировать структурные изменения в составе активов и их источников покрытия. [1]

Анализ динамики валюты баланса, структуры активов и пассивов организации позволяет сделать ряд важных выводов, необходимых как для осуществления финансово-хозяйственной деятельности, так и для принятия управленческих решений на перспективу.

Полный расчет показателей актива и пассива по методике горизонтального и вертикального анализа представлен в Приложении Б.

Таблица 2.2 – Горизонтальный анализ внеоборотных и оборотных активов

ООО «РА «Стяг»

Показатель \ Год	2016	2017	2018	Изменение (+,-)		Темп роста (снижения), %	
				2017\2016	2018\2017	2017\2016	2018\2017
Внеоборотные активы, тыс. руб.	295	295	295	0	0	100	100
Оборотные активы, тыс. руб.	1077	1862	1910	785	48	172,89	102,58
БАЛАНС	1372	2157	2205	785	48	157,22	102,23

Исходя из проведенного горизонтального и вертикального анализа внеоборотных и оборотных активов предприятия, видно, что сумма внеоборотных активов в период с 2016 по 2018 гг. не изменилась, однако их доля в общей валюте баланса уменьшилась с 21,5% до 13,38%. Зато оборотные активы имели тенденцию к увеличению с 2016 по 2018 гг. в общей сумме на 833 тыс. руб. (с 2016 по 2017 гг. – на 785 тыс. руб., с 2017 по 2018 гг. – на 48 тыс. руб.). Доля ОА в общем составе структуры баланса с 2016 по 2018 гг. увеличилась с 78,5% до 86,62% (на 8,12%): в том числе запасы увеличились на 12,92%, дебиторская задолженность увеличилась 27,68%, однако денежные средства уменьшились на 32,46%. Большой удельный вес в структуре баланса занимают оборотные активы (86,62% в 2018 г.). Данные изменения сумм внеоборотных и оборотных активов приводят к общему изменению суммы баланса, а именно к его увеличению с 2016 по 2018 гг. на 833 тыс. руб.

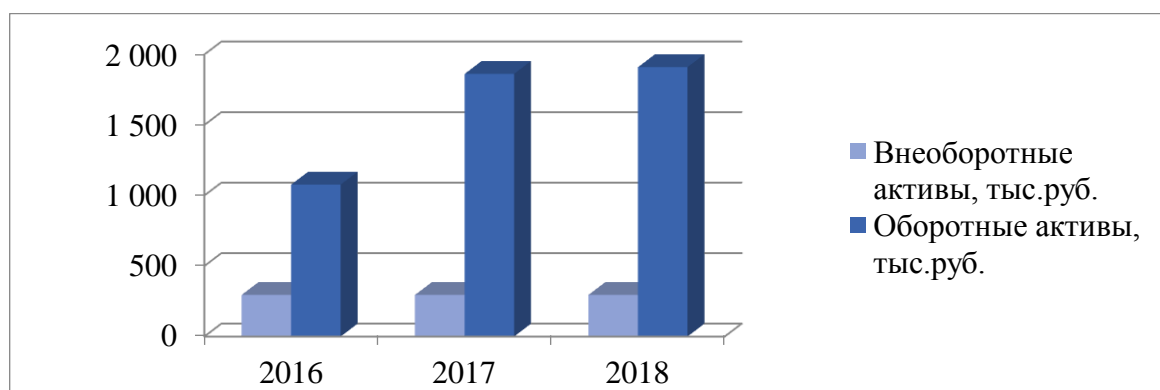


Рисунок 2.2 – Динамика активов предприятия по годам

Из диаграммы, представленной рисунком 2.2, видно, что оборотные активы значительно превышают внеоборотные активы ООО «РА «Стяг», что свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия, так как оборотные активы более ликвидны, чем внеоборотные, и могут принести прибыль предприятию в краткосрочной перспективе.

Таблица 2.3 – Горизонтальный анализ собственного и заемного капитала

ООО «РА «Стяг»

Показатель \ Год	2016	2017	2018	Изменение (+,-)		Темп роста (снижения), %	
				2017\2016	2018\2017	2017\2016	2018\2017
Собственный капитал, тыс. руб.	747	1490	1857	743	367	199,46	124,63
Заемный капитал, тыс. руб.	625	667	348	42	- 319	106,72	52,17
БАЛАНС	1372	2157	2205	785	48	157,22	102,23

Исходя из проведенного горизонтального и вертикального анализа собственного и заемного капитала предприятия, видно, что сумма собственного капитала в период с 2016 по 2018 гг. увеличилась 1110 тыс. руб., что поспособствовало увеличению и доли собственного капитала в общей структуре баланса на 29,77%. Заемный капитал имел тенденцию к увеличению с 2016 по 2017 гг. на 42 тыс. руб., а с 2017 по 2018 гг. уменьшился на 319 тыс. руб., однако их доля в валюте баланса уменьшилась на 29,77%. Большой удельный вес в структуре баланса имеет собственный капитал предприятия (84,22% в 2018г.). Данные изменения сумм собственного и заемного капитала приводят к общему изменению суммы баланса, а именно к его увеличению с 2016 по 2018 гг. на 833 тыс. рублей.

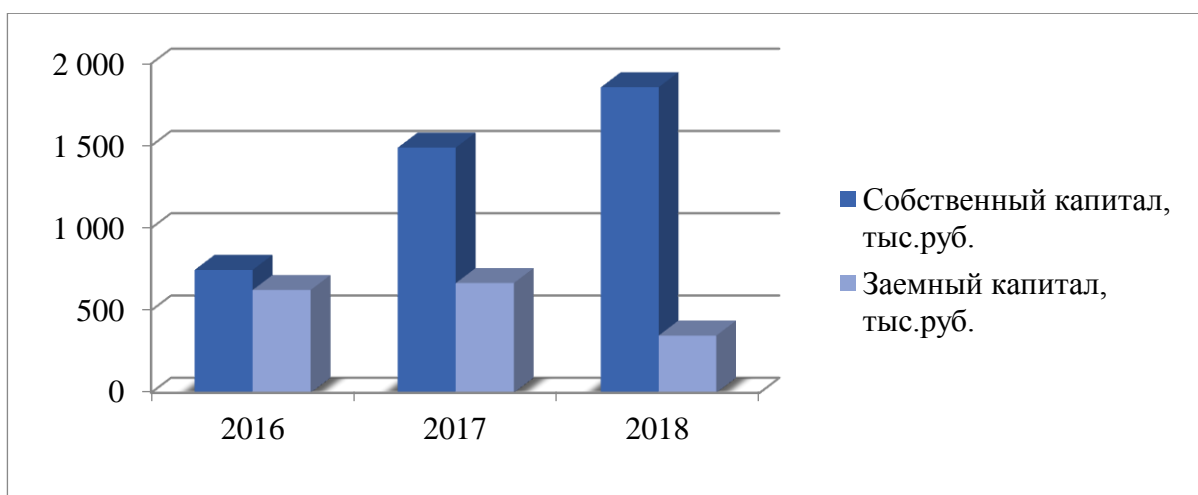


Рисунок 2.3 – Динамика собственного и заемного капитала предприятия

Из представленной диаграммы (рисунок 2.3) видно, что собственный капитал предприятия превышает заемный капитал, в особенности в период 2018 года, что также свидетельствует о финансовой устойчивости ООО «РА «Стяг», так как предприятие не имеет финансовой зависимости от кредиторов.

2.2.2 Анализ финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость – характеристика, свидетельствующая о стабильном положении предприятия: о превышении доходов над расходами, свободном распоряжении денежными средствами и эффективном их использовании, бесперебойном процессе производства и реализации продукции. Считается, что финансовое положение устойчиво, если обеспечивается рост прибыли и капитала предприятия, сохраняется его платежеспособность. [1]

Для определения положения компании проводится анализ ее финансового состояния: в ходе расчетов и оценки финансовых показателей обнаруживаются уязвимости предприятия, для устранения которых затем разрабатывается ряд мер, а также выявляются резервы повышения эффективности производства. Анализ финансовой устойчивости проводится с помощью абсолютных и относительных показателей. [1]

Абсолютные показатели финансовой устойчивости предприятия представлены следующими величинами:

1) Обеспеченность собственными оборотными средствами (СОС):

$$\text{СОС} = \text{СК} - \text{ВОА}, \quad (1)$$

где СК – собственный капитал;

ВОА – внеоборотные активы.

$$\text{СОС}_{2016} = 747\,000 - 295\,000 = 452\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{СОС}_{2017} = 1\,490\,000 - 295\,000 = 1\,195\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{СОС}_{2018} = 1\,857\,000 - 295\,000 = 1\,562\,000 \text{ руб.}$$

2) Обеспеченность собственными и долгосрочными заемными источниками формирования запасов (функционирующий капитал):

$$\text{ФК} = (\text{СК} + \text{ДО}) - \text{ВОА}, \quad (2)$$

где ДО – долгосрочные обязательства.

$$\text{ФК}_{2016} = (747\,000 + 0) - 295\,000 = 452\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ФК}_{2017} = (1\,490\,000 + 0) - 295\,000 = 1\,195\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ФК}_{2018} = (1\,857\,000 + 0) - 295\,000 = 1\,562\,000 \text{ руб.}$$

3) Общая величина основных источников формирования запасов и затрат (ВИ):

$$\text{ВИ} = (\text{СК} + \text{ДО} + \text{КО}) - \text{ВОА}, \quad (3)$$

где КО – краткосрочные обязательства.

$$\text{ВИ}_{2016} = (747\,000 + 0 + 625\,000) - 295\,000 = 1\,077\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ВИ}_{2017} = (1\,490\,000 + 0 + 667\,000) - 295\,000 = 1\,862\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ВИ}_{2018} = (1\,857\,000 + 0 + 348\,000) - 295\,000 = 1\,910\,000 \text{ руб.}$$

Трем показателям наличия источников формирования запасов и затрат соответствуют три показателя обеспеченности запасов источниками формирования.

1) Излишек/недостаток СОС:

$$\Delta \text{СОС} = \text{СОС} - \text{ЗП}, \quad (4)$$

где ЗП – общая величина запасов.

$$\Delta \text{COC}_{2016} = 452\,000 - 150\,000 = 302\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{COC}_{2017} = 1\,195\,000 - 409\,000 = 768\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{COC}_{2018} = 1\,562\,000 - 526\,000 = 1\,036\,000 \text{ руб.}$$

2) Излишек/недостаток собственных и долгосрочных заемных источников формирования запасов (СД):

$$\Delta \text{СД} = \text{ФК} - \text{ЗП} \quad (5)$$

$$\Delta \text{СД}_{2016} = 452\,000 - 150\,000 = 302\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{СД}_{2017} = 1\,195\,000 - 409\,000 = 768\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{СД}_{2018} = 1\,562\,000 - 526\,000 = 1\,036\,000 \text{ руб.}$$

3) Излишек/недостаток общей величины основных источников покрытия запасов (ОИ):

$$\Delta \text{ОИ} = \text{ВИ} - \text{ЗП} \quad (6)$$

$$\Delta \text{ОИ}_{2016} = 1\,077\,000 - 150\,000 = 927\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{ОИ}_{2017} = 1\,862\,000 - 409\,000 = 1\,453\,000 \text{ руб.}$$

$$\Delta \text{ОИ}_{2018} = 1\,910\,000 - 526\,000 = 1\,384\,000 \text{ руб.}$$

Приведенные показатели обеспеченности запасов источниками формирования трансформируются в трехфакторную модель вида:

$$M = (\Delta \text{COC}, \Delta \text{СД}, \Delta \text{ОИ})$$

Приведем полученные в результате расчетов показатели финансовой устойчивости предприятия в данную трехфакторную модель, при этом показатели берем за «1», при $\Delta \text{COC}, \Delta \text{СД}, \Delta \text{ОИ} > 0$, или «0», при $\Delta \text{COC}, \Delta \text{СД}, \Delta \text{ОИ} < 0$:

$$M = (1,1,1)$$

Данная трехфакторная модель свидетельствует об абсолютной финансовой устойчивости предприятия и о высоком уровне его платежеспособности. Также следует отметить, что предприятие не зависит от внешних кредиторов. Источникам финансирования в данном случае являются собственные оборотные средства, которые по сравнению с 2016 г., увеличились в 2018 г. на 1 100 тыс. руб.

Относительные показатели финансовой устойчивости предприятия представлены следующими коэффициентами:

1) Коэффициент автономии (K_a):

$$K_a = \text{СК} / \text{Активы} \quad (7)$$

$$K_{a2016} = 747\,000 / 1\,372\,000 = 0,54$$

$$K_{a2017} = 1\,490\,000 / 2\,157\,000 = 0,69$$

$$K_{a2018} = 1\,857\,000 / 2\,205\,000 = 0,84$$

2) Коэффициент финансовой зависимости ($K_{\Phi 3}$):

$$K_{\Phi 3} = \text{Обязательства} / \text{Активы} \quad (8)$$

$$K_{\Phi 32016} = 625\,000 / 1\,372\,000 = 0,46$$

$$K_{\Phi 32017} = 667\,000 / 2\,157\,000 = 0,31$$

$$K_{\Phi 32018} = 348\,000 / 2\,205\,000 = 0,16$$

3) Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами ($K_{\text{ОСОС}}$):

$$K_{\text{ОСОС}} = (\text{СК} - \text{ВОА}) / \text{ОА} \quad (9)$$

$$K_{\text{ОСОС}2016} = (747\,000 - 295\,000) / 1\,077\,000 = 0,42$$

$$K_{\text{ОСОС}2017} = (1\,490\,000 - 295\,000) / 1\,862\,000 = 0,64$$

$$K_{\text{ОСОС}2018} = (1\,857\,000 - 295\,000) / 1\,910\,000 = 0,82$$

4) Коэффициент маневренности (K_M):

$$K_M = \text{СОС} / \text{СК} \quad (10)$$

$$K_{M2016} = 452\,000 / 747\,000 = 0,61$$

$$K_{M2017} = 1\,195\,000 / 1\,490\,000 = 0,81$$

$$K_{M2018} = 1\,562\,000 / 1\,857\,000 = 0,84$$

5) Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала ($K_{\text{ССЗК}}$):

$$K_{\text{ССЗК}} = \text{ЗК} / \text{СК}, \quad (11)$$

где ЗК – заемный капитал.

$$K_{\text{ССЗК}2016} = 625\,000 / 747\,000 = 0,84$$

$$K_{\text{ССЗК}2017} = 667\,000 / 1\,490\,000 = 0,48$$

$$K_{\text{ССЗК}2018} = 348\,000 / 1\,857\,000 = 0,19$$

Сведем полученные коэффициенты в таблицу 2.4 и сделаем соответствующие выводы.

Таблица 2.4 – Коэффициенты финансовой устойчивости ООО «РА «Стяг»

Коэффициент	Показатель по годам			Вывод
	2016	2017	2018	
1. Коэффициент автономии	0,54	0,69	0,84	Все показатели коэффициента автономии > 0,5, что свидетельствует об устойчивом финансовом состоянии предприятия.
2. Коэффициент финансовой зависимости	0,46	0,31	0,16	Все показатели меньше нормативного ограничения 0,6 – 0,7, что свидетельствует о независимости предприятия от кредиторов.
3. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,42	0,64	0,82	Все коэффициенты выше нормативного показателя 0,1, что говорит, об обеспеченности предприятия оборотными средствами и финансовой независимости.
4. Коэффициент маневренности	0,61	0,81	0,84	Показатели выше нормативного ограничения (0,5), что свидетельствует о финансовых вложениях в наиболее мобильные активы, а оборотный капитал сформирован за счет собственных средств. Это позволяет предприятию вести независимую от кредиторов финансовую политику.
5. Коэффициент соотношения собственного и заемного капитала	0,84	0,48	0,19	Нормативный показатель – не более 0,6–0,7. В 2016 г. показатель превышал нормативное ограничение, что говорит, о финансовой зависимости предприятия от внешних кредиторов. В период с 2017 по 2018 гг. коэффициент снизился, следовательно, предприятие укрепила свою финансовую независимость.

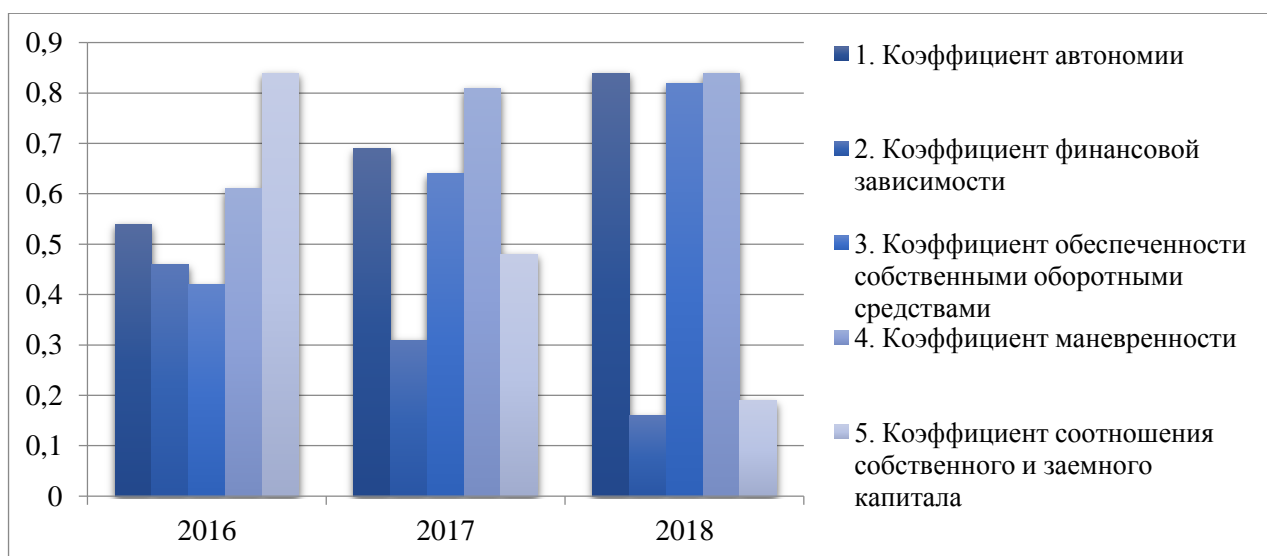


Рисунок 2.4 – Динамика показателей финансовой устойчивости
ООО «РА «Стяг»

2.2.3 Анализ ликвидности и платежеспособности

Платежеспособность и ликвидность являются важнейшими характеристиками финансово-экономической деятельности предприятия в условиях рыночной экономики. Если предприятие финансово устойчиво, платежеспособно и ликвидно, оно имеет преимущество перед другими предприятиями того же профиля в привлечении инвестиций, в получении кредитов, в выборе поставщиков и в подборе квалифицированных кадров. Также такое предприятие своевременно выплачивает налоги в бюджет, взносы в социальные фонды, заработную плату – рабочим, а банкам гарантирует возврат кредитов и уплату процентов по ним. [10]

Чем выше устойчивость предприятия, тем более оно независимо от неожиданного изменения рыночной конъюнктуры и, следовательно, тем меньше риск оказаться на грани банкротства.

Для оценки ликвидности коммерческой организации используют абсолютные и относительные показатели.

Абсолютным показателем оценки ликвидности предприятия является наличие чистых оборотных активов:

$$\text{ЧОА} = \text{ОА} - \text{КО}, \text{ ЧОА} > 0, \quad (12)$$

где ЧОА – чистые оборотные активы.

$$\text{ЧОА}_{2016} = 1\,077\,000 - 625\,000 = 452\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ЧОА}_{2017} = 1\,862\,000 - 667\,000 = 1\,195\,000 \text{ руб.}$$

$$\text{ЧОА}_{2018} = 1\,910\,000 - 348\,000 = 1\,562\,000 \text{ руб.}$$

Таким образом, исходя из проведенных выше расчетов, можно сделать вывод о том, что после погашения предприятием своих краткосрочных обязательств в запасе у него остаются оборотные активы, называемые чистыми оборотными активами, что позволяет предприятию продолжать осуществление текущей деятельности.

Относительными являются следующие показатели ликвидности предприятия:

1) Коэффициент абсолютной ликвидности ($K_{ал}$):

$$K_{ал} = (\text{ДС} + \text{КФВ}) / \text{КО}, \quad (13)$$

где ДС – денежные средства;

КФВ – краткосрочные финансовые вложения.

$$K_{ал2016} = (529\,000 + 0) / 625\,000 = 0,85$$

$$K_{ал2017} = (588\,000 + 0) / 667\,000 = 0,88$$

$$K_{ал2018} = (134\,000 + 0) / 348\,000 = 0,39$$

2) Коэффициент быстрой ликвидности ($K_{бл}$):

$$K_{бл} = (\text{ДС} + \text{КФВ} + \text{ДЗ}) / \text{КО}, \quad (14)$$

где ДЗ – дебиторская задолженность.

$$K_{бл2016} = (529\,000 + 0 + 398\,000) / 625\,000 = 1,48$$

$$K_{бл2017} = (588\,000 + 0 + 865\,000) / 667\,000 = 2,18$$

$$K_{бл2018} = (134\,000 + 0 + 1\,250\,000) / 348\,000 = 3,98$$

3) Коэффициент текущей ликвидности/покрытия ($K_{тл}$):

$$K_{\text{ТЛ}} = \text{ОА} / \text{КО} \quad (15)$$

$$K_{\text{ТЛ}2016} = 1\,077\,000 / 625\,000 = 1,72$$

$$K_{\text{ТЛ}2017} = 1\,862\,000 / 667\,000 = 2,79$$

$$K_{\text{ТЛ}2018} = 1\,910\,000 / 348\,000 = 5,49$$

Также наряду с коэффициентами ликвидности предприятия рассчитывается коэффициент общей платежеспособности:

$$K_{\text{об.пл.}} = \text{Активы} / \text{Обязательства} \quad (16)$$

$$K_{\text{об.пл.}2016} = 1\,372\,000 / (0 + 625\,000) = 2,20$$

$$K_{\text{об.пл.}2017} = 2\,157\,000 / (0 + 667\,000) = 3,23$$

$$K_{\text{об.пл.}2018} = 2\,205\,000 / (0 + 348\,000) = 6,34$$

Сведем полученные показатели в таблицу 2.5 и сделаем соответствующие выводы.

Таблица 2.5 – Показатели ликвидности и платежеспособности ООО «РА «Стяг»

Коэффициент	Показатель по годам			Вывод
	2016	2017	2018	
1. Коэффициент абсолютной ликвидности	0,85	0,88	0,39	Показатели за 2016-2017 гг. находятся в нормативных пределах от 0,7 до 0,8, что свидетельствует о способности предприятия погашать самые срочные обязательства, однако в 2018 году коэффициент снизился до 0,39, следовательно, предприятие имеет трудности с погашением срочных обязательств.
2. Коэффициент быстрой ликвидности	1,48	2,18	3,98	Все показатели больше нормативных показателей от 0,8 до 1,0, что свидетельствует о способности предприятия погашать текущие обязательства за счет дебиторских задолженностей.
3. Коэффициент текущей ликвидности (покрытия)	1,72	2,79	5,49	Все коэффициенты находятся в пределах или выше нормативного показателя 2, что говорит о способности предприятия покрывать краткосрочные обязательства за счет оборотного капитала, который в свою очередь должен быть больше срочных обязательств в 2 раза.
4. Коэффициент общей платежеспособности	2,20	3,23	6,34	Все коэффициенты выше нормативного показателя 2, что свидетельствует о платежеспособности предприятия и о его способности покрывать краткосрочные и долгосрочные обязательства за счет всех активов предприятия.

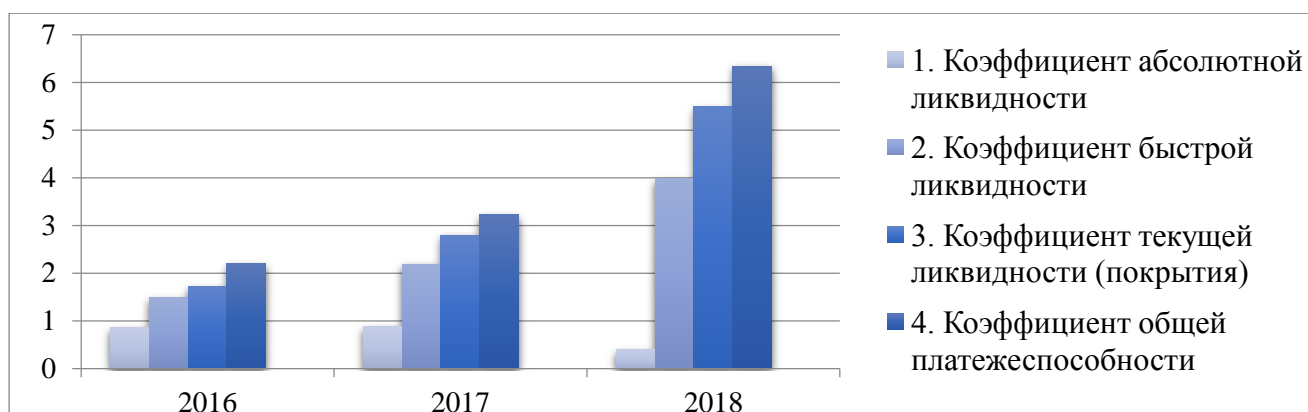


Рисунок 2.5 – Динамика показателей ликвидности и платежеспособности
ООО «РА «Стяг»

В случае, если коэффициент текущей ликвидности ($K_{тл}$) равен или выше нормативного значения на конец периода, но есть риск его снижения, рассчитывается коэффициент утраты платежеспособности ($K_{у.п.}$) за период, равный трем последним периодам:

$$K_{у.п.} = \frac{K_{т.л1} + 3/T(K_{т.л1} - K_{т.л0})}{2}, \quad (17)$$

где $K_{у.п.}$ – коэффициент утраты платежеспособности;

$K_{т.л1}$ – коэффициент текущей платежеспособности на конец периода;

$K_{т.л0}$ – коэффициент текущей платежеспособности на начало периода;

3 – период прогнозирования;

T – анализируемый период в месяцах;

2 – нормативное значение коэффициента текущей ликвидности.

$$K_{у.п.} = \frac{5,49 + 3/36 \cdot (5,49 - 1,72)}{2} = 2,90$$

Так как полученное значение выше нормативного значения = 1, то это свидетельствует о том, что ООО «РА «Стяг» не имеет реальной угрозы утраты платежеспособности.

Также оценка ликвидности бухгалтерского баланса осуществляется путем группировки активов по скорости их реализации и пассивов по степени их срочности с последующим их сравнением. При этом выделяют 4 группы активов и 4 группы пассивов:

А1 – высоколиквидные активы (денежные средства + краткосрочные финансовые вложения);

А2 – активы средней скорости реализации (краткосрочная дебиторская задолженность (до 1 года) + прочие ОА);

А3 – медленно реализуемые активы (запасы + долгосрочная дебиторская задолженность (свыше 1 года) + НДС по приобретенным ценностям);

А4 – труднореализуемые активы (внеоборотные активы).

П1 – наиболее срочные обязательства (кредиторская задолженность);

П2 – краткосрочные обязательства (краткосрочные кредиты и займы + прочие обязательства);

П3 – долгосрочные обязательства;

П4 – постоянные пассивы (собственный капитал + доходы будущих периодов + оценочные обязательства).

Условия абсолютной ликвидности баланса:

$$A1 > P1, A2 > P2, A3 > P3, A4 < P4.$$

Сравним значения групп активов и пассивов по годам, рассчитаем абсолютное отклонение и степень покрытия и сведем полученные данные в таблицу 2.6.

Таблица 2.6 – Соотношение групп активов и пассивов баланса ООО «РА «Стяг» на конец года и степень их покрытия

Год	Группа активов	Значение	Сравнение	Группа пассивов	Значение	Абсолютное отклонение (+,-)	Степень покрытия, %
2016	А1	529 000	<	П1	625 000	-96 000	84,64
	А2	398 000	>	П2	0	398 000	100
	А3	150 000	>	П3	0	150 000	100
	А4	295 000	<	П4	747 000	-452 000	39,49
2017	А1	588 000	<	П1	667 000	-79 000	88,16
	А2	865 000	>	П2	0	865 000	100
	А3	409 000	>	П3	0	409 000	100
	А4	295 000	<	П4	1 490 000	-1 195 000	19,80
2018	А1	134 000	<	П1	348 000	-214 000	38,51
	А2	1 250 000	>	П2	0	1 250 000	100
	А3	526 000	>	П3	0	526 000	100
	А4	295 000	<	П4	1 857 000	-1 562 000	15,89

Исходя из полученных результатов, можно утверждать, что предприятие не является абсолютно ликвидным и испытывает небольшие трудности с наличием высоколиквидных активов, что может в дальнейшем затруднять платежеспособность предприятия в краткосрочной перспективе, однако в долгосрочной перспективе предприятие платежеспособно и не испытывает трудностей с покрытием своих обязательств. Также следует заметить, что ООО «РА «Стяг» в полной мере обеспечено собственными оборотными средствами.

2.2.4 Оценка деловой активности

Одним из направлений анализа результативности деятельности предприятия является оценка его деловой активности. Показатели для расчета деловой активности предприятия находятся в отчете о прибылях и убытках, представленном в приложении В.

Оценить деловую активность можно с помощью качественных и количественных характеристик. Таким образом, можно выделить два уровня анализа – по качественным и количественным критериям. [1]

Количественные критерии в свою очередь делятся на абсолютные (соотношение темпов роста чистой прибыли, выручки и средней величины активов) и относительные показатели (показатели оборачиваемости и рентабельности активов и капитала). Качественные критерии представляют собой широту рынков сбыта, деловую репутацию предприятия, конкурентоспособность товара данного предприятия.

При изучении сравнительной динамики абсолютных показателей деловой активности оценивается соответствие следующему оптимальному соотношению, называемому «золотым правилом экономики»:

$$100\% < T_a < T_p < T_n,$$

где T_a – темп изменения активов фирмы;

T_p – темп изменения объемов реализации;

T_{Π} – темп изменения прибыли.

Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики различных финансовых коэффициентов – показателей оборачиваемости (измеряются в количестве оборотов или в разгах).

1) Оборачиваемость совокупного капитала:

$$K_{\text{осовк}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая величина активов} \quad (18)$$

$$K_{\text{осовк}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (1\,353\,000 + 1\,372\,000) = 4,02$$

$$K_{\text{осовк}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (1\,372\,000 + 2\,157\,000) = 3,79$$

$$K_{\text{осовк}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (2\,157\,000 + 2\,205\,000) = 3,67$$

2) Оборачиваемость текущих активов:

$$K_{\text{оа}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая стоимость ОА} \quad (19)$$

$$K_{\text{оа}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (1\,058\,000 + 1\,077\,000) = 5,13$$

$$K_{\text{оа}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (1\,077\,000 + 1\,862\,000) = 4,55$$

$$K_{\text{оа}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (1\,862\,000 + 1\,910\,000) = 4,24$$

3) Оборачиваемость собственного капитала:

$$K_{\text{особк}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая величина СК} \quad (20)$$

$$K_{\text{особк}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (526\,000 + 747\,000) = 8,61$$

$$K_{\text{особк}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (747\,000 + 1\,490\,000) = 5,97$$

$$K_{\text{особк}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (1\,490\,000 + 1\,857\,000) = 4,78$$

4) Оборачиваемость материальных запасов:

$$K_{\text{омз}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая стоимость запасов} \quad (21)$$

$$K_{\text{омз}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (137\,000 + 150\,000) = 38,20$$

$$K_{\text{омз}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (150\,000 + 409\,000) = 23,91$$

$$K_{\text{омз}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (490\,000 + 526\,000) = 17,10$$

$$P_{\text{омз}2016} = 365 / 38,20 = 10 \text{ дней}$$

$$P_{\text{омз}2017} = 365 / 23,91 = 15 \text{ дней}$$

$$P_{\text{омз}2018} = 365 / 17,10 = 21 \text{ день}$$

5) Оборачиваемость дебиторской задолженности:

$$K_{\text{одз}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая величина ДЗ} \quad (22)$$

$$K_{\text{одз}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (503\,000 + 398\,000) = 12,17$$

$$K_{\text{одз}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (398\,000 + 865\,000) = 10,58$$

$$K_{\text{одз}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (865\,000 + 1\,250\,000) = 7,56$$

Рассчитаем длительность одного оборота в днях:

$$P_{\text{одз}} = 365 / K_{\text{одз}} \quad (23)$$

$$P_{\text{одз}2016} = 365 / 12,17 = 30 \text{ дней}$$

$$P_{\text{одз}2017} = 365 / 10,58 = 35 \text{ дней}$$

$$P_{\text{одз}2018} = 365 / 7,56 = 48 \text{ дней}$$

б) Оборачиваемость кредиторской задолженности:

$$K_{\text{окз}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая величина КЗ} \quad (24)$$

$$K_{\text{окз}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (827\,000 + 625\,000) = 7,55$$

$$K_{\text{окз}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (625\,000 + 667\,000) = 10,34$$

$$K_{\text{окз}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (667\,000 + 348\,000) = 15,75$$

Рассчитаем длительность одного оборота в днях:

$$P_{\text{окз}} = 365 / K_{\text{окз}} \quad (25)$$

$$P_{\text{окз}2016} = 365 / 7,55 = 48 \text{ дней}$$

$$P_{\text{окз}2017} = 365 / 10,34 = 35 \text{ дней}$$

$$P_{\text{окз}2018} = 365 / 15,75 = 23 \text{ дня}$$

Исходя из расчетов оборачиваемости дебиторской и кредиторской задолженности, можно сделать вывод, что предприятие расплачивается с кредиторами быстрее, чем получает задолженность от дебиторов, что может затруднять финансирование своей текущей деятельности из-за нехватки денежных средств.

7) Оборачиваемость денежных средств:

$$K_{\text{одс}} = \text{Выручка} / \text{Среднегодовая сумма денежных средств} \quad (26)$$

$$K_{\text{одс}2016} = 5\,481\,000 / 0,5 * (418\,000 + 529\,000) = 11,58$$

$$K_{\text{одс}2017} = 6\,682\,000 / 0,5 * (529\,000 + 588\,000) = 11,96$$

$$K_{\text{одс}2018} = 7\,995\,000 / 0,5 * (588\,000 + 134\,000) = 22,15$$

Полученные результаты сведем в таблицу 2.7 и сделаем выводы.

Таблица 2.7 – Показатели деловой активности ООО «РА «Стяг»

Коэффициент	Показатель по годам			Вывод
	2016	2017	2018	
1. Оборачиваемость совокупного капитала	4,02	3,79	3,67	Коэффициент оборачиваемости совокупного капитала в период с 2016 по 2018 гг. снизился, что свидетельствует о снижении эффективности использования активов предприятия.
2. Оборачиваемость текущих активов	5,13	4,55	4,24	Коэффициент оборачиваемости ОА снизился к 2018 г., что свидетельствует о понижающейся тенденции результативности использования ОА предприятия.
3. Оборачиваемость собственного капитала	8,61	5,97	4,78	Коэффициент оборачиваемости собственного капитала с 2016 по 2018 гг. снизился, что показывает снижение активности и скорости использования собственного капитала предприятием.
4. Оборачиваемость материальных запасов	38,20	23,91	17,10	Показатель оборачиваемости МЗ также снизился к 2018 г., что говорит, о снижении активности предприятия в создании денежных средств с помощью имеющихся запасов. Однако коэффициенты находятся в пределах нормы, что характеризует достаточную обеспеченность предприятия запасами.
5. Оборачиваемость дебиторской задолженности	12,17	10,58	7,56	Коэффициент оборачиваемости ДЗ уменьшился в 2018 г. по сравнению с 2016 и 2017 гг., что говорит, о снижении активности погашения покупателями и заказчиками своих задолженностей предприятию, что, в свою очередь, увеличивает риски неполучения предприятием своих денежных средств.
6. Оборачиваемость кредиторской задолженности	7,55	10,34	15,75	Показатель оборачиваемости КЗ к 2018 г. увеличился, что свидетельствует, о способности предприятия погашать свои срочные обязательства, что указывает на нормальную платежеспособность предприятия в целом.
7. Оборачиваемость денежных средств	11,58	11,96	22,15	Коэффициент оборачиваемости денежных средств с 2016 по 2018 гг. вырос почти вдвое, что указывает на увеличение скорости использования предприятием денежных средств.

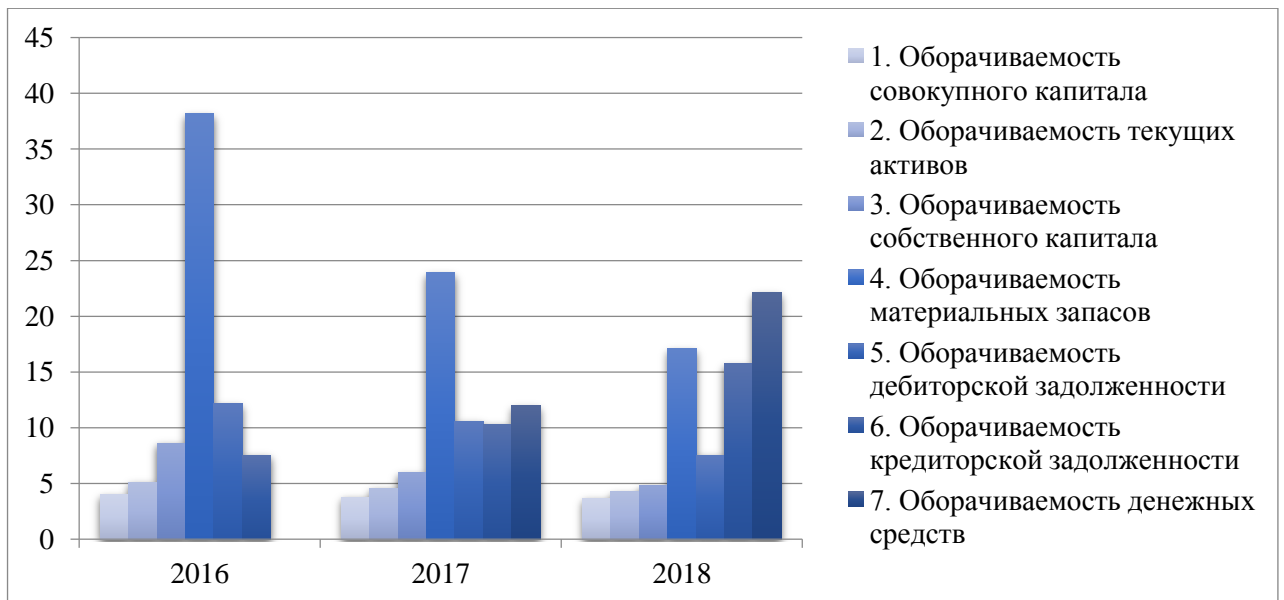


Рисунок 2.6 – Динамика показателей деловой активности ООО «РА «Стяг»

Одним из этапов анализа деловой активности является расчет производственного, операционного и финансового цикла.

Производственный цикл ($\Pi_{\text{П}}$) характеризует время хранения производственных запасов с момента их поступления до момента отпуска в производство (в днях). Производственный цикл равен длительности оборота в запасах: [1]

$$\Pi_{\text{П}} = \Pi_{\text{ОМЗ}} \quad (27)$$

$$\Pi_{\text{П}2016} = 10 \text{ дней}$$

$$\Pi_{\text{П}2017} = 15 \text{ дней}$$

$$\Pi_{\text{П}2018} = 21 \text{ день}$$

Продолжительность операционного цикла ($\Pi_{\text{О}}$) характеризует общее время, в течение которого финансовые ресурсы находятся в материальных средствах и дебиторской задолженности (в днях). Необходимо стремиться к снижению значения данного показателя: [1]

$$\Pi_{\text{О}} = \Pi_{\text{ДЗ}} + \Pi_{\text{ОМЗ}} \quad (28)$$

$$\Pi_{\text{О}2016} = 30 + 10 = 40 \text{ дней}$$

$$\Pi_{\text{О}2017} = 35 + 15 = 50 \text{ дней}$$

$$\Pi_{\text{О}2018} = 48 + 21 = 69 \text{ дней}$$

Продолжительность финансового цикла (Цф) это время, в течение которого финансовые ресурсы отвлечены из оборота (в днях): [1]

$$Ц_{\text{ф}} = Ц_{\text{о}} - П_{\text{кз}} \quad (29)$$

$$Ц_{\text{ф}2016} = 40 - 48 = -8 \text{ дней}$$

$$Ц_{\text{ф}2017} = 50 - 35 = 15 \text{ дней}$$

$$Ц_{\text{ф}2018} = 69 - 23 = 46 \text{ дней}$$

Цель управления оборотными средствами - сокращение финансового цикла, т. е. сокращение операционного цикла и замедление срока оборота кредиторской задолженности до приемлемого уровня.

2.2.5 Анализ рентабельности

Финансовые результаты деятельности предприятия характеризуются суммой полученной прибыли и уровнем рентабельности. Прибыль предприятия получают главным образом от реализации продукции, а также от других видов деятельности (сдача в аренду основных фондов, коммерческая деятельность на финансовых и валютных биржах и т.д.).

Доходность, т.е. прибыльность предприятия, может быть оценена при помощи как абсолютных, так и относительных показателей. Абсолютные показатели выражают прибыль, и измеряются в стоимостном выражении, т.е. в рублях. Относительные показатели характеризуют рентабельность и измеряются в процентах или в виде коэффициентов. [13]

Рентабельность – это один из показателей, характеризующий экономическую эффективность деятельности предприятия.

Рентабельность представляет собой такое использование средств, при котором организация не только покрывает свои затраты доходами, но и получает прибыль.

Общая формула расчета рентабельности:

$$R = \Pi / V * 100\%, \quad (30)$$

где R – рентабельность;

П – прибыль предприятия;

V – показатель, по отношению к которому рассчитывается рентабельность.

Рассчитаем коэффициенты рентабельности ООО «РА «Стяг»:

1) Рентабельность собственного капитала:

$$R_{СК} = \text{ЧП} / \text{Средняя стоимость СК} \quad (31)$$

$$R_{СК2016} = 449\,000 / 0,5 * (526\,000 + 747\,000) = 0,71$$

$$R_{СК2017} = 743\,000 / 0,5 * (747\,000 + 1\,490\,000) = 0,66$$

$$R_{СК2018} = 367\,000 / 0,5 * (1\,490\,000 + 1\,857\,000) = 0,22$$

2) Рентабельность внеоборотных активов:

$$R_{ВОА} = \text{ЧП} / \text{Средняя стоимость ВОА} \quad (32)$$

$$R_{ВОА2016} = 449\,000 / 0,5 * (295\,000 + 295\,000) = 1,52$$

$$R_{ВОА2017} = 743\,000 / 0,5 * (295\,000 + 295\,000) = 2,52$$

$$R_{ВОА2018} = 367\,000 / 0,5 * (295\,000 + 295\,000) = 1,24$$

3) Рентабельность оборотных активов:

$$R_{ОА} = \text{ЧП} / \text{Средняя стоимость ОА} \quad (33)$$

$$R_{ОА2016} = 449\,000 / 0,5 * (1\,058\,000 + 1\,077\,000) = 0,42$$

$$R_{ОА2017} = 743\,000 / 0,5 * (1\,077\,000 + 1\,862\,000) = 0,51$$

$$R_{ОА2018} = 367\,000 / 0,5 * (1\,862\,000 + 1\,910\,000) = 0,20$$

4) Рентабельность активов:

$$R_A = \text{ЧП} / \text{Средняя стоимость активов} \quad (34)$$

$$R_{A2016} = 449\,000 / 0,5 * (1\,353\,000 + 1\,372\,000) = 0,37$$

$$R_{A2017} = 743\,000 / 0,5 * (1\,372\,000 + 2\,157\,000) = 0,42$$

$$R_{A2018} = 367\,000 / 0,5 * (2\,157\,000 + 2\,205\,000) = 0,17$$

5) Рентабельность основной деятельности:

$$R_{ОД} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Издержки} \quad (35)$$

$$R_{ОД2016} = 639\,000 / 4\,842\,000 = 0,13$$

$$R_{ОД2017} = 1\,172\,000 / 5\,510\,000 = 0,21$$

$$R_{ОД2018} = 472\,000 / 7\,523\,000 = 0,06$$

6) Рентабельность продаж (по чистой прибыли):

$$R_{\Pi} = \text{ЧП} / \text{Выручка от продаж} \quad (36)$$

$$R_{\Pi 2016} = 449\,000 / 5\,481\,000 = 0,08$$

$$R_{\Pi 2017} = 743\,000 / 6\,682\,000 = 0,11$$

$$R_{\Pi 2018} = 367\,000 / 7\,995\,000 = 0,05$$

7) Рентабельность продаж (по прибыли от продаж):

$$R_{\Pi} = \text{Прибыль от продаж} / \text{Выручка от продаж} \quad (37)$$

$$R_{\Pi 2016} = 639\,000 / 5\,481\,000 = 0,12$$

$$R_{\Pi 2017} = 1\,172\,000 / 6\,682\,000 = 0,18$$

$$R_{\Pi 2018} = 472\,000 / 7\,995\,000 = 0,06$$

Полученные коэффициенты рентабельности сведем в таблицу 2.8 и сделаем соответствующие выводы.

Таблица 2.8 – Показатели рентабельности ООО «РА «Стяг»

Коэффициент	Показатель по годам		Вывод	
	2017	2018		
1. Рентабельность собственного капитала	0,71	0,66	0,22	Коэффициент рентабельности собственного капитала в период с 2016 по 2018 гг. уменьшился, что свидетельствует о понижении эффективности использования СК предприятия.
2. Рентабельность внеоборотных активов	1,5	2,52	1,24	Коэффициент рентабельности ВОА уменьшился в 2018 г., что свидетельствует о понижении доходности от финансовых вложений предприятия.
3. Рентабельность оборотных активов	0,42	0,51	0,20	Коэффициент рентабельности ОА в 2018 г. уменьшился, что указывает на снижение использования наиболее мобильных активов предприятия.
4. Рентабельность активов	0,37	0,42	0,17	Показатель рентабельности активов также имеет тенденцию к понижению, что говорит о снижении доходности от использования активов предприятия.
5. Рентабельность основной деятельности	0,13	0,21	0,06	Показатель рентабельности основной деятельности с 2016 по 2018 гг. уменьшился, что является неблагоприятным фактором для предприятия, т.к. снижается эффективность основной деятельности, что приводит к уменьшению прибыли и увеличению рисков финансовых потерь.

Продолжение таблицы 2.8

Коэффициент	Показатель по годам			Вывод
	2016	2017	2018	
6. Рентабельность продаж (по чистой прибыли)	0,08	0,11	0,05	Показатели рентабельности продаж к 2018 г. снизились, что свидетельствует о понижении конкурентоспособности продукции на рынке, так как уменьшается спрос на продукцию предприятия.
7. Рентабельность продаж (по прибыли от продаж)	0,12	0,18	0,06	

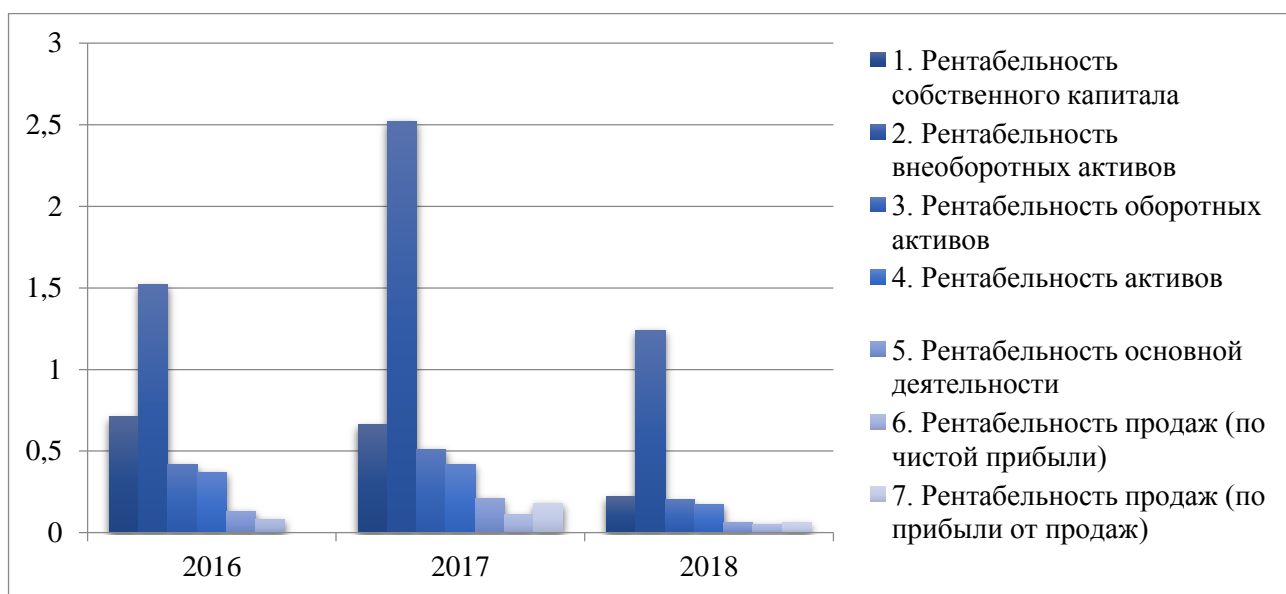


Рисунок 2.7 – Динамика показателей рентабельности ООО «РА «Стяг»

Таким образом, рассчитав коэффициенты рентабельности, можно заметить, что все показатели уменьшились в 2018 г., что является неблагоприятным фактором для дальнейшей деятельности организации. Следует также отметить, что коэффициент рентабельности основной деятельности по-прежнему остается на среднем уровне, что характеризует ООО «РА «Стяг» как среднерентабельное предприятие. Также заметим, что данный показатель имеет понижающуюся тенденцию, что приводит к уменьшению прибыли и увеличению рисков финансовых потерь. Однако, если руководство предприятия примет некоторые управленческие решения по снижению издержек, то в дальнейшем это даст предприятию возможность получать больше прибыли от основной деятельности и уменьшить риски финансовых потерь.

2.3 Анализ затрат предприятия на производство продукции

Экономический эффект от финансово-хозяйственной деятельности предприятия определяют его затраты на ведение бизнеса.

Затраты – это расходы предприятия, либо индивидуального предпринимателя, на производство, обращение, сбыт продукции, выраженные в денежной форме.

Наибольший удельный вес во всех расходах предприятий занимают затраты на производство продукции (работ, услуг). Совокупность производственных затрат показывает, во что обходится предприятию изготовление выпускаемой продукции, т.е. составляет производственную себестоимость продукции.

Рассмотрим динамику изменений в затратах по обычным видам деятельности ООО «РА «Стяг» за 2016 – 2018 гг.:

Таблица 2.9 – Динамика изменений в затратах по обычным видам деятельности ООО «РА «Стяг» за 2016-2018 гг.

Наименование показателя	2016		2017		2018		Абсолютное отклонение, тыс. руб.		Относительное отклонение, %	
	тыс. руб.	Уд. Вес, %	тыс. руб.	Уд. Вес, %	тыс. руб.	Уд. Вес, %	2017/2016	2018/2017	2017/2016	2018/2017
Материальные затраты	1942,7	40,12	2351,7	42,68	3650,3	48,52	409	1298,6	21,05	55,22
Амортизация	202,3	4,18	389,2	7,06	434,5	5,78	186,9	45,3	92,39	11,64
Затраты на оплату труда	2040,1	42,13	2064,4	37,47	2401,7	31,92	24,3	337,3	1,19	16,34
Социальные выплаты	457,9	9,46	482,5	8,76	630,4	8,38	24,6	147,9	5,37	30,65
Прочие затраты	199,0	4,11	222,2	4,03	406,1	5,40	23,2	183,9	11,66	82,76
Итого затрат	4842	100	5510	100	7523	100	668	2013	-	-

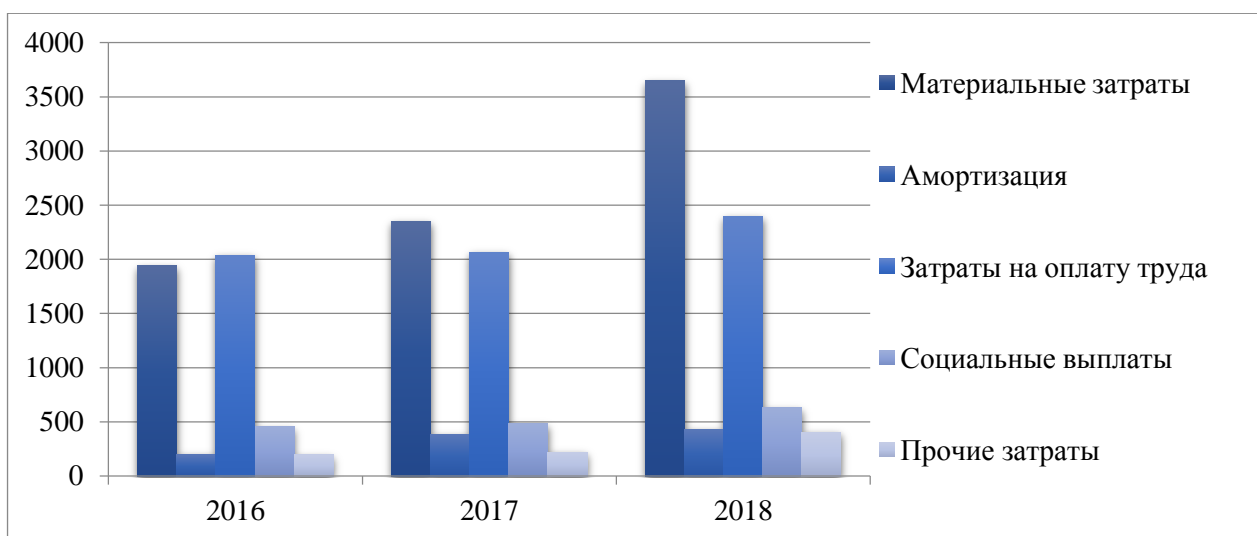


Рисунок 2.8 – Динамика затрат ООО «РА «Стяг» за 2016-2018 гг.

По данным приведенной выше таблицы можно сделать вывод, что за анализируемый период 2016-2018 гг. материальные затраты предприятия увеличились на 1 707,6 тыс. рублей. Данная статья затрат занимает наибольший удельный вес в общем количестве затрат и составляет 48,52% по состоянию на 2018 год. Затраты на амортизацию в период с 2016 по 2018 гг. возросли на 232,2 тыс. рублей (с 202,3 тыс. руб. до 434,5 тыс. руб.). Затраты на оплату труда и социальные выплаты, также увеличились за анализируемый период. Затраты на оплату труда выросли на 361,6 тыс. рублей, а социальные выплаты увеличились на 172,5 тыс. рублей. Следует заметить, что прочие затраты занимают наименьший удельный вес в общей сумме затрат и составляют 5,40%. Прочие затраты также, как и остальные статьи затрат, имеют тенденцию к увеличению. В период с 2016 по 2018 гг. они возросли на 207,1 тыс. руб. Следовательно, общая сумма затрат на производство продукции в ООО «РА «Стяг» в период с 2016 по 2018 гг. увеличилась и составила 7 523,0 тыс. руб.

3 РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ КЛИЕНТОВ ФИРМЫ

3.1 Методические основы оценка эффективности инвестиционного проекта

Эффективность инвестиционного проекта характеризуется системой показателей, которые отражают соотношение затрат и результатов от инвестиционного проекта.

Выделяют следующие показатели эффективности инвестиционного проекта относительно интересов его участников:

- показатели коммерческой (финансовой) эффективности, учитывающие финансовые последствия реализации проекта для его непосредственных участников;

- показатели бюджетной эффективности, отражающие финансовые последствия проекта для федерального, регионального или местного бюджетов;

- показатели экономической эффективности, учитывающие затраты и результаты, связанные с реализацией проекта, выходящие за пределы прямых финансовых интересов участников инвестиционного проекта и допускающие стоимостное измерение.

При определении эффективности инвестиционного проекта оценка предстоящих затрат и результатов осуществляется в пределах периода планирования, который измеряется количеством шагов расчета. Шагом расчета в пределах периода планирования могут быть; месяц, квартал, полугодие или год.

Для соизмерения показателей по различным шагам периода планирования при оценке эффективности инвестиционного проекта используется приведение их к ценности в начальном шаге (дисконтирование).

Технически приведение к начальному шагу затрат, результатов и эффектов, которые имеют место на t-ом шаге расчета реализации проекта, производится путем их умножения на коэффициент дисконтирования α_t , определяемый как:

$$\alpha_t = \frac{1}{(1 + E)^t}, \quad (38)$$

где t - номер шага расчета ($t = 0, 1, \dots, T$),

T - период планирования;

E - норма дисконтирования, равная приемлемой для инвестора норме доходности на капитал.

Для сравнения вариантов инвестиционного проекта, а также для сравнения различных инвестиционных проектов используется ряд общепринятых показателей. К ним относятся: чистый дисконтированный доход (ЧДД), индекс доходности (ИД), внутренняя норма доходности (ВНД), срок окупаемости.

Чистый дисконтированный доход - это сумма текущих эффектов (разницы результатов и затрат) за весь период планирования, приведенная к начальному шагу:

$$\text{ЧДД} = \sum_{t=0}^T (R_t - Z_t) * \alpha_t - K, \quad (39)$$

где R_t - результаты, достигаемые на t -ом шаге расчета;

Z_t - затраты, осуществляемые на t -ом шаге расчета, при условии, что в них не входят капиталовложения;

α_t - коэффициент дисконтирования.

K - сумма дисконтированных капиталовложений, вычисляемая по формуле:

$$K = \sum_{t=0}^T K_t * \alpha_t, \quad (40)$$

где K_t - капиталовложения на t -ом шаге.

В случае если ЧДД проекта положителен, проект эффективен, если отрицателен - неэффективен. Чем больше ЧДД, тем эффективнее проект.

Индекс доходности - это отношение приведенного эффекта к приведенным капиталовложениям:

$$\text{ИД} = \frac{1}{K} * \sum (R_t - Z_t) * \frac{1}{(1 - E)^t}, \quad (41)$$

Если ИД больше единицы, проект эффективен, если ИД меньше единицы - неэффективен.

Внутренняя норма доходности - это норма дисконта ($E_{\text{ВНД}}$), при которой величина приведенных эффектов равна приведенным капиталовложениям, то есть $E_{\text{ВНД}}$ находится из уравнения:

$$\sum_{t=0}^T \frac{R_t - Z_t}{(1 + E_{\text{ВНД}})^t} = \sum_{t=0}^T \frac{K_t}{(1 + E_{\text{ВНД}})^t}, \quad (42)$$

Найденное значение $E_{\text{ВНД}}$ (ВНД) сравнивается с требуемой инвестором нормой дохода на вкладываемый капитал. В случае, когда ВНД равна или больше требуемой инвестором нормы дохода на капитал, капиталовложения в данный инвестиционный проект оправданы, и может рассматриваться вопрос о его принятии. В противном случае капиталовложения в данный проект нецелесообразны.

Срок окупаемости - это минимальный временной интервал (от начала осуществления проекта), за пределами которого ЧДД становится и в дальнейшем остается неотрицательным.

При осуществлении проекта выделяется три вида деятельности: инвестиционная, операционная и финансовая.

В рамках каждого вида деятельности происходит приток и отток денежных средств. Разность между ними называется потоком денежных средств.

Сальдо денежных потоков - это разность между притоком и оттоком денежных средств от всех видов деятельности.

Положительное сальдо денежных потоков на t -ом шаге определяет излишние денежные средства на t -ом шаге.

Отрицательное - определяет недостающие денежные средства на t -ом шаге.

Необходимым критерием осуществимости инвестиционного проекта является положительность сальдо накопленных денежных потоков в любом временном интервале, в котором осуществляют затраты и получают доходы. Отрицательная величина сальдо накопленных денежных потоков свидетельствует о необходимости привлечения дополнительных собственных или заемных средств и отражения этих средств в расчетах эффективности.

3.2 Сущность предлагаемого мероприятия

Современные рекламные агентства систематически сталкиваются с разнообразными маркетинговыми ситуациями, требующими более глубокого понимания интересов потребителей, приобретение новых навыков создания рекламного продукта и тем самым – повышение своей компетенции. Это позволяет создавать качественные рекламные средства и обеспечивать эффективность их применения. [7]

Рекламная отрасль постоянно «набирает обороты» на российском рынке и увеличивает области распространения, посредством постоянного технологического усовершенствования процесса создания продуктов рекламы. [5] Очередным технологическим новшеством в рекламном бизнесе и стала 3D печать, которая теперь доступна не только крупному бизнесу, но и предприятиям малого и среднего бизнеса, в данном случае – рекламным агентствам или дизайнерским студиям. С помощью использования 3D принтеров российские рекламные агентства имеют возможность повышать качество своей работы, при этом экономя значительные средства, в том числе время на создание рекламного продукта. [6]

Использование технологий 3D печати позволит рекламным агентствам отойти от традиционных видов создания продукта путем трудоемких процессов лазерной резки, фрезеровки, ручной склейки. Зачастую рекламным агентствам приходится изготавливать боковые поверхности, что становится возможным либо в ручную, либо с помощью дорогостоящего гибочного оборудования. 3D печать упрощает данный процесс в разы, так как печать на 3D оборудовании сокращается до одного этапа.

Актуальной проблемой в развитии современной рекламной отрасли является постоянное технологическое усовершенствование процессов создания рекламной продукции в отдельных рекламных агентствах, что позволяет им всегда оставаться востребованными на рынке услуг, постепенно увеличивать

спектр предлагаемых продуктов и услуг, повышать свою клиентскую базу и вести долгосрочное сотрудничество с уже имеющимися клиентами, а также всегда поддерживать высокий уровень конкурентоспособности на рынке рекламы.

Решением данной проблемы может послужить предлагаемый инвестиционный проект, суть которого состоит во внедрении в процесс производства одного из рекламных агентств г. Нижневартовск, а именно ООО «РА «Стяг», технологии 3D печати на усовершенствованном 3D принтере Winbo Dragon (XL), который обеспечивает быструю и качественную печать различных 3D моделей как малых, так и крупных размеров, благодаря обширной области печати $915 \times 610 \times 1220$ мм и обновленным соплам диаметром 1,2 мм.

Целью данного инвестиционного мероприятия является оснащение передовыми технологиями 3D печати ООО «РА «Стяг», что позволит данной фирме расширить спектр предлагаемых рекламных услуг услугами инновационной объемной печати, а также увеличить клиентскую базу, путем привлечения новых клиентов, и иметь возможность занять подавляющую часть сегмента рынка рекламных услуг в регионе.

Таким образом, использование 3D печати в создании рекламного продукта является большим преимуществом как для рекламного агентства, так и для его клиентов.

Определим основные преимущества в работе на 3D принтере:

- создание изделий любой геометрии;
- возможность сочетания нескольких материалов и цветов при печати одного изделия;
- использование пластиков, стойких к ультрафиолету, исключает необходимость дополнительной обработки элементов конструкции;
- высокая детализация при печати различных моделей;
- 3D печать обеспечивает высокую скорость создания дизайн-макета любой сложности;
- стоимость сырья для 3D принтера имеет небольшую стоимость.

Также следует обратить внимание на один немаловажный аспект в любом производстве – контроль качества. Он не только влияет на репутацию рекламного агентства в своей отрасли, недостаточный технический контроль может привести к травмам тех же работников. Но поскольку при 3D печати применяется совершенно другой метод производства, чем в случае большинства операций на других станках, процесс 3D печати имеет значительно меньше недостатков и изъязнов.

Проект, 3D принтер Winbo Dragon (XL) относится к инструментам быстрого прототипирования и предназначен для послойного создания (печати) детали.



Рисунок 3.1 – 3D принтер Winbo Dragon (XL)

Данный инвестиционный проект будет реализовываться в ООО «РА «Стяг».

Создание детали на 3D принтере Winbo Dragon (XL) осуществляется способом послойной печати («выращивания») твердого объекта с использованием ABS/PLA полимеров.

Winbo Dragon (XL) является усовершенствованной моделью 3D принтеров с обширной областью печати $915 \times 610 \times 1220$ мм, что позволяет создавать крупные модели не прибегая к склейке. Данная модель 3D принтера специально разработана для быстрой печати больших объектов. Обновленные сопла диаметром 1,2 мм производят подачу полимера равномерно и предотвращают частое засорение, что делает работу более быстрой, а объекты печати более качественными. Корпус оборудования выполнен из алюминиевого профиля по промышленным стандартам, что обеспечивает высокую надежность и устойчивость к вибрациям. Платформа построения выполнена из прочного термостойкого стекла, что позволяет печатать большие и тяжелые модели. [19]

Таблица 3.1 – Технические характеристики Winbo Dragon (XL)

Наименование	Показатель
Материал корпуса	6мм алюминиево-пластиковые композитные панели
Область построения	$915 \times 610 \times 1220$ мм
Технология печати	FDM
Количество экструдеров (печатающих головок)	1
Диаметр сопла	1,2 мм
Диаметр нити	3,00 мм
Вид намотки	Катушка
Тип пластика	ABS/PLA
Скорость печати	80 - 200 мм/с
Производительность	$4,54 \text{ м}^3/\text{час}$
Рабочая температура экструдера	0 - 240 °С
Температура подогрева площадки	0 - 50 °С
Точность позиционирования по оси XY	0,010 мм
Точность позиционирования по оси Z	0,010 мм
Дисплей	OLED
Энергопотребление	95 - 230 В, 50 - 60 Hz, 2500 Вт
Размеры (без упаковки)	$1587 \times 1347 \times 2000$ мм
Вес	422,0 кг

Поставщиком данного 3D оборудования является интернет-магазин «Top 3D Shop». Компания «Top 3D Shop» занимается поставками, сервисом и

наладкой профессионального и персонального 3D-оборудования: 3D принтеры, 3D-сканеры, ЧПУ станки, литьевое оборудование, гаджеты и аксессуары. [19]

Данная компания является лидирующим официальным поставщиком и дистрибьютором 3D-оборудования и расходных материалов и осуществляет продажу оборудования юридическим и физическим лицам, а также активно участвует в госзакупках и тендерах. [19]

Определив целесообразность внедрения данного инвестиционного проекта, рассчитаем капитальные затраты на приобретение 3D принтера Winbo Dragon (XL), которые включают в себя затраты на покупку 3D принтера, транспортные расходы, затраты на пусконаладочные работы, а также затраты на обучение персонала работе на станке. Расчет капитальных затрат представлен в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Капитальные затраты

Наименование	Сумма, руб.	Удельный вес в % к итогу
1. Печатный станок	3 100 000,00	98,41
1.1 3D принтер Winbo Dragon (XL)	3 100 000,00	98,41
2. Транспортные расходы	25 000,00	0,79
3. Пусконаладочные работы	20 000,00	0,63
3.1 Сборка и подключение станка	15 000,00	0,48
3.2. Настройка программного обеспечения станка	5 000,00	0,16
4. Обучение работе на оборудовании	5 000,00	0,16
Всего	3 150 000,00	100,00

Далее рассчитаем сумму амортизационных отчислений основных фондов:

$$\sum \text{Аморт. отчисл.} = 3\,150\,000,00 * 20\% = 630\,000,00 \text{ руб.}$$

Таким образом первоначальная стоимость приобретенного оборудования составила 3 150 000,00 руб., что в обязательном порядке предполагает начисления амортизационных отчислений с данной первоначальной стоимости.

Годовая норма амортизации по приобретенному оборудованию со сроком полезного использования – 5 лет, составит 20%. Амортизация рассчитывается линейным способом. Расчет амортизационных отчислений представлен в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Амортизационные отчисления

Наименование	Сумма
Стоимость основных фондов, тыс.руб.	3 150 000,00
Амортизация	630 000,00

Кроме капитальных затрат данный инвестиционный проект имеет ряд текущих издержек, в том числе материальные затраты, затраты на оплату труда, страховые взносы, амортизация основных фондов, а также прочие затраты, рассчитанных за год и представленных в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Текущие издержки

Наименование	Всего текущих затрат, руб.
1. Материальные затраты	484 704,00
1.1 Затраты на электроэнергию	20 294,00
1.2 Затраты на заправку ABS/PLA материалом	464 400,00
2. Затраты на оплату труда	480 000,00
3. Страховые взносы (30,2)	144 960,00
4. Амортизация основных фондов	630 000,00
5. Прочие затраты	21 000,00
Итого затрат:	1 760 654,00
Текущие издержки без амортизации:	1 130 654,00

К материальным затратам относятся затраты на электроэнергию и затраты на заправку ABS/PLA материалом.

Исходя из того, что работа на печатном станке Winbo Dragon (XL) будет производиться 8 часов в день, а его энергопотребление составляет 2500 Вт/ч, то с учетом тарифной стоимости 1кВт/ч = 2,78 руб., рассчитаем годовые затраты на электроэнергию:

$$Z_{эл.} = (2,5кВт * 8 * 2,78) * 365 = 20 294,00 \text{ руб.}$$

С учетом того, что одна катушка пластика стоит 1290 руб., а данный 3D принтер будет расходовать около 30 катушек в месяц (с расчетом на закупку различных цветом пластика), исходя из этого, годовые затраты на заправку принтера ABS/PLA пластиком составят:

$$Z_{запр.} = 1290 * 30 * 12 = 464 400,00 \text{ руб.}$$

Для работы на данном оборудовании необходима 1 единица персонала, средняя заработная плата которого составит 40 000 руб., следовательно, годовые затраты на оплату труда составят:

$$Z_{з/п} = 40\,000 * 12 = 480\,000,00 \text{ руб.}$$

Страховые взносы составляют 30,2% и рассчитываются исходя из затрат на оплату труда:

$$\text{Страховые взносы} = 480\,000/100 * 30,2 = 144\,960,00 \text{ руб.}$$

Также имеются прочие затраты, которые включают в себя диагностику оборудования и его непредвиденный ремонт, и составляют 21 000,00 руб.

Данные затраты будут являться целесообразными в том случае, если размер экономического эффекта от использования данного 3D принтера в течении года составит 2 738 400,00 руб. (таблица 3.5).

Таблица 3.5 – Экономический эффект

Наименование	Значение
1. Выручка от реализации печатных услуг в месяц, руб.	228 200,00
Количество месяцев	12,00
3. Экономический эффект от реализации услуг, руб.	2 738 400,00

3.3 Оценка эффективности предлагаемого мероприятия

В основу расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта положены следующие предположения:

- продолжительность периода планирования принята 5 лет (5 шагов);
- в качестве шага планирования принят один год;
- норма дисконта принята на уровне 15 % в год;
- цены, тарифы и нормы не изменяются на протяжении всего периода планирования;

Продолжительность периода определена исходя из среднего срока службы технологических машин и оборудования.

Норма дисконтирования установлена из условий:

- ключевая ставка ЦБ РФ – 7,5 %;
- риск недополучения прибыли 7,5 %.

Сделанные предположения характеризуют оценку эффективности проекта как предварительную, требующую уточнения в дальнейшем.

Результаты расчетов по оценке коммерческой эффективности проекта представлены в таблицах 3.6 – 3.11.

Таблица 3.6 – Поток денежных средств от инвестиционной деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Расходы на приобретение активов, всего	3 150 000,00					3 150 000,00
в том числе:						
за счет собственных средств	3 150 000,00					
за счет заемных средств.	0,00					0,00
2. Поток реальных средств						
2.1. По шагам	-3 150 000,00					-3 150 000,00
2.2. Нарастающим итогом	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	
3. Поток дисконтированных средств						
3.1. По шагам	-3 150 000,00					-3 150 000,00
3.2. Нарастающим итогом	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	-3 150 000,00	

Таблица 3.7 – Поток денежных средств от операционной деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Экономический эффект	2 738 400,00	2 738 400,00	2 738 400,00	2 738 400,00	2 738 400,00	13 692 000,00
2. Текущие издержки	1 130 654,00	1 130 654,00	1 130 654,00	1 130 654,00	1 130 654,00	5 653 270,00
3. Амортизация основных средств	630 000,00	630 000,00	630 000,00	630 000,00	630 000,00	3 150 000,00
4. Валовый доход	977 746,00	977 746,00	977 746,00	977 746,00	977 746,00	4 888 730,00
5. Налог на прибыль (20%)	195 549,20	195 549,20	195 549,20	195 549,20	195 549,20	977 746,00
6. Чистая прибыль	782 196,80	782 196,80	782 196,80	782 196,80	782 196,80	3 910 984,00
7. Поток реальных средств						
7.1. По шагам	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	7 060 984,00
7.2. Нарастающим итогом	1 412 196,80	2 824 393,60	4 236 590,40	5 648 787,20	7 060 984,00	
8. Поток дисконтированных средств						
8.1. По шагам	1 412 196,80	1 227 997,22	1 067 823,67	928 542,32	807 428,10	5 443 988,11
8.2. Нарастающим итогом	1 412 196,80	2 640 194,02	3 708 017,68	4 636 560,00	5 443 988,11	

Таблица 3.8 – Поток денежных средств от финансовой деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Собственный капитал.	3 150 000,00					3 150 000,00
2. Поток реальных средств						
2.1. По шагам	3 150 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 150 000,00
2.2. Нарастающим итогом.	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	
3. Поток дисконтированных средств						
3.1. По шагам	3 150 000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	3 150 000,00
3.2. Нарастающим итогом.	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	3 150 000,00	

Таблица 3.9 – Поток денежных средств от инвестиционной и операционной деятельности

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств (ЧРД)						
1.1. По шагам	-1 737 803,20	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	3 910 984,00
1.2. Нарастающим итогом.	-1 737 803,20	-325 606,40	1 086 590,40	2 498 787,20	3 910 984,00	
2. Поток дисконтированных средств (ЧДД)						
2.1. По шагам	-1 737 803,20	1 227 997,22	1 067 823,67	928 542,32	807 428,10	2 293 988,11
2.2. Нарастающим итогом.	-1 737 803,20	-509 805,98	558 017,68	1 486 560,00	2 293 988,11	

Таблица 3.10 – Сальдо денежных потоков

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
1. Поток реальных средств						7 060 984,00
1.1. По шагам	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	
1.2. Нарастающим итогом (СРД).	1 412 196,80	2 824 393,60	4 236 590,40	5 648 787,20	7 060 984,00	

Таблица 3.11 – Период окупаемости

Наименование	Шаг (год) планирования					Итого за период
	0	1	2	3	4	
	2019	2020	2021	2022	2023	
0	-1 737 803,20	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	1 412 196,80	3 910 984,00
0,1	-1 737 803,20	1 283 815,27	1 167 104,79	1 061 004,36	964 549,42	2 738 670,64
0,2	-1 737 803,20	1 176 830,67	980 692,22	817 243,52	681 036,27	1 917 999,47
0,3	-1 737 803,20	1 086 305,23	835 619,41	642 784,16	494 449,35	1 321 354,95
0,4	-1 737 803,20	1 008 712,00	720 508,57	514 648,98	367 606,41	873 672,77
0,5	-1 737 803,20	941 464,53	627 643,02	418 428,68	278 952,45	528 685,49
0,6	-1 737 803,20	882 623,00	551 639,38	344 774,61	215 484,13	256 717,92
0,7	-1 737 803,20	830 704,00	488 649,41	287 440,83	169 082,84	38 073,88
0,8	-1 737 803,20	784 553,78	435 863,21	242 146,23	134 525,68	-140 714,30
0,9	-1 737 803,20	743 261,47	391 190,25	205 889,60	108 362,95	-289 098,92
1	-1 737 803,20	706 098,40	353 049,20	176 524,60	88 262,30	-413 868,70
0,7030	-1 737 803,20	829 240,63	486 929,32	285 924,44	167 894,56	32 185,76

За период планирования, жизненный цикл (5 лет), инвестиционный проект потребует 3 150 000,00 руб. капитальных вложений и принесет 3 910 984,00 руб. чистой прибыли.

Чистый реальный доход проекта составит 7 060 984,00 руб., чистый дисконтированный доход – 5 443 988,11 руб.

Индекс доходности исчисленный по реальным потокам равен 2,24 (7 060 984,0 / 3 150 000,0), а исчисленный по дисконтированным потокам – 1,73 (5 443 988,11 / 3 150 000,0), что свидетельствует о привлекательности инвестиционного мероприятия, так как оно обеспечит дополнительную отдачу капитала.

Внутренняя норма доходности инвестиций составляет 73% в год. График внутренней нормы доходности представлен на рисунке 3.2.

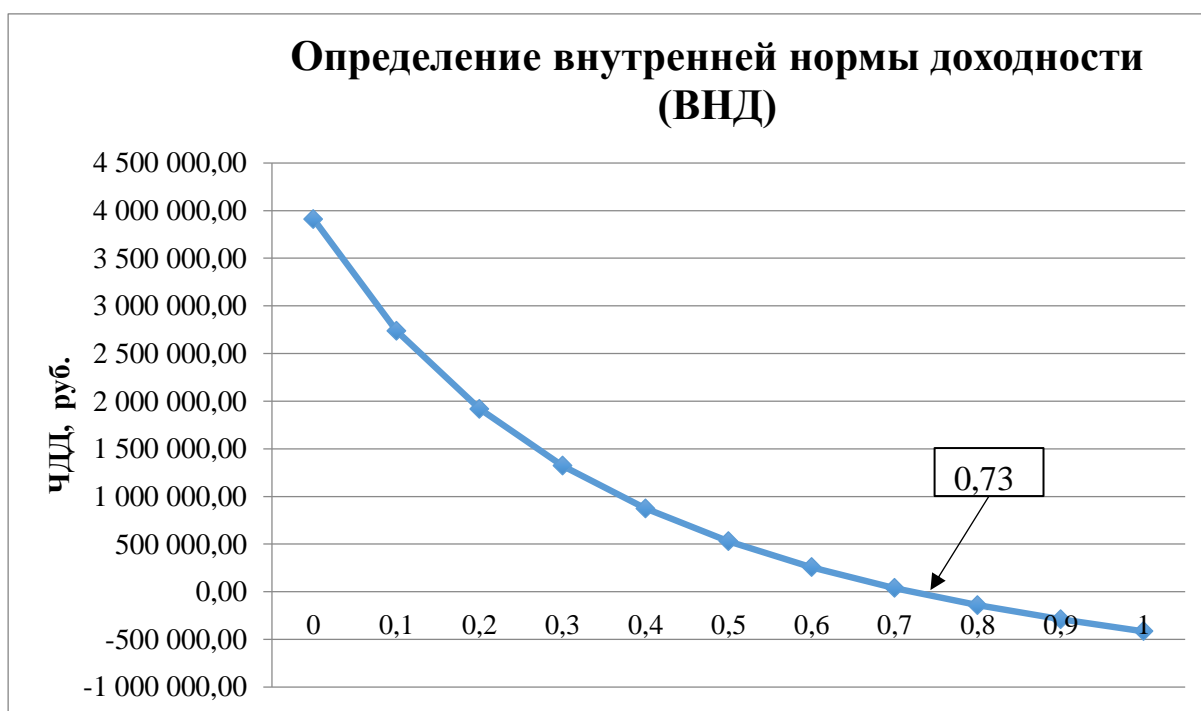


Рисунок 3.2 – Внутренняя норма доходности

Найдем срок окупаемости по следующей формуле:

$$\text{Срок окупаемости} = t' - \frac{\text{ЧДД}'}{\text{ЧДД} - \text{ЧДД}'} \quad (43)$$

Где, t' - шаг, когда было получено последнее отрицательное значение;

$\text{ЧДД}'$ - последнее отрицательное значение;

ЧДД – первое положительное значение.

$$\text{Срок окупаемости} = 1 - \frac{-509805,98}{558017,68 + 509805,98} = 1,5$$

Срок окупаемости проекта, исчисленный по дисконтированным потокам составляет 1,5 года.

Наглядно о формировании показателей эффективности проекта можно судить по рисунку 3.3.

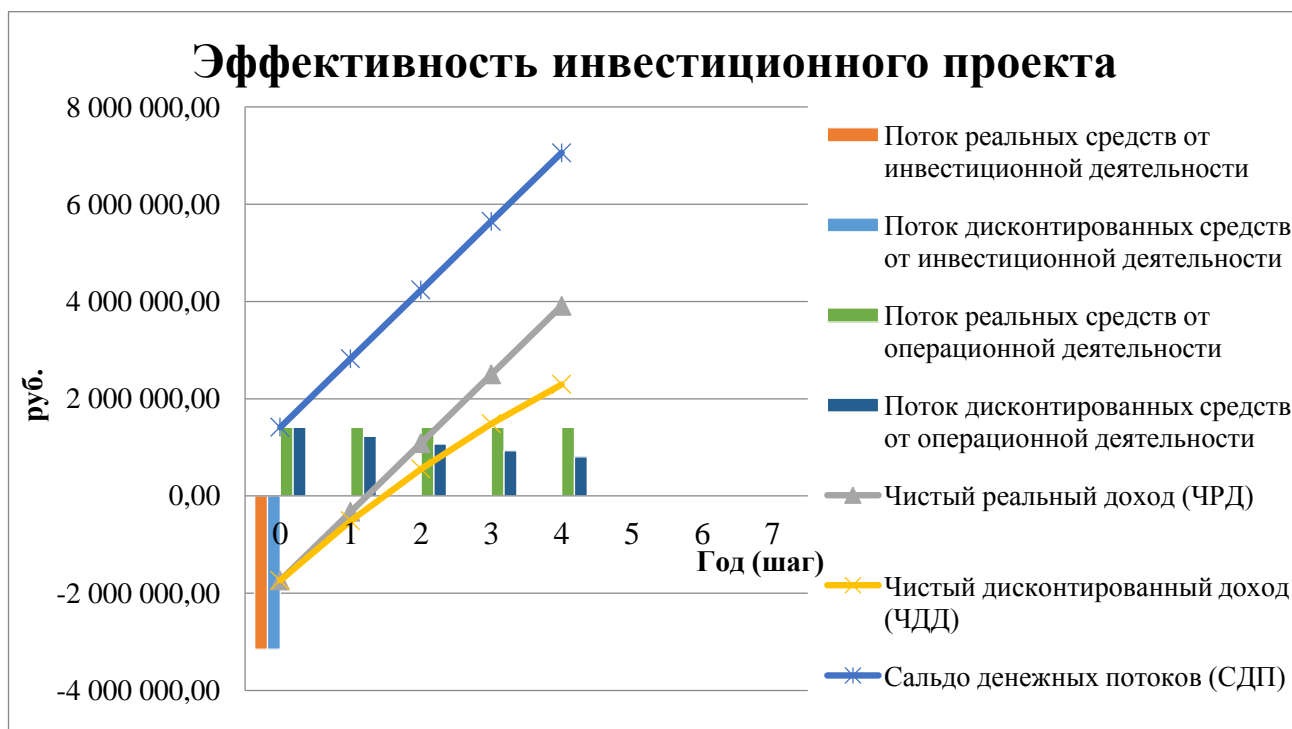


Рисунок 3.3 – Эффективность инвестиционного проекта

Положительный чистый дисконтированный доход и индекс доходности, превосходящий единицу, позволяют охарактеризовать проект как эффективный.

Внутренняя норма доходности и срок окупаемости устраивает предприятие как инвестора.

Положительное сальдо денежных потоков свидетельствует об осуществимости проекта при избранной схеме финансирования.

Следует подчеркнуть предварительный характер оценки коммерческой эффективности проекта и необходимость проведения более точных расчетов, учитывающих реально сложившуюся экономическую ситуацию в стране.

3.4 Анализ чувствительности проекта к риску

Любой инвестиционный проект имеет определенную степень риска, связанную различными экономическими и природными факторами, что делает необходимым проведение анализа чувствительности к риску предлагаемого инвестиционного проекта. Отметим, что риска является той разновидностью неопределённости, при которой вероятность наступления рискованных событий может быть определена, поэтому возможна её дальнейшая оценка. [4]

Итак, под риском понимается потенциальная, измеримая в количественном выражении, возможность потери в результате осуществления определённой производственной, операционной или инвестиционной деятельности. [4]

Таким образом, помимо возникновения ситуации риска и его осознания, для субъекта инвестиционной деятельности необходимо принять решение, которое может быть сделано только на основе количественного и качественного анализа и оценки риска. Следовательно, чем более эффективные методы оценки риска будут применены субъектом, тем более точным и успешным окажется его решение по выбору того или иного объекта инвестиционной деятельности. [4]

Для определения степени чувствительности инвестиционного проекта к риску построим соответствующую диаграмму, которая называется «диаграммой чувствительности к риску». Для построения диаграммы чувствительности проекта к риску вычислим вариации значений ЧДД при изменении данных параметров.

Таблица 3.12 – Значение ЧДД при варьируемых показателях

Показатели	-15%	-10%	-5%	0	5%	10%	15%
Выручка	4177211,38			5443988,11			6710764,84
Текущие издержки		5792679,8		5443988,11		5095296,37	
Налоги			5632447,59	5443988,11	5255528,62		

На рисунке 3.4 представлена диаграмма чувствительности к риску для предлагаемого проекта.

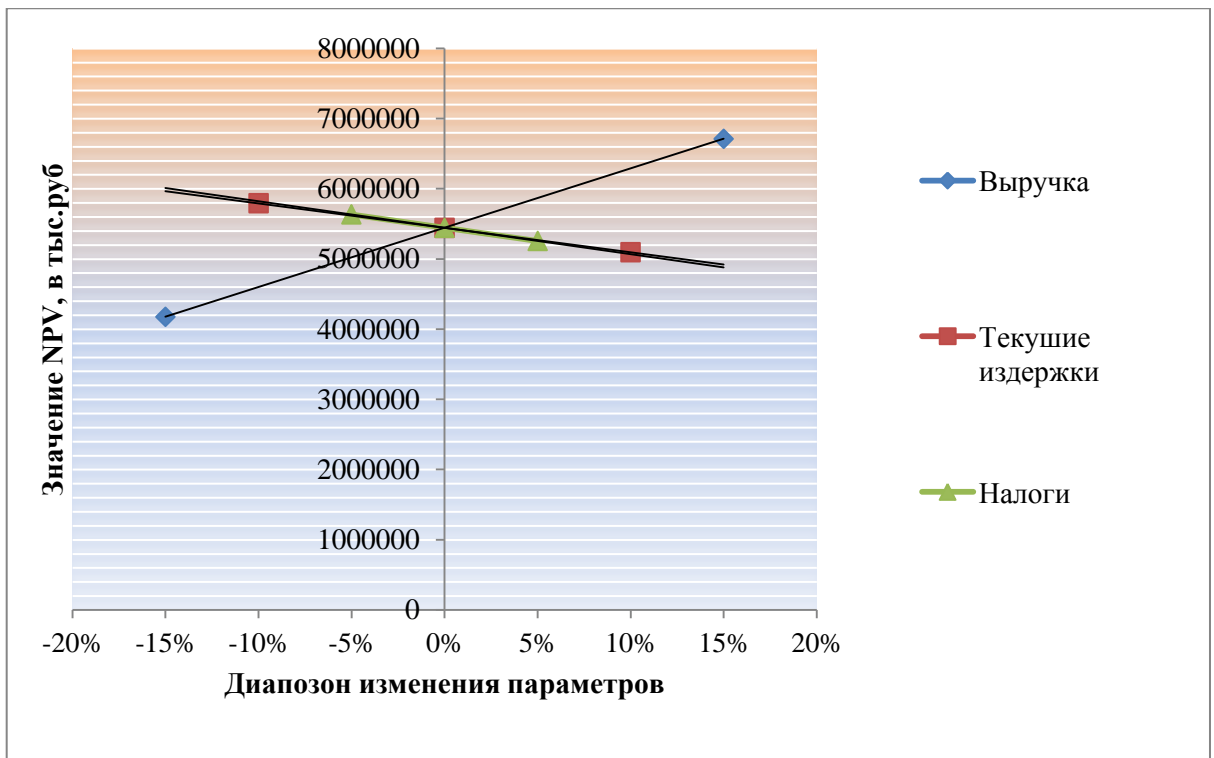


Рисунок 3.4 – Диаграмма чувствительности проекта к риску

Таким образом, рассчитав изменение ЧДД при вариации факторов по диаграмме чувствительности проекта к риску, можно утверждать, что мероприятие имеет незначительный уровень предпринимательского риска, так как график находится в положительной области построения, что свидетельствует об экономической целесообразности внедрения данного проекта.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итоги данной выпускной квалификационной работы, отметим, что все поставленные ранее задачи были выполнены: мы ознакомились с историей создания предприятия, рассмотрели его цели и виды деятельности, проанализировали организационную структуру ООО «РА «Стяг», ознакомились с организационно-правовым статусом предприятия, а также изучили отраслевые особенности функционирования организации, провели SWOT-анализ и анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия, проанализировали затраты организации и определили целесообразность внедрения предложенного инвестиционного проекта.

Принимая во внимание имеющиеся угрозы и слабые стороны организации, наиболее приемлемой стратегией ООО «РА «Стяг» является стратегия проникновения на рынок ХМАО и укрепления своих конкурентных позиций на нем.

Проведя анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «РА «Стяг» можно сделать следующие выводы:

1) Рекламное агентство «Стяг», находящееся в г. Нижневартовске, является финансово устойчивым, способным отвечать по своим обязательствам, а также в достаточной мере обеспеченно собственными оборотными средствами.

2) Анализ ликвидности и платежеспособности показал, что предприятие не является абсолютно ликвидным и испытывает небольшие трудности с наличием высоколиквидных активов, что может в дальнейшем затруднять платежеспособность предприятия в краткосрочной перспективе, однако в долгосрочной перспективе предприятие платежеспособно и не испытывает трудностей с покрытием своих обязательств.

3) Проведя анализ деловой активности ООО «РА «Стяг», отметим, что у предприятия есть трудности с оборачиваемостью дебиторской задолженности, так как период оборота кредиторской задолженности превышает период оборота

дебиторской, что может затруднять финансирование текущей деятельности предприятия из-за нехватки денежных средств.

4) Также следует отметить, что исходя из показателей уровня рентабельности, ООО «РА «Стяг» можно считать среднерентабельной компанией.

Для повышения эффективности деятельности ООО «РА «Стяг» и решения проблемы удержания и усиления финансовых позиций на рынке рекламы в регионе был предложен к внедрению в рекламное агентство «Стяг» инвестиционный проект в виде 3D принтера Winbo Dragon (XL).

Данный инвестиционный проект позволит ООО «РА «Стяг» усовершенствовать процесс производства продуктов рекламы, с помощью инновационных технологий 3D печати, отойти от традиционных видов создания рекламной продукции и снизить ее трудоемкость, а главное, отметим, что данный инвестиционный проект позволит предприятию удержать и усилить свои финансовые позиции на рынке рекламы в регионе путем увеличения спектра предлагаемых рекламных продуктов, увеличения своей клиентской базы и, вследствие, роста реального дохода от деятельности.

Размер необходимых инвестиций на реализацию инновационной идеи для ООО «РА «Стяг» составит 3 150 000,00 руб. капитальных вложений и принесет 3 910 984,00 руб. чистой прибыли.

Чистый реальный доход проекта составит 7 060 984,00 руб., чистый дисконтированный доход – 5 443 988,11 руб.

Индекс доходности исчисленный по реальным потокам равен 2,24 (7 060 984,00/3 150 000,00), а исчисленный по дисконтированным потокам – 1,73 (5 443 988,11/3 150 000,00), что свидетельствует о привлекательности инвестиционного мероприятия, так как оно обеспечит дополнительную отдачу капитала. Внутренняя норма доходности инвестиций составит 73% в год, при ставке дисконтирования (r) = 15%, таким образом, условие $ВНД \geq r$ выполняется, следовательно, проект считается экономически целесообразным для внедрения на

предприятие, а это, в свою очередь, значит, что он будет обеспечивать положительную величину чистого дисконтированного дохода (NPV).

Отметим, что ожидаемый чистый дисконтированный доход для инвестора будет составлять 5 443 988,11 рублей на протяжении всех шагов реализации (5 лет), а срок окупаемости для инвестора составит 1,5 года.

Поток дисконтированных средств от операционной деятельности составит на 0 шаге – 1 412 196,80 руб.; на 1 шаге – 1 227 997,22 руб.; на 2 шаге – 1 067 823,67 руб.; на 3 шаге – 928 542,32 руб.; на 4 шаге – 807 428,10 руб.

Проведя анализ чувствительности проекта к риску, можем утверждать, что данный внедряемый проект имеет незначительный уровень предпринимательского риска.

Таким образом, данный инвестиционный проект можно считать целесообразным для внедрения в процесс производства в ООО «РА «Стяг», что позволит предприятию укрепить свои конкурентные позиции на рынке и значительно приумножить прибыль от реализации рекламного продукта.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абакумова, Н.Н. Политика доходов и ЗП: Учебное пособие / Н.Н. Абакумова, Р.Я. Подовалова. – М.: Изд-во «ИНФА-М», 2005. – 214 с.
- 2 Алексеева, А.И. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учеб. пособие / А.И. Алексеева, Ю.В. Васильев, А.В. Малеева, Л.И. Ушвицкий. – М.: Изд-во «КноРус», 2013. – 720 с.
- 3 Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов, И.Б. Костин. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2016. – 292 с.
- 4 Антипов, К.В. Основы рекламы: учеб. / К.В. Антипов. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2015. – 328 с.
- 5 Балабанов, А.И. Наружная реклама. Рынок наружной рекламы восстанавливается / А.И. Балабанов. – М.: ИК «Академия», 2007. – 448 с.
- 6 Бологова, В.В. Экономические и правовые основы предпринимательской деятельности: учебное пособие / В.В. Бологова, Д.А. Фрей, А.К. Фрей, Е.М. Лисин. – М.: Издательский дом МЭИ, 2011. – 232 с.
- 7 Гольман, Н.А. Рекламное планирование. Рекламные технологии. Организация рекламной деятельности / Н.А. Гольман – М.: Изд-во «Проспект», 2009. – 448 с.
- 8 Евстафьев, В.А. История российской рекламы. Современный период: учеб. пособие / В.А. Евстафьев, Е.Э. Пасютина. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2017. – 872 с.
- 9 Евстафьев, В.А. Организация и практика работы рекламного агентства: Учебник для бакалавров / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. – М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2016. – 512 с.
- 10 Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности: учеб. / М.А. Измайлова. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2016. – 444 с.

11 Костина, А.В. Основы рекламы (для бакалавров) / А.В. Костина, Э.Ф. Макревич, О.И. Карпухин. – М.: Изд-во «КноРус», 2012. – 408 с.

12 Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М.: Изд-во «Ростинтер», 2012. – 656 с.

13 Пипко, Е.Г. Формирование стратегии предприятий сервиса на рынке деловых услуг / Е.Г. Пипко. – М.: Изд-во «Креативная экономика», 2010. – 136 с.

14 Планирование на предприятии: учебное пособие для студентов очной и заочной форм обучения для направления подготовки бакалавров 38.03.02 «Менеджмент» / сост. Т.В. Прокопьева – Екатеринбург: ФОРТ ДИАЛОГ-Исеть, 2016. – 135 с.

15 Растова, Ю.И. Экономика организации (предприятия) (для бакалавров) / Ю.И. Растова, С.А. Фирсова. – М.: Изд-во «КноРус», 2013. – 280 с.

16 Романенко, И.В. Экономика предприятия: учеб. пособие / И.В. Романенко. – М.: Изд-во «Финансы и статистика», 2011. – 352 с.

17 Сажнева, Л.П. Структура и основы деятельности предприятий различных форм собственности / Л.П. Сажнева. – СПб: Изд-во: Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, 2014. – 176 с.

18 Терских, М.В. Язык рекламы: учебно-методическое пособие / М.В. Терских. – Омск: Изд-во: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2008. – 39 с.

19 Top 3D Shop [Электронный ресурс]: официальный сайт / ООО «Комплексные Инженерные Технологии» – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://top3dshop.ru>

ПРИЛОЖЕНИЯ
ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Бухгалтерский баланс ООО «РА «Стяг»

В тыс. руб.

Наименование показателя	Код строки	На 31.12.2015г.	На 31.12.2016г.	На 31.12.2017г.	На 31.12.2018г.
АКТИВ					
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Финансовые вложения	1150	295	295	295	295
Итого по разделу I	1100	295	295	295	295
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ					
Запасы	1210	137	150	409	526
Дебиторская задолженность	1230	503	398	865	1250
Денежные средства	1250	418	529	588	134
Итого по разделу II	1200	1058	1077	1862	1910
БАЛАНС	1600	1353	1372	2157	2205
ПАССИВ					
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ					
Уставный капитал	1310	526	747	1490	1857
Итого по разделу III	1300	526	747	1490	1857
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Итого по разделу IV	1400	0	0	0	0
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА					
Кредиторская задолженность	1520	827	625	667	348
Итого по разделу V	1500	827	625	667	348
БАЛАНС	1600	1353	1372	2157	2205

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б.1 – Динамика состава и структуры имущества ООО «РА «Стяг» за 2016-2018гг.

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс.руб.					Темп роста (снижения), %		Структура активов и пассивов, %				
	2016	2017	2018	Изменение (+,-)		2017\ 2016	2018\ 2017	2016	2017	2018	Изменение (+,-)	
				2017\ 2016	2018\ 2017						2017\ 2016	2018\ 2017
АКТИВЫ												
1. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ - ВСЕГО	295	295	295	0	0	100	100	21,5	13,68	13,38	-7,82	-0,3
Финансовые вложения	295	295	295	0	0	100	100	21,5	13,68	13,38	-7,82	-0,3
2. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ - ВСЕГО	1077	1862	1910	785	48	172,89	102,58	78,5	86,32	86,62	7,82	0,3
Запасы	150	409	526	259	117	272,67	128,61	10,93	18,96	23,85	8,03	4,89
Дебиторская задолженность	398	865	1250	467	385	217,34	144,51	29,01	40,1	56,69	11,09	16,59
Денежные средства	529	588	134	59	-454	111,15	22,79	38,56	27,26	6,1	-11,3	-21,16
ИТОГО АКТИВОВ	1372	2157	2205	785	48	157,22	102,23	100	100	100	0	0

Продолжение таблицы Б.1

Статьи баланса	Остатки по балансу, тыс.руб.					Темп роста (снижения), %		Структура активов и пассивов, %				
	2016	2017	2018	Изменение (+,-)				2016	2017	2018	Изменение (+,-)	
				2017\ 2016	2018\ 2017	2017\ 2016	2018\ 2017					
ПАССИВЫ												
3. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ	747	1490	1857	743	367	199,47	124,63	54,45	69,08	84,22	14,63	15,14
Уставный капитал	747	1490	1857	743	367	199,47	124,63	54,45	69,08	84,22	14,63	15,14
5. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	625	667	348	42	-319	106,72	50,18	45,55	30,92	15,78	-14,63	-15,14
Кредиторская задолженность	625	667	348	42	-319	106,72	50,18	45,55	30,92	15,78	-14,63	-15,14
ИТОГО ПАССИВОВ	1372	2157	2205	785	48	157,22	102,23	100	100	100	0	0

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица В.1 – Отчет о финансовых результатах ООО «РА «Стяг»

В тыс. руб.

Наименование показателя	Код строки	На 31.12.2016 г.	На 31.12.2017 г.	На 31.12.2018 г.
Выручка	2110	5481	6682	7995
Себестоимость продаж	2120	(4842)	(5510)	(7523)
Прибыль (убыток) от продаж	2200	639	1172	472
Прочие расходы	2350	(116)	(311)	(34)
Текущий налог на прибыль	2410	(74)	(118)	(71)
Чистая прибыль (убыток)	2400	449	743	367