

УДК 330.322.3

***ИНВЕСТИЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ***

Коноплева В.С.

к.э.н., доцент

Западный филиал РАНХ и ГС

Калининград, Россия

Коноплева И.А.

к.т.н., доцент

Западный филиал РАНХ и ГС

Калининград, Россия

Виноградова Е.С.

преподаватель,

Архангельский государственный многопрофильный колледж

Архангельск, Россия

Аннотация

В статье рассмотрен процесс инвестирования финансовых средств в функционирование пивоваренного предприятия, у которого в современных условиях наблюдается падение доходов и прибыли. Авторы проанализировали ассортимент выпускаемой и реализуемой продукции, ситуацию на пивоваренном рынке в Северо-Западном регионе и разработали мероприятия по выводу рассматриваемого конкретного предприятия из кризиса. В основу предложенных рекомендаций было положено инвестирование в расширение ассортиментного перечня товаров, что по проведенным расчетам должно повысить эффективность функционирования рассматриваемого предприятия.

Ключевые слова: инвестиции, пивоварение, брют-лагер, алкогольное мороженное, пивной паспорт, фуд-корт, рентабельность, чистая прибыль.

***INVESTMENT AS A TOOL FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF THE
ENTERPRISE***

Konopleva V. S.

Ph. D., associate Professor

Western branch of RANH and GS

Kaliningrad, Russia

Konopleva I. A.

Ph. D., associate Professor

Western branch of RANH and GS

Kaliningrad, Russia

Vinogradova E. S.

teacher,

Arkhangelsk state multi-profile College

Arkhangelsk, Russia

Abstract

The article considers the process of investing financial resources in the operation of a brewery, which in modern conditions has a drop in income and profit. The authors analyzed the range of products produced and sold, the situation on the brewing market in the North-West region, and developed measures to bring this particular company out of the crisis. The proposed recommendations were based on investing in expanding the assortment list of products, which, according to the calculations, should increase the efficiency of the enterprise under consideration.

Keywords: investment, brewing, Brut-lager, alcoholic ice cream, beer passport, food court, profitability, net profit.

В современных рыночных условиях развития предпринимательской среды наиболее значимым для предприятий становится применение новых продуктов и технологий, обеспечивающих в будущем свою конкурентоспособность и успешность в областях функционирования. Управление новыми идеями по развитию бизнеса определяет необходимость разработки инвестиционного проекта, который позволяет создавать потенциал для дальнейшего развития предприятия, увеличения его прибыли. В современных кризисных реалиях, связанных во многом с пандемией коронавирусной инфекции, исследования инвестиционной деятельности становятся весьма актуальными. Особенно это касается предприятий, производящих и реализующих пиво и другие напитки, которые значительно пострадали в условиях введенного карантина.

Проведенные исследования разработанности вопроса по инвестиционной деятельности показали, что данная тема находила достаточно широкое обсуждение в работах таких авторов, как А.И. Балашова, П.П. Батенко, А.А. Загородных, В.В. Лещинской и других. Однако инвестиции в пивоваренную отрасль в работах не исследовалась, что потребовало индивидуальной проработки данного вопроса.

На этапе прединвестиционных исследований наиболее ответственным этапом становится оценка экономической эффективности проектного продукта. На данной стадии проводится подробный анализ и интегральная оценка всей финансовой, технико-экономической информации, которая собрана и подготовлена для проведения анализа на основе работ, проведенных на предшествующих этапах прединвестиционного исследования. В связи с этим не теряет своей актуальности исследование инвестиционного процесса в

различных отраслях экономики на конкретных предприятиях с целью определения наиболее рационального направления инвестирования для получения существенного экономического эффекта.

Прежде всего, следует рассмотреть возможную структуру проекта. Наиболее рациональная, по нашему мнению, представлена на рисунке 1.

Структура инвестиционного проекта
<ul style="list-style-type: none">• общие сведения, включая меморандум о конфиденциальности;• резюме проекта;• характеристика предприятия и отрасли его функционирования;• описание проекта и его продукта;• оценка рынков сбыта и конкурентов;• план маркетинга;• производственный план;• инвестиционный план;• организационный план;• финансовый план и показатели эффективности проекта;• анализ рисков (анализ чувствительности) проекта;• приложения.

Рис. 1 – Структура инвестиционного проекта [9]

Именно данная структура и была положена в основу проводимых исследований. При этом было учтено, что любой инвестиционный проект сопряжен с результатом и соответствующим эффектом, среди которых следует отметить технические улучшения продукта, технологический эффект, новации в содержании и условиях труда, социальные трансформации, финансовый эффект проектного продукта, объем бюджетных поступлений, экологическая направленность, улучшение экологической обстановки и др.

В современных рыночных условиях развития предпринимательской среды наиболее значимым становится применение новых продуктов и технологий, обеспечивающих в будущем свою конкурентоспособность и успешность в областях функционирования. Управление новыми идеями по развитию бизнеса определяет необходимость разработки инвестиционного проекта.

Исследования проводились на одном из предприятий пивоваренной отрасли, которая достаточно важна для России в части налоговых поступлений, пополняющих государственный бюджет. Тем не менее, в последние годы фиксируется сокращение российского рынка пива. Это связано, прежде всего, с тем, что в 2017 г. были введены ограничения на реализацию пива в полимерной таре, которая превышает объем в 1,5 л. Также немаловажную роль сыграли запреты на продажу пива в киосках в ночное время, запрет на рекламу напитка по телевидению, повышение акцизов в несколько раз.

Огромную деструктивную роль в этом процессе сыграла пандемия коронавируса, которая нанесла значительный ущерб отрасли.

Среди основных угроз отрасли следует отметить, что в 2020 году вырос акциз на пивную продукцию. Кроме того государство планирует установить минимальную розничную цену на пиво, что негативно скажется на частных пивоварен.

Среди негативных тенденций также необходимо указать на введение маркировки пива, поскольку это нововведение требует значительных затрат для компании, ведь стоимость дополнительного оборудования достигает минимум 85 000 евро на одну технологическую линию, стоимость самого уникального кода DataMatrix кода от ЦРПТ – 50 копеек на единицу продукции, стоимость расходных материалов для принтеров (чернила, растворитель) и аппликаторов (термотрансферная лента, риббон) – оценочно до 10 копеек на единицу продукцию, стоимость запчастей на оборудование – оценочно от 5 до 10 тыс. евро/год, стоимость возможного снижения производительности линии снижение оценочно составит 3-5 % [4]. Таким образом, на микропредприятия пивоваренной промышленности ложатся огромные затраты, которые не сопоставимы с их доходами. Тем более на фоне падения доходов и прибыли данные меры становятся губительными для микробизнеса.

Однако имеют место и позитивные тенденции, среди которых следует

отметить факт возвращения продажи пива на стадионы и легализация онлайн-торговли, что позволит увеличить продажи для пивоваренных компаний.

В этих непростых условиях возникла необходимость проведения исследований непосредственно на предприятии пивоваренной отрасли для выработки и принятия решения о возможном повышении эффективности его функционирования за счет внедрения инвестиционного проекта.

Базой исследований стало предприятие ООО «КЕГА», которое функционирует на рынке пивоваренной продукции Северо-Западного региона с 2013 г., а поставки живого пива в кегах отечественных и импортных производителей осуществляется компанией ООО «КЕГА» с 2014 года. В последствии компания переориентировалась на развитие собственного производства.

Таким образом основное производство компании ориентировано на производство пива. Однако имеются и дополнительные производства, такие как производство сидра, плодовых вин, безалкогольных напитков. Компания также специализируется на производстве минеральных и других питьевых вод в бутылках, осуществляет оптовую и розничную торговлю произведенными напитками и т.д.

На современном этапе функционирование фирмы ООО «КЕГА» занимает позицию следования за лидером ООО «Пивовар», который широко представлен на рынке не только Северо-Западного региона, но и всей Европейской части страны. Однако компания «КЕГА» не имеет такой широкой географии продаж.

Основными поставщиками сырья для компании являются:

- Bayreuther Bierbrauerei AG (Германия);
- Phungstaedter Brauerei Hildebrand GmbH & Co KG (Германия);
- Hofbrauhaus Wolters GmbH (Германия).

Среди торговых предприятий и фирм в сфере общественного питания, которым поставляется продукция ООО «КЕГА», следует выделить следующие:

- сеть магазинов разливного пива «Веерлога»;
- магазин разливного пива «Пан Пиван»;
- бар «Пивовар»;
- бар «Встреча» и другие.

Ассортимент фирмы составляет более 30 наименований и постоянно увеличивается. Вся производимая и реализуемая продукция имеет сертификаты качества. Розлив продукции компании «КЕГА» обеспечивают три технологические линии производства.

Оценивая уровень внутриотраслевой конкуренции, было выявлено, что рынок пивоваренной отрасли в регионе является достаточно насыщенным, имеется довольно высокий уровень конкуренции, при этом рынок развивается, а уровень угрозы выхода новых игроков – средний. На рынке оптовой продажи присутствуют преимущественно крупные игроки.

Анализ деятельности компании выявил, что в последнее время фирма испытывает определенные трудности. Уже начиная с 2019 г. выручка предприятия сократилась, практически, на 12% относительно предыдущего года. Однако сократилась и себестоимость реализуемых товаров более чем на 14%. В целом доходы ООО «КЕГА» несколько снизились в 2019 году по сравнению с 2018 годом, что объясняется введением международных санкций, адаптацией к новой рыночной экономике РФ. При этом прибыль незначительно выросла.

Рост чистой рентабельности составил 1,90 пункта в 2019 году, т.е. эффективность производства компании невысокая – на уровне 9,42 %.

Если рассматривать норму рентабельности проданных товаров для сферы производства напитков (включая пиво), то государство установило на уровне 12,4 % – в 2018 году, и несколько понизив ее до 11,5% – в 2019 г. [6].

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимо увеличить рентабельность продаж, чтоб достичь рекомендуемых значений.

В целом исследования показали, что ООО «КЕГА» следует увеличить выручку от реализации продукции и рентабельность продаж за счет расширения ассортимента продукции.

Анализ конкурентов выявил значительную конкуренцию на рынке производства и реализации пива. Рынок пивной индустрии насыщен, поэтому для повышения конкурентоспособности необходимо применять новинки в ассортиментном ряде пивной продукции. Инвестиционный проект был сориентирован именно на это направление. Было предложено инвестировать финансовые средства в расширение ассортимента ООО «КЕГА» за счет внедрения производства алкогольного мороженого, а также производства брют-лагера. При этом в качестве инструментов для продвижения ассортимента, включая новые виды продукции, использовать внедрение пивного паспорта и расширения географии продаж за счет развития партнерских отношений.

Рассмотрим брют-лагер, который является новинкой в мире крафтового пива. Основой для разработки данного напитка явился фермент амилоглюкозидаза или амилаза, который применяется для расщепления сахаров солода, что упрощает их поглощение дрожжами. Из-за этого характер пива меняется, оно становится менее калорийным, получается сухим, с тонким телом и шипучим, как шампанское брют. Исследования показали, что данный напиток при таких характеристиках, при условии соответствующей рекламной кампании должен привлечь потенциальных клиентов.

Кроме брют-лагера авторами было предложено также рассмотреть такой оригинальный продукт, как алкогольное мороженое, которое, как показали исследования, весьма востребовано в западных странах и при хорошей рекламной кампании может иметь успех и на отечественном рынке алкогольной продукции.

Кроме того следует расширить географию продаж, чтобы повысить свою

конкурентоспособность на рынке пивоварения, тем самым повысить выручку от реализации пивоваренной продукции и неалкогольных напитков, прибыль и рентабельность продаж.

Также следует предложить для удержания уже привлеченных клиентов внедрение пивного паспорта, который позволит установить партнерские связи у компании и оформить дисконт для клиентов ООО «КЕГА».

Кроме того компании «КЕГА» было предложено дальнейшее развитие ориентировать также на обслуживания фуд-корттов партнеров, открытия многофункциональных пространств в формате «бар / винотека» и запуска технологических проектов по улучшению внутреннего функционирования и повышению удобства сотрудничества с партнерами и клиентами.

В целом для повышения рентабельности и увеличения прибыли предприятия основной упор следует делать на внутренние факторы: увеличение объемов производства за счет диверсификации деятельности.

Кроме того, для продвижения реализуемой продукции следует открыть новые точки продаж. Для этого следует заключить контракты с местными пиццериями, барами и пабами, ресторанами. Особое внимание следует уделить реализации производимых напитков через Интернет-магазины (на данный момент рассматривается возможность возвращения Интернет-продаж на государственном уровне в связи с нарастанием вируса COVID-19 [2]). В летний период необходима оперативная организация продаж пивной продукции вблизи пляжей, мест отдыха горожан и т.п. Дополнением к вышеуказанным мероприятиям может являться создание пивного клуба с крупнейшими продавцами пива в регионе, включая компанию «Пивной двор», клубы, бары, рестораны. В основе пивного клуба создать пивные паспорта.

Однако в качестве инвестиционного решения по развитию ООО «КЕГА» в приоритете является расширение ассортимента выпускаемой продукции. Первым направлением будет организация производства алкогольного

мороженого.

Среди конкурентов следует отметить компанию ООО «Alcreme». Других конкурентов в этой рыночной нише нет. Поэтому ниша по производству и реализации алкогольного мороженого, практически, свободна.

Средняя цена алкогольного мороженого – 200 руб. Прогнозируемый объем продаж – 2000 шт. в месяц. Прогнозируемые объемы производства и реализации алкогольного мороженого по месяцам (в годовом исчислении) представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Прогнозируемый объем продаж алкогольного мороженого в 2021 – 2023 гг. ООО «КЕГА»*

Показатель реализации	2021 г.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
в тыс. шт.	1	1	2	1	2	4	5	5	5	2	1	1
в денежном выражении (тыс. руб.)	200	200	400	200	400	800	1000	1000	1000	400	200	200
Итого												6000
Показатель реализации	2022 г.											
	1	2	4	2	4	5	6	7	6	4	3	6
в тыс. шт.	1	2	4	2	4	5	6	7	6	4	3	6
в денежном выражении (тыс. руб.)	200	400	800	400	800	1000	1200	1400	1200	800	600	1200
Итого												10000
Показатель реализации	2023 г.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
в тыс. шт.	2	3	5	3	6	8	8	6	5	4	4	8
в денежном выражении (тыс. руб.)	400	600	1000	600	1200	1600	1600	1200	1000	800	800	1600
Итого												12400

* По результатам исследований

В таблице 1 учтены сезонные колебания спроса на продукцию.

Рекламу на алкогольное мороженое можно не делать, реализуя мороженое через кафе, рестораны, бары региона.

Вторым направлением является производство и реализация брют-лагера.

Здесь среди конкурентов следует отметить компанию ООО «Лагер Бирр» и

сеть «BeerZelis». Однако в обоих случаях происходит реализация готового продукта производства Чехия. Поэтому ниша по производству и реализации брют-лагера свободна.

Средняя цена брют-лагера – 80 руб. за 1,0 л.

Целевая аудитория – люди от 18 до 50 лет с доходом от 25 тысяч в месяц. Они ценят время и готовы платить за вкусное пиво и комфортную обстановку.

Прогнозируемый объем продаж – 500 л. в день.

Прогнозируемые объемы производства и реализации брют-лагера по месяцам (в годовом исчислении) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Прогнозируемый объем продаж брют-лагера в 2021 – 2023 гг. ООО «КЕГА»*

Показатель реализации	2021 г.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
в тыс. литров	3	6	9	12	18	18	18	18	12	12	9	9
в денежном выражении (тыс. руб.)	240	480	720	960	1440	1440	1440	1440	960	960	720	720
Итого												11520
Показатель реализации	2022 г.											
	1	2	4	2	4	5	6	7	6	4	3	6
в тыс. литров	9	9	12	15	18	18	18	18	12	12	9	9
в денежном выражении (тыс. руб.)	748,8	748,8	998,4	1248	1498	1498	1498	1498	998,4	998,4	748,8	748,8
Итого												13228,8
Показатель реализации	2023 г.											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
в тыс. литров	9	9	12	15	18	18	18	18	12	12	9	9
в денежном выражении (тыс. руб.)	778,8	778,8	1038,3	1297,9	1557,5	1557,5	1557,5	1557,5	1038,3	1038,3	778,8	778,8
Итого												13758

* По результатам исследований

Для продвижения ассортимента и новинок ООО «КЕГА» следует создать Пивной клуб на основе партнерских соглашений с другими пивоваренными

компаниями региона, с барами, пабами, пиццериями, ресторанами, магазинами, торгующими пивной продукцией. С позиций потребителей пива в рамках Пивного клуба планируется внедрить пивные паспорта.

Пивной паспорт позволяет любителям пенного напитка получать и закреплять письменно (посредством штампов и печатей питейных заведений) информацию о различных сортах пива, его качестве, лучших пивоварнях и пабах, а в некоторых случаях даже получать определенные скидки – в качестве вознаграждения за то или иное пивное погребка.

Пивной паспорт подтверждает статус любителя пенного напитка, свидетельствует о его компетентности в пивоваренном деле, а также является документом, который можно будет предъявить в качестве своеобразной карты пивного туризма.

Здесь под пивным паспортом понимается мультидисконт, который позволяет клиентам, состоящим в Пивном клубе, получать скидки в барах, пабах и магазинах от 5 до 30%.

Стоимость пивного паспорта – 1000 руб.

Варианты участия:

– размещение визитной карточки в каталоге партнёров Клуба (1000 руб. при минимальном сроке размещения 6 мес.; менее 6 мес. – 1500 руб./мес.);

– размещение новостей партнёра в социальных сетях и на сайте Клуба (2 раза в мес. – 24000 руб. в год).

– визитная карточка партнёра (название, логотип, телефон, адрес, часы работы, ссылки на социальные сети);

– размещение на главной странице сайта описательной статьи, фотографии;

– регулярное размещение в социальных сетях и на сайте новостей, программ мероприятий и пр.

Планируемый доход от данного мероприятия представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Доход от запуска пивного паспорта и создания Пивного клуба в ООО «КЕГА»*

Статья дохода	Количество	Стоимость	Сумма, руб.
Участие любителей пива	700	1000	700000
Участие партнеров	10	24000	240000
Итого	-	-	940000

* По результатам исследований

Таким образом, в результате запуска программы лояльности в виде организации Пивного клуба и реализации пивного паспорта планируемый доход составит 940 000 руб.

Затраты на рекламную кампанию ООО «КЕГА» представлены ниже:

- флайер (5000 шт.) – 2 руб. [6] за штуку – 10 000 руб.;
- «следы на пол» размером 30 см. 150 руб. за 1 шт. в количестве (20 магазинов, в каждом по 8 штук) – 24000 руб.;
- радиореклама (время трансляции с 07 до 10 и с 17 до 20, 6 раз в день; 30 дней; хронометраж ролика 15 сек.) [7]: Русское радио – 108000 руб.; Наше Радио – 83700 руб.; Европа Плюс – 105300 руб.; три месяца: январь, март, май. Итого – 297000 руб.

Итого затраты на рекламу: 925 000 руб.

В таблице 4 представлен планируемый объем продаж от новых видов продукции.

Таблица 4 – Планируемый объем продаж от реализации новой продукции ООО «КЕГА», тыс. руб.*

Объем продаж, тыс. руб.	Вид продукции			Всего
	Алкогольное мороженое	Брют-лагер	Программа лояльности	
2021 год	6000	11520	940	18460
2022 год	10000	13228,8	340	23568,8
2023 год	12400	13758	360	26518

* По результатам исследований

Таким образом, ООО «КЕГА» сможет увеличить продажи на 18 млн. 460 тыс. руб. в 2021 году, на 23 млн. 568,8 тыс. руб. – в 2022 г. и на 26 млн. 518 тыс.

руб. – 2023 г., тем самым улучшить свои финансовые результаты и повысить рентабельность.

В компании производится и реализуется алкогольная продукция, наличие лицензии позволит упростить само производство мороженого. Однако для организации его производства необходимо закупить оборудование. Для этих целей подходит простой в эксплуатации, имеющий вполне демократическую стоимость итальянский мини-завод от компании Matrix (Италия) по производству мороженого.

В целом, проведенные исследования и расчеты, в которых были учтены затраты на сырье, электроэнергию и оборудование, включая амортизацию, оплату труда работников и т.д. показали, что себестоимость одного алкогольного мороженого составит 130 руб. 52 коп., а себестоимость одного литра пива «Брют-лагер» – 54 руб. 71 коп.

Для продвижения расширенного ассортимента продукции ООО «КЕГА» предлагается запуск программы лояльности в виде организации Пивного клуба и внедрения пивного паспорта.

Затраты на внедрение программы лояльности [3] представлены в таблице 5.

Таблица 5 – Расчет затрат на внедрение пивного паспорта в ООО «КЕГА»*

Статья затрат	Сумма, руб.
Выпуск пивного паспорта (500 руб. · 1000 шт.)	500000
Информационный материал	53770
плакаты (20 плакатов 1079 руб. [8] за плакат - в магазинах, барах, у партнеров)	21580
листовки (3000 штук по 9,00 руб. по региону)	27000
реклама в социальных сетях (1730 руб. в месяц в Яндекс.Директ [10], 3 месяца)	5190
Итого	553770

* По результатам исследований

Таким образом, на запуск программы лояльности в виде организации Пивного клуба и внедрения пивного паспорта потребуется 2 553 770 руб.

Определим объем требуемых инвестиций для развития бизнеса ООО

«КЕГА» (таблица 6).

Таблица 6 – Инвестиционный план для развития бизнеса ООО «КЕГА»*

Оборудование	Срок инвестирования	Объем инвестирования, руб.
Мини-завод производства мороженого	4 квартал 2020 г.	3115080
Пивоварня	4 квартал 2020 г.	2716000
Запуск Пивного клуба и пивных паспортов	4 квартал 2020 г.	553770
Итого	-	6384850

* По результатам исследований

Итого объем инвестиций – 6 384 850 руб. в 4 квартале 2020 года. Запуск самого производства планируется с 1 января 2021 года.

Источник финансирования предполагается один – это накопленная прибыль компании «КЕГА», которая, по сведениям планово-финансового отдела предприятия, составила 6 млн. 384, 85 тыс. руб.

Таким образом, для реализации инвестиционного проекта по развитию бизнеса ООО «КЕГА» предлагается взять накопленную прибыль.

Расчет чистой прибыли проекта показал, что в результате инвестиционного проекта ООО «КЕГА» сможет получить чистую прибыль в 2021 г. размере 4 млн. 889,9 тыс. руб.

Показатели эффективности проекта в целом характеризуют с экономической точки зрения технические, технологические и организационные проектные решения.

Эффективность инвестиционного проекта оценивается в течение расчетного периода, равного 3 года (с начала 2021 года до конца 2023 года). Нулевой шаг принимается в качестве базового момента отсчета (четвертый квартал 2020 г.). Все расчеты производятся в текущих ценах, которые действуют на момент проведения расчетов (с учетом инфляции). Результаты расчетов представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Расчет коммерческой эффективности инвестиционного проекта по раз витию бизнеса ООО «КЕГА»*

В тысячах рублей

Показатель	2020 год	2019 год	2020 год	2021 год
	0-й год	1	2	3
Инвестиции	6384,85	-	-	-
Выручка	-	18460	23568,8	26518
- реализация алкогольного мороженого	-	6000	10000	12400
- реализация брют-лагера	-	11520	13228,8	13758
- реализация программы лояльности	-	940	340	360
Себестоимость	-	12347,64	15707,45	18029,7932
- реализация алкогольного мороженого	-	3915,6	6787,04	8752,57
- реализация брют-лагера	-	7878,24	8698,89	9046,85
- реализация программы лояльности	-	553,8	221,52	230,38
- коммерческие расходы (реклама)	-	925	962	1000,48
Прибыль, руб.	-	5187,36	6899,35	7487,73
Налог на прибыль	-	1037,47	1379,87	1497,55
Чистая прибыль, руб.	-	4149,89	5519,48	5990,18
Амортизация	-	638,49	638,49	638,49
Cash flow	-	4788,37	6157,97	6628,67
Коэффициент дисконтирования (ставка 12 %)	-	0,89286	0,79719	0,71178
DCF, руб.	-	4275,33	4909,09	4718,15
Cumulative DCF, руб.	-6384,85	-2109,52	2799,58	7517,73
Чистый накопленный поток по проекту (NPV), тыс. руб.	7517,73			
Индекс доходности, PI	2,18			
Внутренняя ставка доходности, %	69			
Срок окупаемости, лет	1 год 5 мес.			

* По результатам исследований

В этих условиях очень важным становится расчет оценки коммерческой эффективности.

Не смотря на достаточно критическую эпидемиологическую ситуацию руководством фирмы было принято решение ввести в действие основные

фонды с 1 января 2021 г., следовательно, деятельность также начать с 1 января 2021 г.

Таким образом, все необходимые вложения нужно сделать на «0» шаге, в 4 квартале 2020 г. Исходя из расчетов, которые приведены в таблице 8, рассчитываем финансовые показатели инвестиционного проекта.

Таблица 8 – Итоговые показатели проекта ООО «КЕГА»*

В тысячах рублей

Показатель	Значение	Норматив	Решение о реализации проекта
Инвестиции	6384,85	-	-
Чистая текущая стоимость проекта (NPV)	7517,73	> 0	принимается
Доходность проекта (IRR) %	69	> ставки дисконтирования (12 %)	принимается
Индекс доходности, PI	2,17	> 1	принимается
Полная окупаемость проекта, лет	1,4	-	

* По результатам исследований

NPV проекта больше «0», доходность проекта (IRR) – 69 %.

Таким образом, инвестиционный проект по развитию бизнеса ООО «КЕГА» в регионе является рентабельным и окупаемым.

Для расчетов дисконтированных денежных потоков по проекту применяется ставка дисконтирования на уровне 12%.

За безрисковую ставку в исследованиях была принята ключевая ставка ЦБ РФ на уровне – 6,00 % (данные ЦБ РФ) [5].

Премия за риск планируется на уровне 6,00 %.

На основе ставки дисконтирования в расчетах применяется коэффициент дисконтирования (КД), который был рассчитан по годам по следующей формуле:

$$КД = \frac{1}{(1 + k)^t}$$

где k – ставка дисконтирования

t – период проекта (1,2,3 гг.).

В результате расчетов был получен следующий результат:

1 год – 0,89286; 2 год – 0,79719; 3 год – 0,71178.

Поскольку чистая текущая стоимость проекта (NPV) равна 7517,73 тыс. руб. за третий год и положительна, то проект считается вполне приемлемым.

При этом индекс доходности составил на уровне 2,17, т.е. на 1 вложенный рубль в развитие бизнеса ООО «КЕГА» получит 2,17 руб. чистого дохода. Период окупаемости составит 1 год 5 месяцев.

В результате предложенных мероприятий показатели прибыли и рентабельности деятельности компании ООО «КЕГА» изменятся (таблица 9).

Таблица 9 – Динамика показателей прибыли и рентабельности ООО «КЕГА» после внедрения мероприятий*

В тыс. руб.

Показатель	До реализации мероприятий	После реализации мероприятий	Изменение
1 Выручка	25337,00	43797,00	18460,00
2 Себестоимость	22265,00	34612,64	12347,64
3 Полученная прибыль от продаж	3072,00	8259,36	5187,36
4 Прибыль до налогообложения	2717,00	7904,36	5187,36
5 Чистая прибыль	2174,00	6323,00	4149,00
6 Рентабельность продаж, %	12,10	18,90	6,70
7 Рентабельность продаж по чистой прибыли, %	8,60	14,40	5,90

* По результатам исследований

Исследования показали, что в результате инвестиционной деятельности прибыль от продаж возрастет на 5 млн. 187 тыс. руб. (или приблизительно на 169%), прибыль до налогообложения вырастет на 5 млн. 187 тыс. руб. (или на 191%), чистая прибыль компании ООО «КЕГА» вырастет на 4 млн. 149 тыс. руб., или на 190,8 %.

В результате предложенных мероприятий рентабельность продаж вырастет на 6,7 процентных пунктов.

Таким образом, предложенные мероприятия приведут к увеличению прибыли анализируемого предприятия и его росту показателей рентабельности.

Инвестиционный проект по развитию бизнеса ООО «КЕГА» в рассматриваемом регионе является рентабельным и окупаемым, что позволяет прогнозировать эффективность инвестиционной деятельности.

В целом, чтобы как-то сгладить негативные процессы имеющие место в пивоваренной отрасли, необходимо смягчить действующие в настоящее время ограничения, вернув при этом пиву, которое сейчас приравнено к алкогольным продуктам, самостоятельный статус.

Кроме того, для дальнейшего развития предприятий пивоваренной отрасли Северо-Западного региона можно рекомендовать исследовать возможные варианты ее развития в условиях пандемии, создать предпосылки для более широкой инвестиционной деятельности, обеспечить возможность выхода продукции пивоваренных предприятий в сопредельные государства, отменить жесткие требования по маркировке пивной продукции и т.д.

Библиографический список

1. Васильева, С.Ю. Инвестиционные проекты – основные понятия, оценки рисков проекта / С.Ю. Васильева // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2018. – № 2 (10). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/investitsionnye-proekty-osnovnyye-ponyatiya-otsenki-riskov-proekta> (дата обращения: 26.09.2020).
2. Вирус смешал очередь за алкоголем [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2020/03/23/5e7480f79a79473c0036ee2a> (дата обращения: 25.09.2020).
3. Иванченко, О. В. Оценка затрат по внедрению программы лояльности в розничной торговой сети [Электронный ресурс] / О.В. Иванченко, В.Г. Хмелевской // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. –

Т. 44. – С. 24–27. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/570135.htm> (дата обращения: 29.09.2020)

4. Итоги II Внеочередного Съезда участников пивоваренной отрасли РФ от 07.06.2019 г. Доклад Аверьяновой О. «Риски введения маркировки пивоваренной продукции. Технические возможности и затраты бизнеса» [Электронный ресурс]. – URL: http://www.unionbeer.ru/docs/Averyanova_Congress%20of%20brewers_07_06_2019.pdf (дата обращения: 25.09.2020)

5. Ключевая ставка ЦБ РФ на уровне 6,00 % [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.cbr.ru/press/keypr/> (дата обращения: 29.09.2020).

6. Наружка Калининград [Электронный ресурс]. – URL: http://naruzhka39.ru/index/listovki_flajery/0-75 (дата обращения: 29.09.2020)

7. Размещение рекламы на радио, компания РегионРадио [Электронный ресурс]. – URL: <https://kaliningrad.regionradio.ru/> (дата обращения: 30.09.2020)

8. Стоимость печати плаката А1 в компании «АнанасПостер» [Электронный ресурс]. – URL: <https://ananasposter.ru/pechat-plakatov> (дата обращения: 26.09.2020)

9. Структура инвестиционного проекта [Электронный ресурс] // Портал «Право денег». – URL: <https://pravodeneg.net/biznes/strukturu-investitsionnogo-proekta.htm> (дата обращения: 01.10.2020).

10. Эффективная реклама вашего бизнеса в Яндекс [Электронный ресурс]. – URL: https://yandex.ru/promo/business/priority/lead/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_term=&utm_campaign=45989854&utm_adid=18327413141&yclid=1849576427815984852#izobrazhenie-1 (дата обращения: 28.09.2020)

Оригинальность 97%