

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Monika JANUŠAUSKAITĖ
Ekonomikos studijų programos studentė

**INVESTICINIS PROJEKTAS IR JO EKONOMINIS
PAGRINDIMAS UAB „GIFTIKA“**

BAKALAURO BAIGIAMASIS DARBAS

Šiauliai, 2011

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Leista ginti:
Ekonomikos katedros vedėja

prof. dr. Zita Tamašauskienė

(Parašas, vardas, pavardė)

Monika JANUŠAUSKAITĖ

**INVESTICINIS PROJEKTAS IR JO EKONOMINIS
PAGRINDIMAS UAB „GIFTIKA“**

Ekonomikos studijų bakalauro baigiamasis darbas
Socialiniai mokslai, Ekonomika (NEKK8/3)

Aš, teigiu, kad bakalauro
studijų baigiamasis darbas, kurį teikiu Ekonomikos studijų programos bakalauro
kvalifikaciniam laipsniui įgyti, yra originalus autorinis darbas
.....
(parašas)

Darbo vadovas
lekt. Irena Paliulytė

Šiauliai, 2011

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETO
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETO
EKONOMIKOS KATEDRA**

Tvirtinu
Ekonomikos katedros vedėja

(parašas)

prof. dr. Zita Tamašauskienė
(vardas, pavardė)

2011-.....-.....

BAKALAURO BAIGIAMOJO DARBO UŽDUOTIS

Studento vardas, pavardė Monika Janušauskaitė

Baigiamojo darbo tema . Investicinis projektas ir jo ekonominis pagrindimas UAB „Giftika“

Baigiamojo darbo į katedrą pateikimo terminas 2011 m. gegužės 26 d.

Duomenys baigiamajam darbui. Mokslinės literatūros šaltiniai, statistiniai duomenys, metodinės rekomendacijos, moksliniai straipsniai.

Baigiamojo darbo turinys (išvardyti pagrindinius nagrinėtinus klausimus). Investicinio projekto sąvoka, struktūrą, efektyvumo ir rizikos vertinimas; investicinio projekto ekonominis pagrindimas

Užduoties įteikimo data: 2011 m. vasario 10 d.

Vadovas (-ė).....
(parašas, pareigos, vardas, pavardė)

Užduotį gavau.....
(studento parašas, vardas, pavardė)

2011 m. vasario 10 d.

Janušauskaitė, M. (2010). Investicinis projektas ir jo ekonominis pagrindimas UAB „Giftika“: universitetinių neakivaizdinių studijų Ekonomikos studijų programos baigiamasis darbas / baigiamojo darbo vadovė lekt. I. Pauliulytė. Šiaulių universitetas, Ekonomikos katedra, p.43 (p 68)

SANTRAUKA

Bakalauro baigiamajame darbe įvertinus UAB „Giftika“ plėtros galimybes, rengiamas investicinis projektas, bei vertinamas jo efektyvumas, rizika. Investicinio projekto pagrindą sudaro – įmonės savininkų investavimas į šį projektą nedaro neigiamos esminės finansinės įtakos buvusiems pagrindinės veiklos rodikliams. UAB „Giftika“ investuodama į projektą, jau sekančiais finansiniais metais gali gauti pelną.

Darbo teorinėje dalyje analizuojami investicinio projekto rengimo aspektai, jo nauda, tikslai, rinkos ir konkurentų vertinimas. Analizuojama įvairių literatūros šaltinių medžiaga.

Bakalauro baigiamojo darbo tiriamojame dalyje analizuojama įmonės finansinė situacija, to pasekoje įvertinama, jog UAB „Giftika“ turi visas galimybes plėsti įmonės veiklą, skolintis lėšų investicijoms.

Įvertinus knygų spausdinimo rinkos konkurencingumą, skaičiuojami investicinio projekto pinigų srautai. Numatomos dvi projekto alternatyvos.

Janušauskaitė, M. (2010). Investment Project and economical grounding JSC „Giftika“: Bachelor Final Work of Economics / Research Advisor: lecture I. Paliulytė. Šiauliai University, Department of Economics, p.43 (p. 68)

SUMMARY

Undergraduate thesis evaluation JSC “Giftika “ development opportunities, preparation of investment project, and evaluation of the effectiveness of risk. The investment project is based - the company owner to invest in this project does not adversely affect the former substantial financial key performance indicators. JSC “Giftika ” investing in the project has the following financial year can make a profit.

Working in the theoretical analysis of the investment project development aspects of its benefits, goals, market and competitor assessment. Analyze the various literary source materials. Undergraduate thesis analyzes the research part of the company's financial situation, as a consequence the verification that the JSC “Giftika” has every opportunity to expand business operations, borrow money for investment.

The assessment of the book printing market competitiveness calculated by an investment project cash flows. Project provides for two alternatives.

TURINYS

IVADAS.....	3
1. INVESTICINIO PROJEKTO RUOŠIMAS IR EKONOMINIS PAGRINDIMAS	
TEORINIŲ ASPEKTŲ.....	4
1.1 Projektų samprata ir jų klasifikacija	4
1.2 Investicinio projekto kūrimas	7
1.2.1 Investicinio projekto struktūra	8
1.2.2 Rinkos ir konkurentų tyrimo metodai	11
1.2.3 Įmonės finansinės veiklos analizė	14
1.2.4 Investicinio projekto pinigų srautai	18
1.3 Investicinio projekto efektyvumo vertinimo metodika	19
1.4 Projektų rizikos įvertinimas	22
2. UAB „GIFTIKA“ INVESTICINIO PROJEKTO EKONOMINIS PAGRINDIMAS	
.....	24
2.1 Įmonės veiklos pristatymas	24
2.2 UAB „Giftika“ pagrindinių veiklos rodiklių analizė	25
2.3 Rinka. Paslaugos vartotojai. Konkurencija	29
2.4 SSGG analizė	30
2.5 Investicinio projekto kūrimas	31
2.5.1 Investicinio projekto idėjos naudingumas	31
2.5.2 Investicijų poreikis ir galimi finansavimo šaltiniai	33
2.5.3 Investicinio projekto prognozuojami pinigų srautai	35
2.6 Projekto efektyvumo vertinimas.....	36
2.7 UAB „Giftika“ investicinio projekto (B) rizikos vertinimas	38
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	41
LITERATŪRA	42
PRIEDAI:	
1 priedas Investicinio projekto ruošimas;	
2 priedas UAB „Giftika“ 2008 m. balansas;	
3 priedas UAB „Giftika“ 2010 m. balansas;	
4 priedas UAB „Giftika“ 2008 m. pelno (nuostolio) ataskaita;	
5 priedas UAB „Giftika“ 2010 m. pelno (nuostolio) ataskaita.	

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1.1 lentelė	Mokumo rodiklių skaičiavimas ir vertinimas	16
1.2 lentelė	Pelningumo rodiklių skaičiavimas ir vertinimas	17
2.1 lentelė	UAB „Giftika“ finansinių įsipareigojimų dinamika	28
2.2 lentelė	Lietuvos įmonių, užsiimančių knygų, periodinių leidinių leidyba, veiklos dinamika 2008-2010 m.	29
2.3 lentelė	Stiprybių, silpnybių, galimybių, grėsmių (SSGG) analizė	30
2.4 lentelė	UAB „Giftika“ numatomos investicinio projekto pardavimo apimtys	32
2.5 lentelė	Investicijų poreikis	33
2.6 lentelė	UAB „Giftika“ investicinio projekto netiesioginės gamybos išlaidos ir veiklos sąnaudos	33
2.7 lentelė	Investicinio projekto gaminių savikaina ir kainos	34
2.8 lentelė	Prognozuojama pelno (nuostolio) ataskaita	34
2.9 lentelė	Investicinio projekto pelningumas	35
2.10 lentelė	Investicinio projekto prognozuojamas pinigų srautas	36
2.11 lentelė	Diskontuoti, akumuliuoti pinigų srautai	37

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1.1 paveikslas	Projektų skirstymas į tipus pagal darbo metodų ir tikslų apibrėžimo sudėtingumą	5
1.2 paveikslas	Projektų klasifikacija.....	6
2.1 paveikslas	UAB Giftika organizacinė struktūra	25
2.2 paveikslas	UAB „Giftika“ pagrindinės (tipinės) veiklos rodiklių dinamika	25
2.3 paveikslas	UAB „Giftika“ grynojo pelno dinamika	26
2.4 paveikslas	UAB „Giftika“ trumpalaikio turto būklės dinamika	27
2.5 paveikslas	UAB „Giftika“ nuosavo kapitalo dinamika	28
2.6 paveikslas	Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo pardavimų apimties	38
2.7 paveikslas	Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo kainos	39
2.8 paveikslas	Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo pelno mokesčio	39
2.9 paveikslas	Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo sąnaudų	40

IVADAS

Kiekvienos įmonės tikslas yra sukurti tokią prekę ar paslaugą, kuri geriausiai tenkintų vartotojų, visuomenės poreikius ir garantuotų įmonės galimybes gauti stabilų pelną. Tačiau ji įmonė gauna nuolat konkuruodama su kitomis bendrovėmis.

Temos aktualumas. Šiuolaikinės globalinės ekonomikos išskirtinis bruožas – didėjanti inovacijų įdiegimo svarba ūkio subjektams, funkcionuojantiems visuotinės konkurencijos sąlygomis. Ženklius produktų, paslaugų, technologijų, organizacinių metodų gyvavimo ciklų trumpėjimas verčia įmones nuolat ieškoti inovacijų, kurti naujus produktus, diegti naujas technologijas.

Inovacija – tai sėkmingas naujų technologijų, idėjų ir metodų komercinis pritaikymas, pateikiant rinkai naujus arba tobulinant jau egzistuojančius produktus ir procesus.

Kapitalo investavimas yra pagrindinė įmonės ekonominės ekonominio vystymo strategijos forma. Įmonės norinčios nuolat konkuruoti rinkoje ir būti jos lyderiais, turi nuolat ieškoti naujovių, įgyvendinti efektyviausius strateginius projektus. Tik ši investavimo forma leis įmonei sėkmingai įsiliesti į naujas paslaugų ir regionines rinkas, užtikrinti nepaliaujamą savo vertės augimą. Kapitalo investavimas padeda didinti gamybos apimtis, plėsti paslaugų ir produktų asortimentą, kelti jų kokybę ir mažinti veiklos sąnaudas.

Investicinio projekto problema. Investicijų tikslas yra pasiekti konkrečių užsibrėžtų tikslų, apibrėžtų laiko ir pinigų sąnaudomis. Galimybė pasiekti ekonominį efektą iš investicijų, visų pirma apibūdina investuotojų sugebėjimai ir kompetencija generuoti pajamas.

Investicijos geba duoti pelną tik tada, kai yra pasirenkamas efektyvus investavimo objektas.

Tai padeda padaryti iš anksto rengiami investiciniai projektai, paremti daugeliu tyrimų ir rinkos analizių.

Darbo objektas. Investicinis projektas.

Hipotezė. Įmonė daug dėmesio skiria inovacijoms, plėtros galimybėms rinkoje. Nuolat plečia ir atnaujina savo paslaugas, jų kokybę.

Darbo tikslas. Įvertinti UAB „Giftika“ plėtros galimybes, parengti investicinį projektą bei atlikti jo ekonominį pagrindimą.

Uždaviniai:

- Aptarti investicinio projekto kūrimą ir ekonominį vertinimą teoriniu aspektu;
- Atlikti UAB „Giftika“ finansinę analizę;
- Parengti investicinį projektą;

1. INVESTICINIO PROJEKTO RUOŠIMAS IR EKONOMINIS PAGRINDIMAS TEORINIU ASPEKTU

1.1 Projektų samprata ir jų klasifikacija

*Žmogiška būtybė tapo žmogumi, kad pradėjo investuoti.
(rašytiniuose šaltiniuose nesutikta išmintis)*

A.V. Rutkauskas ir P. Stankevičius (Rutkauskas, Stankevičius, 2006, p. 13) investicijas apibūdina, kaip kapitalo įsigijimą, siekiant pelno ateityje. Investavimas – tai kapitalo panaudojimo būdas, kuris privalo užtikrinti kapitalo saugumą, ir vertės augimą.

L. Juozaitienė (2007, p. 356) teigia, kad investavimas yra viena svarbiausių įmonės veiklos sričių ir čia priimami sprendimai priklauso nuo pasirinktos investavimo strategijos: jei yra siekiama greitos naudos, tai uždirbtas pelnas gali būti skiriamas savininkų poreikiams tenkinti, o jei pirmenybė teikiama ilgalaikiams tikslams ir įmonės plėtrai, tada pasirenkama aktyvi investicinė strategija, kurią lemia ekonominė aplinka, įmonės tikslai ir jos veiklos pobūdis. Būtent investicijos padeda maksimizuoti verslo vertę ir didinti savininkų nuosavybę

D. Treiginės (2010, p. 4) manymu investicijos – tai piniginės lėšos ir kitas finansinis turtas bei materialusis ir nematerialusis turtas, kuris investuojamas siekiant iš investavimo objekto gauti pelno arba kitą rezultatą.

Kitaip tariant investavimas – tai dabarties aukojimas dėl ateities.

Vieno projekto apibrėžimo nėra, todėl tikslinga apžvelgti projekto apibrėžimus, pateiktus skirtinguose projekto metodiką apibūdinančiuose literatūros šaltiniuose.

Projekto sąvoką tiek literatūroje, tiek praktikoje apibūdinama labai įvairiai: kaip laikina veikla, griežtai apribota tiksliais pradžios ir pabaigos momentais; kaip susitarimas, turintis tam tikrus tikslus; kaip dokumentas, faktiškai, techniškai ir socialiai pagrindžiantis ateities tikslus, kuriems realizuoti sukuriama objektai, diegiami technologiniai procesai, nustatomi reikalingi ištekliai, numatomi valdymo sprendimai ir priemonės jiems įgyvendinti.

Pasak G. Kancerevyčiaus (2009, p. 176) ilgalaikių investicijų biudžeto projektas yra tikėtina investicija į tam tikrą ilgalaikį turtą (įrengimams, pastatams ir kt.), kurią padarytų firma, jei realizuotų projektą. Ilgalaikių investicijų biudžeto projektai atsiranda firmos viduje. Pasiūlymais jiems ateina iš gamybos, marketingo padalinių ir kitų firmos šaltinių Pasak Projektų valdymo instituto (Project Management Institute, PMI) parengto projekto valdymo standarto (Project Management Body of Knowledge (PMBOK)), projektas – tai laikina veikla, orientuota sukurti unikalų produktą ar paslaugą.

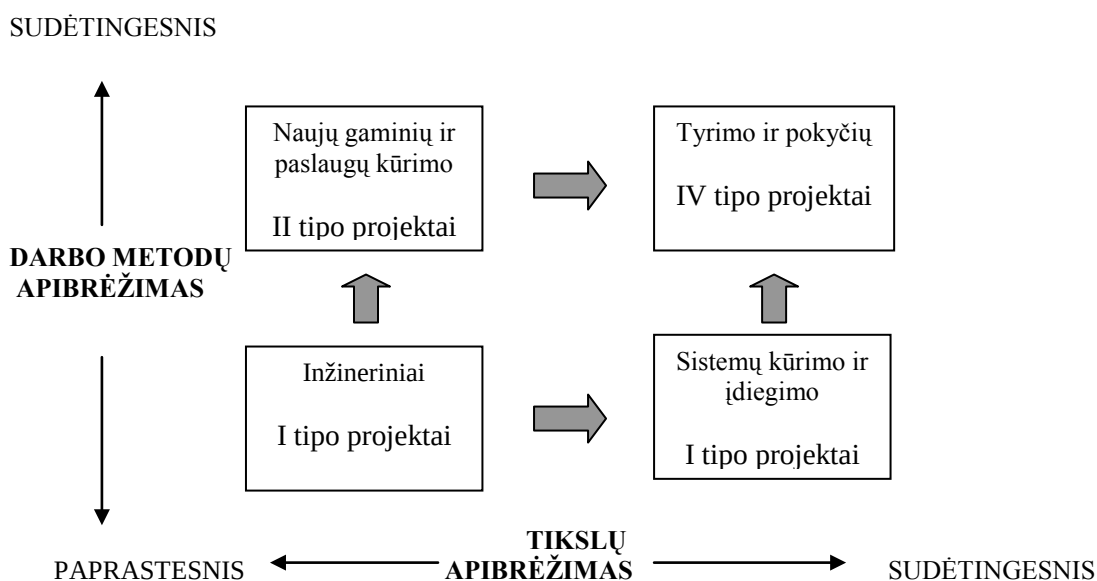
Projektas – kompleksinės, koordinuojamos, vienkartinės pastangos apribotos laiko, biudžeto, išteklių ir kryptingų atlikimo specifikacijų, skirtos patenkinti vartotojo poreikius (A. Kaziliūnas, 2009, p. 15).

Investicijų projektas – tai dokumentas, kuris finansiniu, ekonominiu, techniniu, socialiniu ir kitais aspektais pagrindžia investavimo tikslus, įvertina investicijų grąžą, atsipirkimą, bei kitus efektyvumo rodiklius (D. Treigienė, 2010, p. 4).

Labai panašiai investicinio projekto sąvoką apibrėžia ir D. Cibulskienė su M. Butkumi (Cibulskienė, Butkus, 2007, p. 51): „Investicinis projektas – tai dokumentas, pagrindžiantis investavimo tikslus finansiniu, ekonominiu, techniniu ir socialiniu požiūriu, įvertinantis investicijų grąžą (komercinis projektas) ir kitus efektyvumo rodiklius, nurodantis projekto įgyvendinimui reikalingas lėšas ir finansavimo bei įgyvendinimo terminus“

Investicinio projekto, kaip ir daugumos organizacijos veiklų, taip ir šios veiklos pagrindinis tikslas yra patenkinti klientų poreikius (A. Kaziliūnas, 2009, p. 15).

Esamą didžiulę projektų įvairovę įprasta skirti į keturis pagrindinius tipus, kurie pateikti 1.1. paveiksle.



1.1 pav. Projektų skirstymas į tipus pagal darbo metodų ir tikslų apibrėžimo sudėtingumą

Šaltinis: V. Būda, A. Chmieliauskas, 2006, p. 9, Kaunas, Technologija

Inžineriniai projektai – tai civilinės ir pramoninės statybos, gamybos išteklių gavybos ir kiti pramonės projektai.

Naujų gaminių ir paslaugų kūrimo projekto rezultatas gali būti ir vienetinis, skirtas vieninteliui vartotojui, kaip unikalus lazeris, ir masinės gamybos šablonas, pavyzdžiui, naujo modelio automobilis.

Sistemų kūrimo ir įdiegimo projektai – tai tokia koordinuojamų vadybinių darbų visuma, kurios rezultatas negali būti apibūdinamas kaip statinys produktas ar paslauga.

Tyrimo ir pokyčių projektai dažniausiai trunka daugelį metų, jiems reikia didžiulių investicijų, o rezultatai būna arba labai pelningi, arba visiškai niekas (Būda, Chmieliauskas, 2006, p. 8)

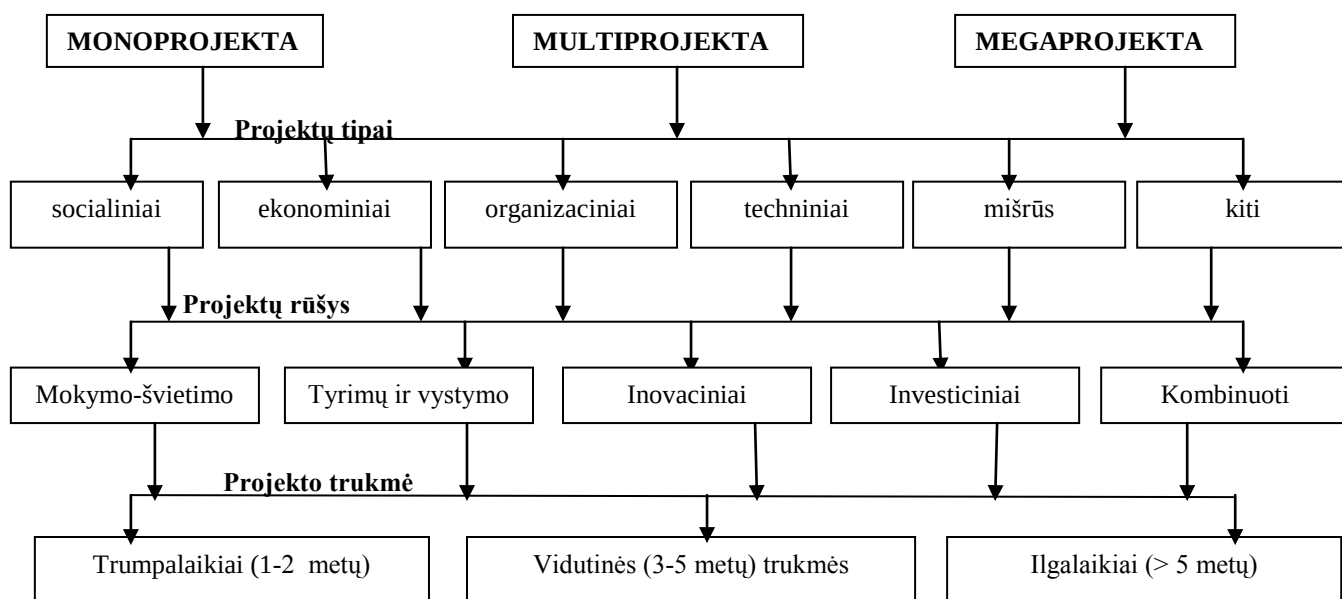
Pagrindinės projektų savybės (A. Kaziliūnas, 2009):

1. nustatytas galutinis tikslas;
2. apibrėžtas laiko tarpas nuo vykdymo pradžios iki pabaigos;
3. dažniausiai kelių padalinių ir profesionalių darbuotojų įtraukimas;
4. nauja unikali veikla, t.y. daroma kažkas nauja;
5. specialūs laiko, kainos ir atlikimo reikalavimai.

Neverauskas ir kt. projektus siūlomo skirstyti į klases, tipus ir rūšis. Projekto klasė nustatoma pagal projekto sudėtį ir jo veiklos struktūrą (2007, p. 10):

- monoprojektai – tai atskiri, nepriklausomi, skirtingo tipo ir dydžio projektai;
- multiprojektai – tai projektų kompleksas ar programa, susidedanti iš tarpusavyje susijusių monoprojektų;
- megaprojektai – tikslinės regionų vystymo programos, apimančios keletą mono ir multiprojektų.
-

1.2 paveiksle pateikiama projektų klasifikacija pagal B. Neverauską ir kt.



1.2. pav. Projektų klasifikacija

Šaltinis: B.Neverauskas, V. Stankevičius, V. Viliūnas, I. Černiūtė, 2007, 11 psl.

Šis paveikslas (1.2 pav.) aiškiai, glaustai ir konkrečiai nurodo projektų klasifikaciją, kuo remiantis galime apibūdinti rengiamą projektą.

Kaziliūnas projektus klasifikuoja sekančiai (A. Kaziliūnas, 2009, p. 41):

- **privalomieji ir atsirandantys dėl netikėtų įvykių** - jais siekiama įgyvendinti privalomuosius reikalavimus, nustatytus tam tikrame regione.

- **operaciniai** – projektai parengiami siekiant patobulinti sistemos efektyvumą, sumažinti išlaidas, pagerinti įvaizdį ir panašiai;

- **taktiniai** – projektai skirti įvykdyti organizacijos trumpalaikius tikslus. Šių projektų įgyvendinimo laikotarpis paprastai neviršija vienerių metų;

- **strateginiai** – projektai tiesiogiai remia organizacijos ilgalaikius tikslus ir misiją. Jie dažniausiai rengiami, kai reikia didinti organizacijos pajamas, plėsti rinką.

Investicinis projektas, nėra sudėtingas investavimo procesas, jei yra aiškiai nustatomi projekto tikslai, uždaviniai, finansavimo ir įgyvendinimo galimybės. Tinkamai įvertinus ir apskaičiavus projekto galimybes, investicijos atsiperka ir duoda maksimalų pelną.

1.2 Investicinio projekto kūrimas

L. Juozaitienė (2007, p. 360) teigia, kad realioms investicijoms įgyvendinti sudaromi investiciniai projektai. Projektų pasirinkimas ir pagrindimas yra procesas, kurio sėkmę lemia sprendimus priimančių žmonių patirtis, lūkesčiai, įžvalga.

Kiekvienu atveju investavimo procesas prasideda nuo investavimo tikslų formulavimo (Rutkauskas, Stankevičius, 2006, p. 55). Tai būtina, kad būtų parinkti tinkami įgyvendinimo kriterijai (A. Kaziliūnas, 2009, p. 42).

Kiekvienas firmos sprendimas, kuris pakeičia pinigų srautus, yra ilgalaikių investicijų biudžeto sudarymo srities sprendimas. Tai gali būti naujo produkto gamybos įdiegimas, paskirstymo kanalo parinkimas, pastatų įsigijimas, geografinės padėties pasirinkimas, kitos įmonės pirkimas arba padalinio pardavimas, lizingo arba įrangos pirkimo, dividendų ir paskolos gąžinimo sprendimai (G. Kancerevyčius, 2009, p. 176).

Investicinės strategijos sukūrimas – tai platus kūrybinis procesas, kurį sudaro (Cibulskienė, Butkus, 2007, p. 45):

- investicinės veiklos tikslų iškėlimas;
- investicinės veiklos prioritetinių kryptų ir formų nustatymas;
- formuluojamų investicinių išteklių struktūros optimizavimas ir jų paskirstymas;
- svarbiausių investicinės veiklos kryptų politikos sukūrimas;
- santykių su išorine investicine aplinka užtikrinimas.

Visos šalys, investuojančios į projektą, yra suinteresuotos ateities pelnu (A.V. Rutkauskas, 2006, p. 205).

1.2.1 Investicinio projekto struktūra

Projekto rengimas savo ruožtu reikalauja aibės įvairiausių tyrimų. Projektiniai veiklos tyrimai – tai būsimos veiklos modeliavimas, siekiant išsamiai įvertinti ne tik tos veiklos naudą būsimam jos valdytojiui, bet ekologinės, socialinės bei technologinės veiklos pasekmes (A.V. Rutkauskas, 2006, p. 53). Praktiškai naudojami ganėtinai skirtingi pasiruošimo investavimui būdai. Vieni yra pagrįsti nuoseklių veiksmų, nukreiptų konkrečioms tikslams pasiekti, planavimu. Kiti remiasi spontaniškais veiksmiais, kai sprendimai priimami vadovaujantis intuicija (A.V. Rutkauskas, 2006, p. 35).

Pateikiame investicinio projekto reikalavimus, remiantis 2006 m. liepos 11 d. Tarybos reglamento Nr. 1083/2006 39 ir 40, 55 straipsnių, Europos Komisijos Regioninės politikos Generalinio direktorato Ekonominės naudos analizės atlikimo metodinės gairių (*angl. Guide to Cost-benefit analysis of investment projects*) (Final report 16/06/2008), Europos Komisijos Regioninės politikos Generalinio direktorato Darbo dokumento Nr. 4 „Ekonominės naudos analizės atlikimo metodikos gairės“ (08/2006) nuostatais:

Investicinis projektas – tai rašytinis dokumentas, kompleksiškai pagrindžiantis projekto įgyvendinimo poreikį bei naudą finansiniu ir socialiniu – ekonominiu požiūriu. Investicijų projektas turi būti parengtas išlaikant vidinę projekto logiką: projekto rezultatai turi būti projekto veiklų padarinys, projekto veiklos sudaryti prielaidas pasiekti uždavinius, o pastarieji įgyvendinti nustatytus tikslus (vertikali projekto logika):

1. Projekto santrauka – *pagrindimas*: socialinis ekonominis projekto kontekstas, problemos, kurias sprendžia projektas; *identifikavimas*: projekto ribos, projekto organizacija, tikslinės grupės, projekto tikslai, uždaviniai ir veiklos; *alternatyvų analizės rezultatai*: alternatyvų atrankos kriterijai, išnagrinėtos alternatyvos. Nurodoma, ar iki šio projekto pateikimo buvo atliktos projektą pagrindžiančios **galimybių studijos**, nurodant jų tikslus ir pavadinimus; *finansinė analizė*: projekto biudžetas, finansavimo šaltiniai, finansiniai rodikliai investicijoms ir kapitalui; *socialinė – ekonominė analizė*: pagrindiniai išorinio poveikio komponentai, ekonominiai rodikliai; *rizikos*: kritiniai rizikos faktoriai, jautrumo analizės rezultatai.

2. Projekto kontekstas, identifikavimas ir ribos – paslaugos, kurios kokybei gerinti skirtas projektas, socialinis ir ekonominis kontekstas, pagrindiniai socialiniai ir ekonominiai reiškiniai ir prielaidos, formuojantys projekto poreikį, jų tendencijos projekto įgyvendinimo metu (analizuojama regiono, sektoriaus ir šalies kontekstu); problema, kuriai spręsti parengtas projektas; projekto tikslas; projekto uždaviniai.

3. Įmonės pristatymas;

4. Projekto galimybių ir alternatyvų aprašymas ir analizė – galimos veiklos projektui pasiekti ir uždaviniams išspręsti (sudaromas „ilgasis“ veiklų sąrašas, kuriame veiklos sugrupuotos pagal tam tikrus kriterijus (veiklų tipą – infrastruktūros veiklos, žmogiškųjų išteklių plėtros veiklos ir pan.)); veiklų vertinimo kriterijai (pvz., teisiniai, techniniai (technologiniai) ir aplinkosauginiai, finansiniai, žmogiškieji ištekliai, laikas, reikalingas veiklų įgyvendinimui, jų paaiškinimas ir pasirinkimo pagrindimas); galimų veiklų įvertinimas pagal pasirinktus veiklų vertinimo kriterijus ir „trumpojo“ veiklų sąrašo sudarymas; projekto įgyvendinimo alternatyvos.

5. Finansinė analizė – finansinė analizė atliekama nagrinėjant finansinius pinigų srautus ankstesniuose skyriuose identifikuotose projekto ribose. Naudojamas pinigų srauto metodas: projekto išlaidos (investicijos, veiklos sąnaudos, mokesčiai ir pan.) atvaizduojamos, kaip neigiami pinigų srautai, projekto įplaukos (finansavimas, veiklos pajamos ir pan.) – kaip teigiami pinigų srautai. Pinigų srautai išreiškiami tūkstančiais litų. Pagrindiniai finansinės analizės rezultatų rodikliai – finansinė grynoji dabartinė vertė ir finansinė vidinės grąžos norma investicijoms, finansinė grynoji dabartinė vertė ir finansinė vidinė grąžos norma kapitalui. Jei projektas generuoja pajamas, skaičiuojamas finansinis naudos santykis. Finansiniai rodikliai apskaičiuojami diskontuojant grynuosius pinigų srautus 5 proc. finansine diskonto norma.

6. Ekonominio (socialinio) poveikio įvertinimas – atliekamas visoms projekto alternatyvoms, jeigu atlikus alternatyvų palyginimą pagal finansinius rodiklius, nė viena projekto alternatyva nėra išskirtina kaip visapusiškai pranašesnė. Jeigu atlikus finansinę analizę akivaizdu, kad tikslinga įgyvendinti tik vieną alternatyvą, šioje dalyje atliekama tik viena projekto įgyvendinimo analizė. Pagrindiniai ekonominio (socialinio) poveikio vertinimo rodikliai – ekonominė grynoji dabartinė vertė ir ekonominė vidinė grąžos norma bei naudos ir sąnaudų santykis. Ekonominiai rodikliai apskaičiuojami diskontuojant grynuosius pinigų srautus 5,5 proc. socialine diskonto norma.

7. Detalus pasirinkto projekto įgyvendinimo alternatyvos aprašymas ir projekto įgyvendinimo planas – detalizuojama pasirinktoji projekto įgyvendinimo alternatyva, pateikiamas detalus projekto įgyvendinimo planas, veiklų sąrašas. Pristatoma projekto administravimo komanda, kiekvieno projekto administravimo nario funkcijos grupėje ir pan.

8. Rizikos ir jautrumo analizė – išorinės projekto aplinkos faktorių (infliacijos, vidutinių atlyginimų šalyje augimo, energijos kainų ir kitų makroekonominių, politinių, sektorialių rodiklių ir kt.) kitimo rizikos įtaka projekto finansiniams ir ekonominiams rodikliams; projekto investicijų vertės kitimo rizikos įtaka projekto ekonominiams rodikliams; tarpusavyje susijusių rizikos veiksnių **eliminavimas**; projekto rizikos faktoriai, kurių reikšmės pasikeitimas 1 proc. įtakoja projekto grynosios dabartinės vertės rodiklių pasikeitimą daugiau nei 1 proc.; **ribinės rizikos faktorių reikšmės**, kurios esant projekto grynosios dabartinės vertės rodikliai lygūs 0; realistinis,

optimistinis ir pesimistinis projekto rizikos faktorių pasiskirstymo scenarijus; rizikos valdymo priemonių planas, reikalavimai jų įgyvendinimui.

9. Išvados – pasirinktos projekto įgyvendinimo alternatyvos pagrindimas. Projekto naudos (ekonominės, socialinės, finansinės ir kt.) apibendrinimas. Pagrindinės projekto įgyvendinimo prielaidos. Projekto tęstinumas.

L. Juozaitienė (2007, p. 361) išskiria šiuos investicinio projekto skyrius:

- 1) santrauka; 2) projekto prielaidos ir pagrindinės idėjos; 3) rinkos tyrimas ir marketingas;
- 4) žaliavos ir tiekimas; 5) projektavimas ir technologinis procesas; 6) vadyba; 7) personalo vadyba;
- 8) projekto realizavimo planas; 9) finansinis planas ir projekto efektyvumas.

Analizuodamas investicinių projektų kūrimą, A. Kaziliūnas (2009, p. 18) pastebi, kad daugumai projektų būdingas keturių fazių gyvavimo ciklas:

- **Koncepcijos fazė** – parėpianti projekto idėjos pagrindimą, tikslų kūrimą, galimybių ir pasirinkčių analizę, projekto įgyvendinimo technikos reikalavimų nustatymą, komandos sudarymą ir atskaitomybės pasidalijimą.

- **Projekto vystymo fazė** – projekto pasirinktis yra toliau vystoma, detalizuojama ir planuojama. Sudaromi darbų ir aprūpinimo kalendoriniai grafikai, numatomi reikalingi ištekliai, apskaičiuojamas projekto biudžetas, parengiamas įgyvendinimo planas. Šie planai ir grafikai padeda siekti nustatytos kokybės ir neviršytų nustatytų biudžeto sąmatos lėšų.

- **Įgyvendinimo ir konstravimo fazė** – įgyvendinami projekto vystymo fazėje parengti planai. Įgyvendinimo metu galimi pakeitimai, jei planuojant buvo padaryta klaidų ar netikslumų ir jei atsirado naujų, veiksmingesnių pasiūlymų.

- **Projekto baigimo fazė** – šioje fazėje patvirtinama, kad projektas įgyvendintas pagal numatytą planą, atliekami projekto patikrinimo bei perdavimo ir priėmimo darbai.

Toliau apžvelgiami atskiri investavimo sprendimo priėmimo proceso etapai (D. Cibulskienė, M. Butkus, 2007, p. 48):

Pirmas etapas – investavimo idėjų formavimas, apimantis: projekto inicijavimo galimybes; naujų projektų skatinimo sistema; galimų naudoti lėšų apimtys.

Antras etapas – projekto plėtra, apimanti: pirminę projekto apžvalgą; įmonės disponuojamų reikiamų išteklių apimtys; projekto suderinamumas su bendra įmonės strategija.

Trečias etapas – projekto atranka, apimanti: išlaidos ir nauda, projekto grįžtamoji vertė, rizikos laipsnis. Investiciniai projektai vertinami šiais analizės metodais: investicijų atsipirkimo laiko nustatymo metodu; dabartinės grynosios vertės nustatymo metodu; vidinės grąžos normos nustatymo metodu; investicijų rentabilumo indekso nustatymo metodu.

Ketvirtas etapas – kontrolė, apimanti: projekto įgyvendinimo terminų ir biudžeto atitikimą; patirtį, kurią bus galima panaudoti investuojant ateityje. Kontrolė padeda vykdyti projektą pagal

grafiką ir pasiekti planuotų rezultatų. Įvykdžius projektą, labai reikšmingas yra auditas, kuris suteikia galimybę palyginti projekto rodiklius, pvz. po metų, su prognozuotais investicinio projekto rodikliais.

Kaip matyti investicinio projekto rengimo metodikose, nėra vieno griežto investicinio projekto struktūros principo. Svarbiausia, kad projekte būtų pateikti pagrindiniai investicinio projekto tikslai, uždaviniai, finansavimo šaltiniai, įvertinta projekto rizika, atsiperkamumas.

1.2.2 Rinkos ir konkurentų tyrimo metodai

Geras rinkos pažinimas yra svarbus kiekvienai įmonei, priimančiai strateginius sprendimus tiek gamybos tiek paslaugų srityse.

Rinka – tai pirkėjų ir pardavėjų susitikimo vieta, kur prekių mainų proceso metu veikia pasiūlos ir paklausos pusiausvyrą reguliuojantis mechanizmas, išreiškiamas kaina (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 6).

Ekonomikos teorijoje svarbią reikšmę turi bendrosios paklausos ir bendrosios pasiūlos sąvokos, atskleidžiančios visų pirkėjų ir visų pardavėjų elgesį prekių ir paslaugų rinkoje.

Bendrosios paklausos ir bendrosios pasiūlos modelis reikalauja sujungti visas atskiras šalies rinkas į bendrą rinką, o atskirų prekių kainų – į vieną bendrą kainą arba kainų lygį (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 125).

Rinka – tai erdvė, kurioje formuojami mainai, prekybiniai ryšiai, pasireiškiantys pardavimo ir pirkimo sandėriuose tarp pardavėjų ir pirkėjų, o pastarųjų sprendimai formuoja pasiūlą bei paklausą bei jų tarpusavio priklausomybę (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 6).

Socialinės – ekonominės analizės metu apibrėžiami socialiniai ir ekonominiai aspektai, kuriuos reikia atsižvelgti rengiant ir įvertinant projekto strategiją ir rinkodaros koncepciją. Šie aspektai paprastai atspindi visuomenę ir kultūrą, socialinę ir ekonominę politiką, egzistuojančias taisykles, tradicijas, papročius (A. Kaziliūnas, 2009, p. 50).

Kiekvieno gamybos veiksnio kaina rinkoje formuojasi veikiant to veiksnio paklausai ir pasiūlai (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 102).

Paklausa, pasiūla ir kainos yra pagrindiniai rinkos elementai, o esančios, besiformuojančios tarp jų priežasčių – pasekmių priklausomybės vadinamos rinkos mechanizmo arba paklausos-pasiūlos-kainų mechanizmo dedamosiomis (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 7).

Kainą veikia prekės gamybos kaštai, jos paklausa, pasiūla, naudingumas, prekės kokybė, reklama. Tačiau yra daug prekių – gamtiniai ištekliai, - kurių kainą lemia ne gamybos kaštai, bet papildomas (ribinis) produkto kiekis, pagamintas naudojant šias prekes (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 201).

Norint nustatyti, kaip formuojasi gamybos veiksnių kainos ir pasiskirsto pajamos, reikia išsiaiškinti gamybos veiksnių paklausą. Paklausą lemia firmų, naudojančių tuos gamybos veiksnius, skaičius (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 201).

Paklausa – tai perkamąja galia pagrįsti poreikiai. Visada labai svarbu ištirti ir žinoti perkamąją galią tos rinkos, į kurią ketiname sutelkti savo verslo pastangas. Tai gali būti visa kurios nors šalies rinka ar tik jos dalis. (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 8).

Anot Z. Lydekos ir B. Drilingo, prekės paklausai didžiausią poveikį daro: prekės kaina; pirkėjų skonis; teikiama pirmenybė; prekių pakaitalų kainos; rinkos dydis; reklamos išlaidos ir t.t. (2002, p. 45).

Bendroji pasiūla – prekių ir paslaugų kiekis, kurį gamintojai gali ir nori parduoti rinkoje, esant atitinkamam kainų lygiui. Bendroji pasiūla rodo ne fiksuotą pasiūlos dydį, o pasiūlos srautą ir jo kitimą, priklausančią nuo kainų, darbo užmokesčio, technikos lygio ir t.t.

Bendrosios pasiūlos pokyčius sukelia pasikeitimai ekonominių sąlygų, kurios veikia prekių gamybos kaštus ir produktų kainas (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 151).

Dar IX amžiaus pabaigoje R. Heilbroner (1986, 232 ps.) savo knygoje „Didieji ekonomistai“ rašė, kad „pasiūla ir paklausa, kaip sakė Marshallas, yra tarsi „žirklių ašmenų pora“, ir klausti, - pasiūla ar paklausa reguliuoja kainą, - yra taip pat beprasmiška, kaip klausti, viršutinė ar apatinė žirklių pusė kerpa medžiagą“. Marshallo kelrodiška įžvalga jau tuo metu skelbė aiškią pasiūlos ir paklausos priklausomybę.

Marketingo tyrimai svarbūs priimant rinkodaros sprendimus įmonėje.

Pasak J. Stankevičiūtės (2009, p. 16) rinkos tyrimai – tai visi galimi tyrimai apie rinką, jos dydį, sudėtį, struktūrą, paklausą. Autorė pagrindinį rinkos tyrimo tikslą įvardija, kaip tikslą - gauti duomenis apie rinkos sąlygas įmonės veiklai apibrėžti, pagrįsti ir pan.

Vienas iš rinkos tyrimo uždavinių - nustatyti rinkos dydį ir talpumą. Rinkos talpumą labiausiai veikia gyventojų paklausos ir prekių pasiūlos dydžiai.

Kad pirkėjas įsigytų prekę ar paslaugą, reikia trijų sąlygų. Reikia, kad pirkėjas: norėtų pirkti; turėtų pinigų; galėtų rinkoje nusipirkti.

Rinkos talpumas yra vienas iš svarbiausių rinkos tyrimų objektų, nes talpumo rodiklis parodo tam tikros prekės, paslaugos galimą realizavimo apimtį.

Rinkos tyrimai gali būti: nuolatiniai, pastovūs (pvz. rinkos stebėjimas); vienkartiniai (pvz. apklausa, rinkos analizė).

Rinka klasifikuojama pagal įvairius požymius. Erdvės atžvilgiu yra lokalinė, regioninė, užsienio, tarptautinė ir pasaulinė rinkos. Atsižvelgiant į rinkos kanalo grandinę, galima išskirti pardavimų, supirkimų, didmeninę ir mažmeninę rinkas. Svarbiausiu prekių rinkos požymiu

laikomas prekių objektas. Pagal tai išskiriamos trys pagrindinės rinkos: vartojimo prekių rinka; gamybinio pobūdžio prekių rinka; paslaugų (vartojimo ir gamybinio pobūdžio paslaugų) rinka (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 6).

Rinkos skaidymas į tam tikras grupes vadinamas segmentavimu. Rinkos tipų išskyrimas padeda geriau suprasti atskirų vartotojų ar jų grupių poreikius, elgseną, perkamų prekių pobūdį. Atlikti rinkos segmentavimą – tai atlikti rinkos klasifikavimą pagal daugelį požymių. Nustačius ir išanalizavus segmentus, įmonė nusprendžia, kokius iš jų aptarnaus (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 16).

Rinkos segmentavimas susijęs su požymių, pagal kuriuos skirstysime rinką atrinkimu. Autorė (J. Stankevičiūtė, 2009, p. 16) įvardija šiuos pagrindinius rinkos segmentavimo požymius:

- geografinis (miesto, kaimo gyventojai, administracinės teritorijos);
- demografinis (amžius, lytis, užsiėmimas, išsilavinimas, šeimos dydis, pajamos, religija, rasė, tautybė ir kt.);
- psichografinis (nuostatos, asmenybės požymiai, elgsenos požymiai);
- vartotojo elgsena (motyvai, prekės vartojimo intensyvus, naujumas ir kt.).

Formuojant verslo plėtros strategijas, būtina įvertinti konkurencingumo verslo aplinką ir būdus užtikrinti konkurencijos pranašumus ateityje (Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda: mokslinių straipsnių rinkinys (VII), 2010 m., p. 111).

Remiantis šiuolaikinėmis verslo teorijomis, yra suformuluotos trys konkurencinio pranašumo strategijų formavimo koncepcijos (Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda: mokslinių straipsnių rinkinys (VII), 2010 m., p. 112):

1. konkurencinis pranašumas pasiekiamas adaptuojantis prie aplinkos sąlygų;
2. konkurencinis pranašumas pasiekiamas unikaliais vidiniais ištekliais;
3. konkurencinis pranašumas pasiekiamas bendradarbiaujant ir formuojant ryšių tinklą.

Verslo įmonė ar organizacija yra laikoma turinti konkurencinį pranašumą, kai ji pasiekia aukštesnę konkurencinę padėtį pagal gaminamus produktus ar teikiamas paslaugas, palyginti su vienu ar daugiau konkurentų. Norėdamos išlikti konkurencingomis, įmonės turi daryti daugiau, nei tiesiog tiekti produktus ar teikti paslaugas, kurios yra geresnės ar pigesnės nei jų konkurentų. Įmonės turi greičiau nei konkurentai reaguoti į aplinkos pasikeitimus, greičiau modernizuoti, greičiau reaguoti į kainų kitimą, įdiegti naujas technologijas. Kad būtų užtikrintas kompanijos augimas, joms gali tekti plėstis į visiškai naujas rinkas bei įgyvendinti rizikingas strategijas (Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda: mokslinių straipsnių rinkinys (VII), 2010 m., p. 112).

Rinkos išmanymas ir jos išlaikymas padeda ne tik suvokti jos pranašumus ir trūkumus, bet pasinaudoti pranašumais ir iki minimumo sumažinti trūkumus. Tai padaryti galima keliais būdais, pasinaudoti materialiais ir nematerialiais ištekliais (J. Kourdi, 2010, p. 159).

Tobulosios konkurencijos rinkoje veikia daugybė firmų. Konkuruojanti firma – viena iš daugelio tobulosios konkurencijos rinkoje, gaminanti analogišką prekę ir nedaranti poveikio rinkos kainai. Ji taip pat negali paveikti darbo užmokesčio lygio, ji negali mokėti savo darbuotojams darbo užmokestį didesnę nei rinkos (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 102).

Nuolat kintant verslo aplinkai, įmonės, norėdamos išlaikyti ir tęsti veiklą, turi būti lanksčios, dinamiškos ir atviros. Tik adekvati reakcija į aplinkos pokyčius, šių pokyčių numatymas gali užtikrinti įmonės gyvavimo tęstinumą. Tai ypač aktualu dabartiniu metu, kai prekių ir paslaugų pasiūla yra gana didelė, vartotojų keliama reikalavimai jų kokybei vis didesni, o dėl ekonominės krizės ženkliai sumažėjo vartotojų perkamoji galia (Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda: mokslinių straipsnių rinkinys (VII), 2010 m., p. 116). Esant tokiai situacijai J. Kourdi išskiria šiuos stiprų poveikį konkurencingumui darančius veiksniai: produkto kainodarą, nuolaidas, platinimo kanalus, prekės ženklo reputaciją (2010, p. 159). A. Klimas prekės ženklą apibūdina, kaip žymenį, kuriuo siekiama pasiskelbti pasauliui, tapti žinomu, išsiskirti iš kitų (2009, p. 7).

1.2.3 Įmonės finansinės veiklos analizė

Kaip buvo minėta, galimybių tyrimai suteikia investuotojams, steigėjams bei rėmėjams informacijos, reikalingos apsispręsti, ar verta investuoti į projektą ir ar investuoti. Jei taip tai kokių būdu. Galima sakyti, kad investicijų turinys apibūdina finansinės analizės tikslus (A.V. Rutkauskas, 2006, p. 203).

Finansinė analizė – tai procesas, kurio metu, taikant tam tikrus matematinius ir statistinius metodus, įmonės veiklos duomenis siekiama paversti naudinga informacija. Finansinė analizė yra viena svarbiausių įmonės veiklos vertinimo sričių, kurios pagrindas – įmonės apskaitos duomenys ir kuri naudojama diagnostikos bei prognozavimo priemonė ateities finansiniams sprendimams priimti, kaip išankstinio žvalgymo priemonė investavimo objektams pasirinkti (L. Juozaitienė, 2007, p. 67).

J. Mackevičius (2007, p. 117) teigia, kad finansinė veiklos analizė – tai visapusiškas ir objektyvus įmonės finansinės būklės, veiklos rezultatų ir pinigų srautų tyrimas siekiant padėti įmonės vadovybei pasiekti numatytus tikslus.

Finansinės analizės tyrimo objektas yra įmonių finansinė veikla ir jos rezultatai (L. Juozaitienė, 2007, p. 67).

Anot V. Bagdžiūnienės finansinės analizės pagrindinis šaltinis – finansinės atskaitomybės ataskaitos ir finansų planai, kuriuose pateikiami apibendrinti finansiniai rodikliai (2006, p. 140).

Finansinės analizės tikslas – įmonės finansinės padėties įvertinimas ir ieškojimas būdų kaip, naudojant finansinę politiką, galima padidinti jos ūkinės veiklos efektyvumą (L. Juozaitienė, 2007, p. 70).

Analizuojant finansinių ataskaitų rodiklius, dažniausiai atliekamos horizontalioji ir vertikalioji analizės rūšys. Anot J. Mackevičiaus (2007, p. 118), finansinių ataskaitų horizontalioji analizė padeda nustatyti rodiklių dinamiką absoliučiais dydžiais ir procentais bei nukrypimus nuo bazinių rodiklių.

Horizontali analizė – tai rodiklių pokyčio skaičiavimas absoliučiais ir santykiniais skaičiais. Analizė padeda nustatyti įmonės pagrindinių finansinių rodiklių kitimo kryptį, numatyti jos plėtros tendencijas. Atliekant horizontalią analizę galima (L. Juozaitienė, 2007, p. 72):

- įvertinti įmonės turto, grynųjų pinigų likučio kitimo tendencijas;
- sužinoti įmonės skolų būklės, pajamų ir sąnaudų kitimą.

Vertikalioji analizė padeda nustatyti tam tikro rodiklio dalį procentais tarp kitų visumos rodiklių (J. Mackevičius, 2007, p. 118). L. Juozaitienė (2007, p. 77) teigia, kad naudodami vertikalią analizę, turime galimybę matyti tam tikrų elementų tarpusavio ryšį ir jų įtaką bendram rezultatui, todėl galime daryti išvadas apie rodiklių dydžių pasikeitimus ir jų priežastinius ryšius, nes bet koks vieno sistemos elemento būklės pasikeitimas veikia kitus. Ši analizės rūšis labai efektyvi tiriant pelno (nuostolio) ataskaitos duomenis. Jei matome grynojo pelno pasikeitimą, atlikę vertikaliąją analizę, galime nustatyti, kas jį lėmė. Naudojant vertikalios analizės metodą, galima:

- įvertinti, ar įmonėje tikslingai naudojami grynieji pinigai;
- nustatyti kapitalo struktūrą ir jos kitimo priežastis;
- atskleisti pajamų ir sąnaudų kitimo priežastis.

Atlikus finansinių ataskaitų horizontaliąją ir vertikaliąją analizę, apibendrinami gauti rezultatai, daromos išvados. Apibendrinant svarbu nurodyti tuos finansinių ataskaitų straipsnių kitimo atvejus, kurie parodo įmonės finansinės būklės ir veiklos rezultatų pablogėjimą. Jeigu ataskaitiniu laikotarpiu padidėja įmonės įsiskolinimas, nuostoliai, sąnaudos, parduotų prekių savikaina, tai tie rodikliai rodo, kad reikia visapusiškai tirti išvardytas veiklos puses ir ieškoti šių neigiamų tendencijų susidarymo priežastis. Kartais analizuojant ataskaitų duomenis (tiek horizontaliai, tiek vertikalčiai), gali susidaryti įspūdis, kad įmonėje nėra probleminių veiklos sričių. Todėl, norint įsitikinti, ar tikrai taip yra, būtina apskaičiuoti santykinius rodiklius ir juos palyginti su vidutiniais šakos arba geriausių šakos įmonių ir analogiško profilio užsienio įmonių rodikliais (J. Mackevičius, 2007, p. 118).

Atliekant įmonių veiklos analizę, labai svarbus nustatyti, dėl kokių veiksnių tam tikri rodikliai kito nevienodu tempu, kokios priežastys lėmė nukrypimus nuo bazinių rodiklių.

Pagal J. Mackevičių (2005, p. 71), įmonės veiklos, arba kompleksinė, analizė apibūdinama kaip suderinta rodiklių sistema, parodanti visus (arba daugelį) ūkinių procesų aspektus ir teikianti apibendrintas išvadas apie įmonės veiklos rezultatus remiantis nustatytais kiekybiniais ir kokybiniais skirtumais palyginti su lyginimo baze (planais, normatyvais, praėjusiais laikotarpiais, kitais galimais lyginimo variantais).

Įmonių veiklos efektyvumui vertinti dažniausiai naudojami įvairūs finansiniai santykiniai rodikliai, kurie skaičiuojami iš balanso, pelno (nuostolių) pinigų srautų ir nuosavo kapitalo pokyčių ataskaitų.

Prie svarbiausių mokumo rodiklių V. Lakis ir kt. (2010, p. 331), iš kurių lygio galima spręsti apie įmonės efektyvumą, priskiria 1.1 lentelėje pateiktus rodiklius:

1.1 lentelė

Mokumo rodiklių skaičiavimas ir vertinimas

Rodikliai	Skaičiavimo formulės	Geras vertinimo lygis
Bendrasis trumpalaikio mokumo koeficientas	$\frac{\text{Trumpalaikis turtas}}{\text{Trumpalaikiai įsipareigojimai}}$	1,5-2,0
Bendrasis skolos koeficientas	$\frac{\text{Visi įsipareigojimai}}{\text{Visas turtas}}$	0,3-0,5
Finansinis svertas	$\frac{\text{Visi įsipareigojimai}}{\text{Nuosavas kapitalas}}$	0,5

Šaltinis: V. Lakis ir kt, Valdymo apskaitos teorija ir praktika, VU leidykla, 2010, p. 331

Bendrasis trumpalaikio mokumo koeficientas rodo, kiek kartų trumpalaikis turtas didesnis už trumpalaikius įsipareigojimus. Žemas rodiklio lygis reiškia, kad įmonėje blogai organizuotas materialinis techninis aprūpinimas, yra problemų parduodant produkciją ir kitų veiklos sutrikimų.

Bendrasis skolos koeficientas dažnai vadinamas turto įsiskolinimo rodikliu, nes jis rodo, kokia dalis skolintų lėšų, panaudojama formuojant įmonės turtą. Kuo mažesnis šis rodiklis, tuo geresnė įmonės finansinė padėtis.

Finansinio svarto rodiklis rodo skolinto ir nuosavo kapitalo santykį: kuo didesnė skaitinė rodiklio reikšmė, tuo didesnė rizika, nes bankroto atveju su kreditoriais reikės atsiskaityti anksčiau negu su savininkais. Normalus ilgalaikis įsiskolinimas padeda išsaugoti įmonės pusiausvyrą (kai finansinio svarto rodiklis=0,5), yra savitas finansinis svertas, didinantis pelną.

1.3 lentelėje pateikiamas pelningumo rodiklių skaičiavimas ir vertinimas.

Pelningumo rodiklių skaičiavimas ir vertinimas

Rodikliai	Skaičiavimo formulės	Geras vertinimo lygis
Grynasis pardavimų pelningumas	$\frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Pardavimo pajamos}}$	>10
Turto pelningumas	$\frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Visas turtas}}$	>15
Nuosavo kapitalo pelningumas	$\frac{\text{Grynasis pelnas}}{\text{Nuosavas kapitalas}}$	>20

Šaltinis: V. Lakis ir kt, Valdymo apskaitos teorija ir praktika, VU leidykla, 2010, p. 331

Grynasis pardavimo pelningumas parodo, kiek grynojo pelno tenka vienam pardavimo litui.

Turto pelningumas parodo turto panaudojimo efektyvumą ir domina visus analitinės informacijos vartotojus, labiausiai – įmonės vadovus, nes parodo jų sugebėjimą racionaliai valdyti turtą.

Nuosavo kapitalo pelningumas parodo nuosavo kapitalo sukurtą pelną ir iš dalies – įmonės vadovybės darbo efektyvumą naudojant investuotą kapitalą.

SSGG analizė – tai analizė, apibendrinanti si sujungianti aplinkos ir išteklių analizės rezultatus, klasifikuojanti strategiją lemiančius veiksnius į keturias grupes (V. Bagdžiūnienė, 2006, p. 45):

- Stiprybės (pinigai, vadyba, personalas, įrengimai, pastatai);
- Silpnybės (atsargos, produkcija, apskaitos bei finansų būklė, rinka);
- Galimybės (konkurencija, technologija, politiniai pokyčiai);
- Grėsmė (socialiniai – ekonominiai pokyčiai, apmokestinimo kaita).
-

1.3.1 Investicinio projekto pinigų srautai

R. Pupeikienės (2009, p. 106) praktika rodo, jog neturėdama pakankamai pinigų net pelningai dirbanti įmonė pasidaro nemoki ir jai gresia bankrotas, nes ji negali atsiskaityti su kreditoriais ar vykdyti įsipareigojimų. Todėl būtina sudaryti pinigų srautų planą (prognozę) ir planuoti pinigų srautus.

Pinigų srautai – tai tikri pinigai, kurie įplaukia ir išplaukia iš verslo per konkretų laiko tarpą. Pinigų srauto judėjimus rodo pinigų likučių periodo pradžioje ir pabaigoje skirtumas (savaite, mėnesį, ketvirtį ir metus) (R. McCallione, A. Warner, 2009, p. 10).

L. Juozaitienė (2007, p. 277) aprašo kaip gali būti analizuojami pinigų srautai. Apskaitos analitinėje praktikoje parengta išsami analizės metodika, pagal kurią pinigų srautai analizuojami trimis kryptimis:

- Pagal pagrindinę veiklą;
- Pagal investicinę veiklą;
- Pagal finansinę veiklą.

Pagrindinė veikla – tai gauti pinigai už prekes, avansai tiekėjams, atlyginimų ir palūkanų mokėjimai, mokėjimai į biudžetą. Didžiausią įtaką šiems pinigų srautams turi parduotų prekių kiekis, kainos ir sąnaudos prekėms gaminti.

Investicinė veikla – pinigų judėjimas, susietas su materialiojo bei nematerialiojo turto įsigijimu ir pardavimu.

Finansinė veikla – pinigų srautai, susiję su įmonės akcinio kapitalo formavimu, uždirbtas pelnas, gauti ilgalaikiai kreditai, ilgalaikiai ir trumpalaikiai finansiniai įsipareigojimai, finansinės investicijos, dividendų mokėjimai, ilgalaikių paskolų grąžinimas, tikslinis finansavimas, neatligintinai gauti pinigai ir kt.

Pasak R. Rupeikienės (2009, p. 122) pinigų srautų ataskaita neatskleidžia, kodėl įmonės per ataskaitinį laikotarpį uždirbtas pelnas nesutampa su pinigų likučiu: pelno ataskaita rengiama kaupimo principu, todėl pajamos ir sąnaudos registruojamos neatsižvelgiant į pinigų gavimo ir išleidimo laiką. Laikotarpio pabaigoje apskaičiuotas grynas pelnas (nuostoliai) neparodo įmonėje turimų pinigų sumos padidėjimo ar sumažėjimo. Pinigų srautų ataskaita rengiama nesilaikant kaupimo principo, t.y. nurodomos tik ūkinės operacijos, kurios sukuria pinigus.

Pinigų srautai iš investicinės veiklos apima pinigus, išmokėtus įsigyjant ilgalaikį turtą, taip pat įvairius vertybinius popierius, pinigus, gautus parduodant ilgalaikį turtą (išskyrus tą, kuris buvo įsigytas turint tikslą parduoti), bei pinigus, gautus parduodant vertybinius popierius (I. S. Bajorūnienė, Č. Christauskas, 2011, p. 66).

A.V. Rutkauskas (2006, p. 324) teigia, kad piniginės įplaukos iš operacinės veiklos apskaičiuojamos pagal pardavimo apimtį ir einamąsias išlaidas. Papildomai į pinigų srautus iš operacinės veiklos įskaičiuojami išoriniai efektai, pavyzdžiui, su projektu nesusijusių organizacijų ir gyventojų pajamų padidėjimas ar sumažėjimas, paveiktas projekto realizavimo.

Turint atitinkamą informaciją, prie išlaidų galima įtraukti laukiamas išlaidas, susijusias su avarijomis ar kitais nenumatytais atvejais.

Pinigų srautams iš investicinės veiklos autorius (A.V. Rutkauskas 2006, p. 325) priskiria:

- įdėjinius į pagrindines veiklos priemones visais apskaitos žingsniais;
- išlaidas, susijusias su projekto nutraukimu (pvz. aplinkai atkurti);
- įdėjinius į apyvartinio kapitalo prieaugį;

- įplaukas iš nuosavybės ir nematerialių aktyvų realizavimo, nutraukus investicinį projektą.
- Prognozuojant projekto pinigų srautus, būtina įvertinti infliacijos įtaką.

1.3 Investicinio projekto efektyvumo vertinimo metodika

Vienas svarbiausių etapų kapitalo investicijų valdymo procese yra investicinių projektų efektyvumo vertinimas.

Priimant investicinius sprendimus, reikia įvertinti realią projekto kainą arba turto rinkos vertę. Turto rinkos vertė priklauso nuo to, kokią naudą tikisi gauti turto savininkas per visą jo naudojimo laikotarpį ir kokia yra tokios sprendimo rizika. L. Juozaitienė (2007, p. 361) aiškiai aprašo, kaip yra vertinama projekto kainą, rinkos vertę, atsipirkimo laikotarpius ir kitus svarbius rodiklius vertinant projektą.

Investicinių projektų efektyvumui įvertinti mokslinėje literatūroje siūloma taikyti dvi investicinių projektų efektyvumo vertinimo metodų grupes: statinius ir dinامينius metodus.

Naudojant statinius metodus, tokius kaip investicijų atsipirkimo laikas arba investuoto kapitalo grąža, neįvertinama pinigų laiko vertė.

Dinaminiai investiciniai efektyvumo vertinimo metodai įvertina pinigų laiko vertę ir pagal jų skaičiavimo būdą yra skirstomi taip:

- Grynoji dabartinė vertė;
- Vidinė grąžos (pelno) norma;
- Pelningumo indeksas;
- Modifikuotas investicijų atsipirkimo laikas;
- Modifikuota vidinė grąžos norma.

Įmonė turėtų atrinkti ar diegti tik tuos investicinius projektus, kurie padeda maksimizuoti savininkų turtą. Kad projektas padėtų didinti savininkų turtą, jis turi atitikti tokias sąlygas:

- Turėtų teigiamus grynuosius srautus;
- Turi būti apskaičiuotas ir įvertintas pinigų laiko vertės pokytis;
- Turi būti įvertinta pinigų srautų rizika.

Visus tuos kriterijus padeda įvertinti grynosios dabartinės vertės metodas.

Projektų efektyvumui įvertinti reikia tiksliai apskaičiuoti projekto pinigų srautus. Projekto piniginiai srautai skaičiuojami kaip skirtumas tarp tam tikro laikotarpio įmonės pinigų srauto, kuris susidaro įgyvendinant projektą, ir pinigų srauto, kuris susidarytų atmetus projektą. Dažniau naudojamas kitas rodiklis – grynieji pinigų srautai, kurie nepriklauso nuo finansinio būdo (t.y. nevertinamos išlaidos palūkanoms mokėti). Grynuosius pinigų srautus, reikalingus projekto efektyvumui įvertinti, sudaro:

- Gautos pajamos, kurias sąlygojo projekto įdiegimas;
- Patirtos sąnaudos prekėms gaminti, kurios tiesiogiai priklauso nuo įgyvendinto projekto;
- Gauti prekybos skolų pokyčiai, nulemti projekto;
- Atsargų pokyčiai, nulemti projekto;
- Mokėtinų skolų pokyčiai, nulemti projekto.

Paprastai grynieji srautai apskaičiuojami kaip pelnas sumokėjus mokesčius pridėjus nusidėvėjimą ir kitas nepinigines sąnaudas bei atėmus papildomas investicijas į apyvartinį kapitalą. Šis rodiklis apima visas su projekto susijusias įplaukas ir išmokas, tačiau neatsižvelgia į nepinigines pajamas ir sąnaudas, t.y. tas, kurios nėra susijusios su pinigų gavimais ar mokėjimais, ir turi būti ignoruojamos. Be to, būtina įvertinti dar ir kitus specifinius projekto pinigų srautų elementus, kaip įtaką kitiems projektams, infliacijos įtaką, rizikos lygis. Rizikingi pinigų srautai turi būti vertinami mažiau nei rizikingi. Jeigu dviejų projektų pinigų srautai ar jų uždirbimo laikas yra vienodas, tačiau skiriasi rizikos laipsnis, pirmenybę reikėtų teikti mažiau rizikingam projektui.

Investuoto ilgalaikio turto rinkos vertė pasibaigus projektui gali būti prilyginta ilgalaikio turto balansinei vertei tuo atveju, jei šiam turtui buvo skaičiuojamas nusidėvėjimas pagal ekonomiškai pagrįstus normatyvus, o likvidacinė vertė sudaro nedidelę visų projekto pinigų srauto dalį. Likvidacinė vertė apskaičiuojama kaip į projektą investuoto turto ir to turto vertės projektui pasibaigus skirtumas.

Atsipirkimo laiko skaičiavimas

Tai vienas paprasčiausių skaičiavimo metodų, pagal kurį apskaičiuojama, per kiek laiko projekto grynieji pinigų srautai padengs investicijas. Naudoti šį metodą lengva, tačiau jį taikant negalima įvertinti pinigų srautų, kurie bus pasibaigus projekto atsipirkimo laikotarpiui, ir visai neįvertinamas laiko veiksnys. Be to, priimama pralaida, kad pinigų vertė ankstesniais ir vėlesniais metais vienoda. Naudojant tik atsipirkimo laiko metodą gali būti atmetami projektai, kurių atsipirkimo laikas ilgesnis, o priimami tie, kurių investicinė grąža yra didesnė ir greitesnė, nors jų teikiama nauda ir būtų trumpalaikė. Reikėtų įvertinti ir tai, kad riba, apibrėžianti priimtina investicijų atsipirkimo laiką, yra gana subjektyvus investicinio sprendimo vertinimo matas, todėl jei gauname atsakymą, kad atsipirkimo periodas – 5 metai, ne visada įmanoma atsakyti į klausimą, ar tai gerai blogai. Atsipirkimo laiko metodas gali būti taikomas nekilnojamojo turto sektoriuose, kur investicijos garantuoja ilgalaikes, pastovias pajamas už nuomą. Priimant kitus investicinius sprendimus, jis gali būti tik kaip papildomas įvertinimo būdas, o tik ankstesnėms skaičiavimams tikslinga naudoti kitą metodą, pagal kurį įvertinama laiko veiksnio įtaka būsimiems pinigų srautams.

Turto rinkos vertė – tai diskontuoti būsimųjų pinigų, kuriuos „uždirba“ turtas, srautai. Jai įvertinti taikoma pinigų laiko vertė apskaičiavimo metodika. Aptarsime bendriausius šio metodo

bruožus. Skaičiuojant reikia nurodyti reikalaujamą pelningumą, turo naudojimo laiką ir prognozuoti būsimuosius pinigų srautus (A. V. Rutkauskas, 2006, p. 247).

Grynoji dabartinė vertė (NPV) – tai diskontuoti (sumažinti) planuojami būsimųjų pinigų srautai. Diskonto tarifas atitinka investuotojo reikalaujamą investicijų grąžą.

Diskonto norma, naudojama apskaičiuojant projekto NPV, kartais vadinama projekto kapitalo kaštais arba reikalaujama pelno norma, ir kai yra minimali priimtina investicinės grąžos norma, atitinkanti projekto rizikos laipsnį. Ją lemia panašių projekto grąžos norma, esanti kapitalo rinkoje. Reikėtų atkreipti dėmesį į tai, kad tos pačios bendrovės įgyvendinimų investicinių projektų, turinčių skirtingą rizikos laipsnį, diskonto norma yra skirtinga.

Kiekvieno pinigų srauto dabartinė vertė skaičiuojama įvertinus pinigų įplaukas ir išlaidas bei atėmus projekto kaštus. Projekto NPV apskaičiuojamas susumavus diskontuotus pinigų srautus. Jeigu NPV teigiamas, projektas tinkamas, o jeigu neigiamas, projektas turi būti atmestas. Jei iš kelių projektų, turinčių teigiamą NPV, reikia pasirinkti tik vieną, tikslinga pasirinkti tą, kurio NPV didesnė.

Vidinės grąžos normos (IRR) metodas

Investicijų vidinė pelno norma, yra tokia diskonto norma, kuriai esant projekto grynoji dabartinė vertė prilygsta nuliui (A. V. Rutkauskas, 2006, p. 255).

Vidinė grąžos normą – tai diskonto norma, kuri sulygina investuojamojo kapitalo diskontuotą vertę su gautinųjų pinigų srautų diskontuota verte. Interpoliacijos metodu parenkamas toks pelningumo procentas, kuris apibūdina investicijų pelningumą, bet jis nėra susijęs su rinkos palūkanomis. Šis metodas remiasi investicijų į turtą pelno norma, kuri apskaičiuojama surandant tokią diskonto normą, kai būsimųjų įplaukų dabartinė vertė tampa lygi išlaidų dabartinei vertei.

1.4 Projektų rizikos įvertinimas

Projektinė veikla nuo procesinės, kasdieninės, skiriasi visų pirma unikalumu – projektų valdymo metodais valdomi tie darbai, kurių organizacija imasi pirmą kartą, kurie nėra jų įprastinė veikla. Net ir projektinių organizacijų, pavyzdžiui, statybų ar viešųjų ryšių bendrovių, vykdomi kartotiniai projektai yra daugelių požymių unikalūs. Taigi neapibrėžtumo projektinėje veikloje yra nepalyginti daugiau negu procesinėje, kurią galima vykdyti pagal nusistovėjusias taisykles. Todėl projektų valdymo patirties kaupimas, ypač rizikos valdymo, yra tiesus kelias projektinę veiklą standartizuoti ir sumažinti jos neapibrėžtumą.

Rizikos įvykiu vadinsime su tam tikra tikimybe galintį įvykti įvykis, kuris neigiamai ar teigiamai paveiks trilypį projekto tikslą. Rizikos valdymas yra rizikos įvykių identifikavimas,

kokybės ir kiekybės analizė, atsako planavimas, stebėseną, reagavimas ir dokumentavimas. (V. Būda, A. Chmieliauskas 2006, p. 78)

Projektų įgyvendinimo sėkmingumo yra sąlygojamas įvairių veiksnių. Nežinomi, nepastovūs ir neigiami veiksniai daro projektą rizikingą. Rizika pripažįstama kiekviename projekte, tačiau jo dalyviai tikisi ir siekia, jog jų sumanytas ir įgyvendinamas projektas nesužlugtų arba bus nenuostolingas ir laukia sėkmingos projekto pabaigos.

Rizika apibrėžiama kaip potenciali, kiekybiškai įvertinama įvykių tikimybė ir nuostolių galimybė. Priešinga rizikai sąvoka yra neapibrėžtumas. Tai yra netiksliai ir neišsami informacija apie projekto įgyvendinimo sąlygas, o dėl to galinčios atsirasti nepalankios situacijos ir pasekmės nusakomos rizikos sąvoka. Neapibrėžtumas nusakomas veiksniais, kuriems egzistuojant veiklos rezultatai yra nedeterminuoti, o šių veiksnių galimos įtakos laipsnis nežinomas (B. Neverauskas ir kt. 2007, p. 62).

Norint nustatyti, kokiais metodais galima sumažinti riziką ir jos neigiamą įtaką projektui, pirmiausia reikia ištirti įvairiausių rizikos veiksnius ir įvertinti jų reikšmingumą, tinkamai vadovaujant ir kontroliuojant projektui, šitaip atliekant rizikos analizę. (K. Ališauskas, H. Karpavičius, J. Šeputienė, 2005, p.72).

Didžiausias bet kokios įmonės rizikos šaltinis yra rinka. Tik įvertinus visus galimus rizikos veiksnius ir jos priežastys bei jų įtaką projekto rezultatyvumui, galima nustatyti, ar projekto nauda kompensuos galimą riziką. Rizika yra neišvengiama ūkininkavimo sąlyga ir dažnai suvokiama, kaip nepageidaujamo įvykio galimybė. Dažniausiai minimos rizikos situacijos, kurios susidaro todėl, kad:

- Laukiamos pajamos arba pelnas neatitinka investuotojų lūkesčių;
- Įmonė patiria didesnius veiklos nuostolius;
- Sparčiai didėja sąnaudos.

R. Morris ir B. Mcwhorter (2010, p. 140) pabrėžia, kad vertinant riziką svarbu nustatyti veiksnius, turinčius didžiausią poveikį įmonės veiklai ar investicinio projekto sėkmei. Investicijų rizika gali būti įvertinama įvairiais metodais (jautrumo analizė, analizė pagal scenarijus, sprendimai medžio metodu, atsipirkimo metodas). Metodų pasirinkimas priklauso nuo:

- Informacijos patikimumo ir išsamumo;
- Verslo aplinkos stabilumo;
- Įmonės vadovų patyrimo ir jų kompetencijos;
- Investicijų masto.

Plačiausias naudojamas analizavimo metodas yra Jautrumo analizė. Jautrumo analizė sudaro vieno pagrindinio kintamojo keitimas, kai kiti pastovūs. Nustatoma, kokią įtaką įmonės grynajam pelnui turės vieno iš kintamųjų dydžio pasikeitimas (pardavimų, bendrojo arba veiklos pelno

kitimas). Įmonės veiklos jautrumui įvertinti skaičiuojami įmonės veiklos ir finansiniai svertai. Jautrumo analizė dažniausiai naudojama, bet ji nepakankama, nes išskirtinė įmonės rizika priklauso nuo šių kintamųjų galimų reikšmių svyravimų, kurie gali būti įvertinti tik tikimybinio būdu.

Analizės naudojant scenarijus metodo esmė – „blogų“ ir „gerų“ aplinkybių tikimybinis įvertinimas, lyginant su labiausiai tikėtina situacija arba baziniu atveju. Kai yra pesimistinis scenarijus, visiems įėjimo kintamiesiems suteikiamos blogiausios prognozuojamos reikšmės. Kai labiausiai tikėtinas, įėjimo kintamiesiems suteikiamos labiausiai tikėtinos reikšmės. Kai optimistinis scenarijus, priimamos geriausios reikšmės. Kiekvienam scenarijui priimama grynoji projekto vertė ir to įvyko tikimybė. Analizės naudojant scenarijus trūkumas tas, kad įvertinamas atliekamas tik keletą projekto išėjimo parametrų. Norint tiksliau įvertinti neapibrėžtos ir nuolat kintančios aplinkos poveikį įmonės veiklos galutiniai rezultatai, finansų valdyboje siūloma naudoti tikslus, bet labai sudėtingus imitacinio modeliavimo metodus (L. Juozaitienė, 2007, p.370).

2.UAB „GIFTIKA“ INVESTICINIO PROJEKTO EKONOMINIS PAGRINDIMAS

2.1 Įmonės veiklos pristatymas

UAB "Giftika" - suvenyrų verslui ir sportui gamintoja.

Glaudus bendradarbiavimas su užsienio partneriais suteikia galimybes operatyviai ir už konkurencingai priimtina kainą įgyvendinti įmantriausių verslo dovanų paiešką. Kompanijos personalas stebi verslo dovanų tendencijas ir tiesiogiai dalyvaujantis Europos reklaminių priemonių tiekimo rinkoje. "Giftika" pirmoji Lietuvos rinkai pristatė sporto sirgalių pamėgtas triukšmalazdes, taip pat pagamino ir armonikos principo plakatus-tarškynes naudojamas futbolo varžybų metu, sugriežtinus rūkymo taisyklės uždaroje patalpose bendrovė pasiūlė klubų lankytojų identifikavimo priemonės - kontrolines juosteles. Ir šiandien įmonėje derinami novatoriški projektai. Šiuo metu startuoja ir naujos teminių gaminių svetainės leisiančios įmonių marketingo specialistams išsirinkti Jiems priimtinausias ir puikiai veikiančias reklamines priemones: tušinukus, žiebtuvėlius, reklaminę tekstilę.

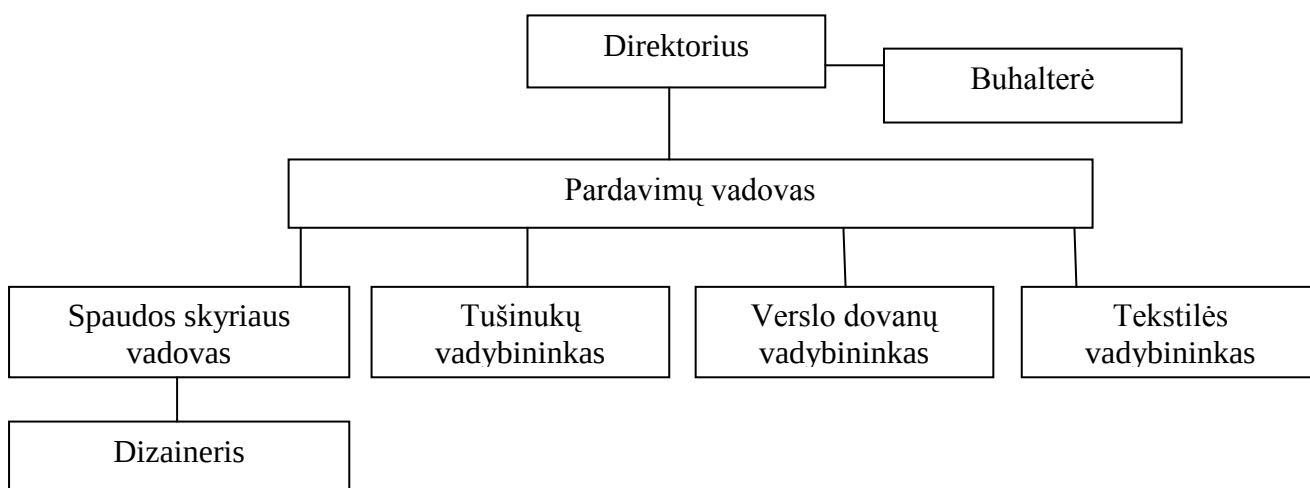
Pagal įmonių veiklos kryptį, pagal numatytą auditoriją, pagal vertę ar net spalvą, kiekvienai firmai UAB „Giftika“ ruošia išskirtinius verslo dovanų pasiūlymus.

Technologijų ryšio su klientais, lojalumo gaminiams ir prekės ženklams ugdymas, klientų žinių apie gaminius ir paslaugas gerinimas duoda milžinišką naudą įmonei. UAB „Giftika“ priima į klientą orientuotus sprendimus: objektyviai vadovaujasi rinkos tyrimais, remiasi rinkos išvalga, nustatant unikalias ypatybes, palaiko tiesioginį vadovų ryšį su klientais.

Įmonė veikia pagal LR Akcinių bendrovių įstatymą, bei kitus teisės aktus, kurie reglamentuoja įmonių veiklą.

IĮ „Giftika“ savo veiklą pradėjo 2004 m., o jau 2007 m. baigusi restruktūrizaciją buvo užregistruota kaip UAB „Giftika“. Įmonės įstatinis kapitalas sudaro 20 000 Lt. Tai pasak V. Mykolaitienės ir G. Večerskienės, garantija kreditoriams, kad bendrovė turi turtą, kuris negali būti išdalytas akcininkams kaip dividendai. Kuo didesnis įstatinis kapitalas, tuo palankesnės sąlygos gauti kreditus (2010, p. 90).

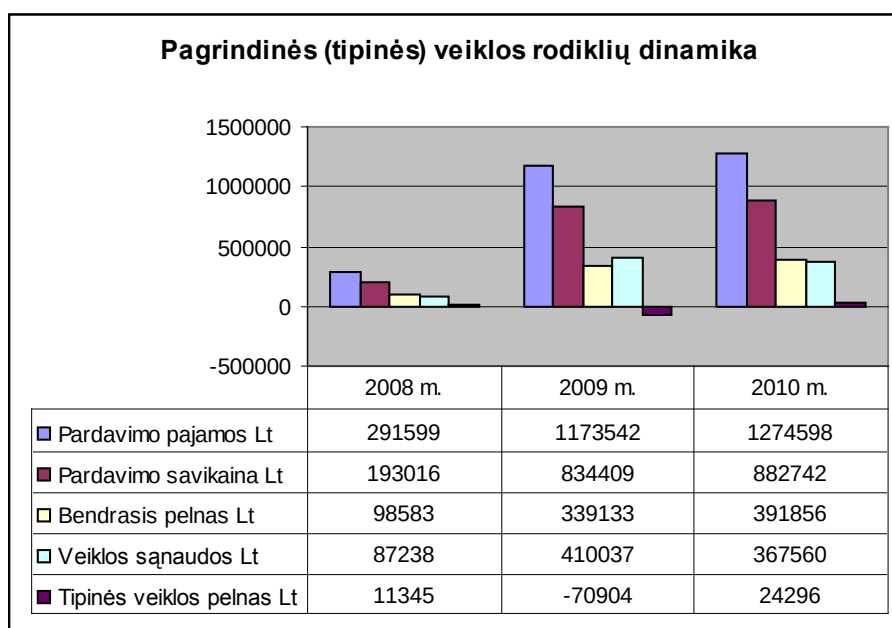
Šiuo metu įmonėje dirba 8 darbuotojai. Įmonės organizacinė struktūra parodyta paveiksle 2.1 paveiksle.



2.1 pav. UAB „Giftika“ organizacinė struktūra

2.2 UAB „Giftika“ pagrindinių veiklos rodiklių analizė

UAB „Giftika“ finansinę veiklą 2008-2010 m. laikotarpiu charakterizuoja šie duomenys:



2.2 pav. UAB „Giftika“ pagrindinės (tipinės veiklos) rodiklių dinamika

Kaip matyti iš šio paveikslo duomenų, pagrindinės veiklos rodikliai 2008-2010 m. laikotarpiu keitėsi reikšmingai.

2009 m. pardavimai lyginant su praėjusiu laikotarpiu išaugo 202 proc., savikaina bei veiklos sąnaudos atitinkamai 232 proc., bei 270 proc. Padidėjusi fizinė pardavimų apimtis iš įmonės reklaminės veiklos lėmė pardavimų pajamų padidėjimą.

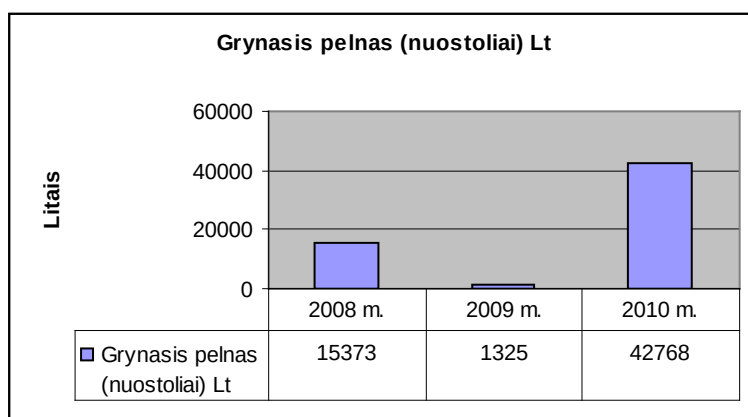
2010 m. pardavimo pajamos lyginant su praėjusiais metais padidėjo 8,6 proc. Šio rodiklio tokį ženklų padidėjimą lėmė bendrieji ekonominiai veiksniai rinkoje: įmonių perkamosios galios, įmonės ėmė mažiau dėmesio skirti reprezentacijai. Viso to priežastys – rinkoje įsivyravusi ekonominė krizė.

UAB „Giftika“ pardavimo savikaina 2010 m. išaugo 5,8 proc. – tai lėmė padidėjusios pardavimų apimtys, išaugusi medžiagų savikaina. Iš 2.2 paveikslo aiškiai matome veiklos sąnaudų sumažėjimą, to priežastis – sumažėjusios komunalinės išlaidos, priimti sprendimai mažinti komunikacines išlaidas (rastas pigesnes paslaugas siūlantis telefono operatorius).

Tendencingas pardavimo apimčių, savikainos, pajamų didėjimas lėmė bendrojo pelno augimą. Jis 2008-2010 m. augo: 244; 15,6 proc.

Apibendrinat tipinės veiklos finansinius rodiklius, galime teigti, kad UAB „Giftika“ savininkų priimtas sprendimas, keisti įmonės patalpas, mažinti veiklos sąnaudas, priimti naujus darbuotojus, investuoti į darbuotojų darbo vietas, davė puikius rezultatus, įtakojančius tolesnę įmonės veiklą, bei teigiamus finansinės veiklos rodiklius ir, žinoma, pelną.

UAB „Giftika“ grynojo pelno (nuostolio) dinamika pavaizduota grafiškai 2.3 paveiksle.



2.3 pav. UAB „Giftika“ gryno pelno dinamika

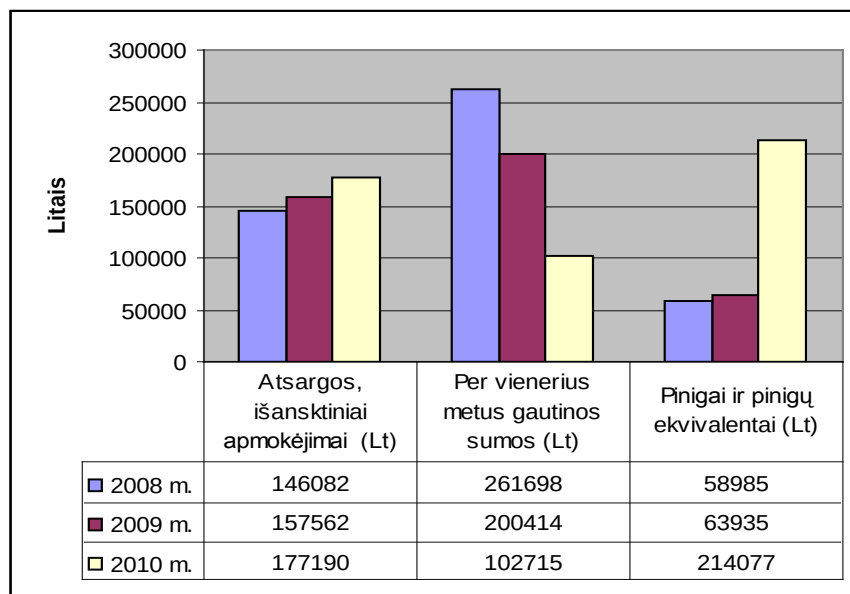
Šaltinis: Sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

Iš UAB „Giftika“ 2008-2010 m. grynojo pelno dinamikos grafiko matome ženklų grynojo pelno pokytį 2009 m. Grynasis pelnas 2009 m., lyginat su praėjusiais 2008 m., sumažėjo iki 1325

Lt. Tokio ženklus grynojo pelno pasikeitimo priežastis buvo, įmonės vadovų sprendimas – visą grynąjį pelną investuoti į darbuotojų darbo vietų atnaujinimą (kompiuteriai, programinė įranga, spausdintuvai), kaupti produkcijos sandėlį (draustines atsargas).

2010 m. skaičiuojamas ganėtinai mažas grynasis pardavimo pelningumo koeficientas, t.y. 3,4 proc. Tačiau kaip ir buvo minėta mokslinėje literatūroje, šis rodiklis labai priklauso nuo šakos ir įmonės veiklos ypatybių.

UAB „Giftika“ trumpalaikio turto būklės dinamika pavaizduota 2.4 paveiksle.



2.4 pav. UAB „Giftika“ trumpalaikio turto būklės dinamika

Šaltinis: Sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

Įmonės trumpalaikis turtas 2009 m. išaugo 7,9 proc. , tam turėjo įtakos tais pačiais metais įmonės grynojo pelno investavimas į draustines atsargas.

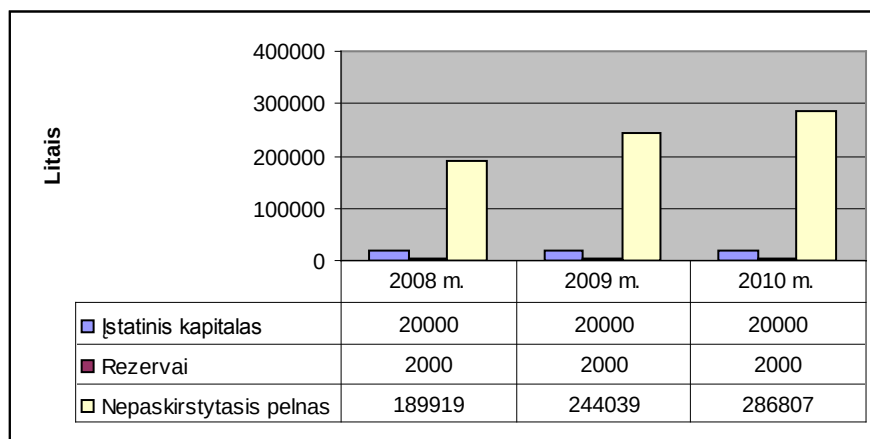
Tiek 2009 m., tiek 2010 m. mažėjo gautinos sumos, t.y. didėjo pirkėjų įsiskolinimai, lygint su 2008 m. Susiklėsčiusi situacija buvo įvardijama kaip ekonominės krizės padarinys.

Bendrasis trumpalaikio mokumo koeficientas 2010 m. buvo 1,8. Šis koeficientas parodo kiek kartų trumpalaikis turtas didesnis už trumpalaikius įsipareigojimus. Vertinant UAB „Giftika“ 2010 m. bendrąjį trumpalaikio mokumo koeficientą, galime teigti, kad įmonėje yra gerai organizuotas materialusis techninis aprūpinimas, t.y. gerai organizuotas produkcijos pardavimas.

Finansinio svėro koeficientas 2010 m. – 0,95. Didelis finansinės rizikos rodiklis rodo didelį riziką įmonės bankroto atveju. Tačiau būtina pabrėžti, kad normalus ilgalaikis įsiskolinimas ištis padeda išsaugoti įmonės pusiausvyrą, yra savitas finansinis svėras, didinantis pelną.

Bendrasis skolos koeficientas tais pačiais metais (2010 m.) buvo 0,5. Šis koeficientas parodo, kokia dalis skolintų lėšų, panaudojama formuojant įmonės turtą. Šiuo atveju, išlaikoma įmonės pusiausvyrą, t.y. svetimų lėšų naudojimas didinant įmonės pelną – dar priimtinas.

UAB „Giftika“ nuosavo kapitalo dinamika 2008-2010 m. pateikiama 2.5 paveiksle.



2.5 pav. UAB „Giftika“ nuosavo kapitalo dinamika

Šaltinis: Sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

Analizuojamu laikotarpiu įmonės įstatinis kapitalas nesikeitė, išliko toks, kokio reikalauja LR bendrovių įstatymas.

Nepaskirstytas pelnas 2010 m., lyginant su praėjusiais finansiniais metais, išaugo 17,5 proc. Tuo remiantis, darome prielaidą, kad tolesnių įmonės investicijų nuostoliai bus dengiami iš nepaskirstytojo pelno.

2.1 lentelėje pateikiami UAB „Giftika“ finansinių įsipareigojimų dinamika 2008-2010 m.

2.1 lentelė

UAB „Giftika“ finansinių įsipareigojimų dinamika 2008-2010 m.

Įsipareigojimai	2008 m.	2009 m.	2010 m.
Per vienerius metus mokėtinos sumos ir trumpalaikiai įsipareigojimai (Lt)	347203	254194	279289
Po vienerių metų mokėtinos sumos ir ilgalaikiai įsipareigojimai (Lt)	25169	33237	15344

Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

2010 m. pabaigai ilgalaikiai UAB „Giftika“ įsipareigojimai, lyginat su praėjusiais finansiniais metais, sumažėjo 116,6 proc. Įmonė savo veiklai pėsti, gamybiniais įrengimams ir reprezentacijai naudojo grynojo pelno dalį, taip nedidino ilgalaikių įsipareigojimų, priešingai – ėmėsi jų mažinti.

Ilgalaikius įsipareigojimus sudaro lizingo pagrindais įsigytos transporto priemonės, kurių lizingo sutartis baigėsi 2010 m., t.y. sumažėjo ilgalaikiai įsipareigojimai.

Apibendrintai galima teigti, jog UAB „Giftika“ yra moki ir pajėgi įvykdyti finansinius įsipareigojimus, bei išlaikanti įmonės pusiausvyrą. Atlikus įmonės pelningumo, mokumo rodiklių skaičiavimus ir jų vertinimus, įsitikinta, kad įmonė gali vykdyti tolesnę investicinę veiklą.

2.3 Rinka. Paslaugos vartotojai. Konkurencija

UAB „Giftika“ UAB "Giftika" - suvenyrų verslui ir sportui gamintoja. Tačiau šiame skyriuje atliksime naujai kuriamos įmonės paslaugos (knygų spausdinimo) tyrimą.

UAB „Giftika“ teikiamų paslaugų projektas orientuojamas į šiuos rinkos segmentus:

- universitetus, kurių dėstytojai suinteresuoti savo knygų leidimu;
- privatūs bei juridiniai asmenys.

Pirkėjų ir pardavėjų tarpusavio santykiai rinkoje reiškiasi per paklausą ir pasiūlą, nes paklausa ir pasiūla yra svarbiausias rinkos ekonomikos bruožas, nelemiantis produkcijos gamybos plėtimą ir mažinimą, kainų kitimą, poreikių patenkinimo laipsnį ir daugelį kitų ekonomikos raidos elementų.

Statistikos departamentas nepateikia konkrečių šios paslaugos vartotojų, jų kitimo tendencijų. 2.2 lentelėje pateikiama Lietuvos įmonių, užsiimančių knygų, periodinių leidinių leidyba, veiklos dinamika 2008-2009 m.

2.2 lentelė

Lietuvos įmonių, užsiimančių knygų, periodinių leidinių leidyba, veiklos dinamika 2008-2009 m.

	Metai	
	2008 m.	2009 m.
Įmonių skaičius (vnt)	589	576
Pardavimo pajamos (be PVM), mln. Lt	844,6	588

Šaltinis: Statistikos departamento pateikiami duomenys

Iš pateiktų duomenų matome, kad 2009 m. įmonių užsiimančių leidybine veikla neženkiai sumažėjo. Tai galėjo įtakoti ekonominis nuosmukis, kurio metu smulkios įmonės nepajėgė išsilaikyti rinkoje. 2008 m. 1 įmonei teko 1,4 mln. Lt (be PVM) pardavimo pajamų, o 2009 m. – apytiksliai 1 mln Lt (be PVM). Ekonominis nuosmukis sumažino pardavimo pajamas, tačiau ne tiek, kad įmonės neuždirbtų pelno, ar neišsilaikytų rinkoje.

Remiantis Statistikos departamento duomenimis, 2008 m. knygų, periodinių leidinių leidyba ir kita leidybinės veikla užsiimančių įmonių grynąjį pardavimo pelningumo koeficientas siekė 16

proc., kur 2007 m. – 17 proc. Šie rodikliai parodo gerą pardavimo pelningumą, įvertinus visas pajamas ir išlaidas.

UAB „Giftika“ nauja paslauga (knygų spausdinimo) orientuosius į visą Lietuvos bei kaimyninių šalių rinką. Įmonės įsigijamas analogo neturintis knygų spausdinimo aparatas, atliekantis visą knygos spausdinimo, klajavimo ir karpymo programą, bus vienintelis toks Lietuvoje. Canon atstovų Šiaulių regionui teigimu, tokio aparto neturi nei viena knygų spausdinimo įmonė Šiauliuose. Canon atstovai Šiaurės Lietuvai yra išnuomavusi kelis aparatus tik knygos lapų spausdinimui, o kitas procedūras įmonės atlieka specializuotų knygų spausdinimo įmonėse.

UAB „Giftika“ konkurentais Šiauliuose laikytina UAB „Šiaulių knygrišykla“, tačiau joje prie knygų spausdinimo dirba daugiau darbuotų. UAB „Šiaulių knygrišykla“ naudoja senas technologijas, kiekviena knygos spausdinimo, maketavimo, įrišimo, karpymo, viršelių uždėjimo procedūros atliekamos skirtingo mechanizmo pagalba. Tokiu būdu yra išauga knygos savikaina. Padidėja tiesioginės išlaidos, sudarančios didžiąją dalį prekės savikainos.

Dar vienas pranašumas UAB „Giftika“ prieš UAB „Šiaulių knygrišykla“, kad mūsų analizuojama įmonė galės tenkinti ir pavienių asmenų knygų spausdinimo poreikius. UAB „Šiaulių knygrišykla“ 1 knygos savikaina bus daug didesnė, nei UAB „Giftika“ knygų spausdinimo mašinos. Taip yra todėl, kad UAB „Giftika“ spausdinimų knygų savikaina nesikeičia nuo spausdinamų vienetų skaičiaus. Kiekviena procedūra atlieka individualiai, modernaus kompiuterio pagalba.

2.4 Stiprybių, silpnybių, galimybių, grėsmių (SSGG) analizė

2.3 lentelė

UAB „Giftika“ SSGG analizė

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
- verslui strategiškai palanki vieta; - geras dabartinis įmonės įvaizdis, žinomumas ir pripažinimas; - didelis verslo klientų ratas; - plati pastatų infrastruktūra teikia galimybę plėsti įmonės teikiamų paslaugų spektrą; - analogo neturinti kuriama paslauga; - vadovų ir darbuotojų profesionalumas; - atlyginimo normos; - gebėjimas pritraukti ir išlaikyti užsakovą	patirties trūkumas knygų leidyboje;
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
- nauja rinką; - naujos technologijos; - naujai kuriami gaminiai ir jų tobulinimas; - naujos investicijos;	- konkurentų kainodaros veiksmai; - aplinkos veiksniai; - pagrindiniai darbuotojai nuvilioti konkurentų; - ekonominė krizė; - tiekimo grandžių problemos;

	 konkurentų rinkos naujovės;
--	---

Šaltinis: Sudaryta autorės, remiantis įmonės vadovų rekomendacijomis

Iš įmonės SSGG analizės matomas optimistinis įmonės vertinimas. UAB „Giftika“ yra žinoma, pripažinta ir vertinama, dirba kvalifikuoti savo sričių specialistai, todėl SSGG analizėje išskiriama tik viena silpnybė – patirties trūkumas knygų leidyboje. Tačiau vertinat tai, kad darbuotojai yra iniciatyvūs, trokštantys veržtis į naujas rinkas, įmonės vadovybė nelaiko šios silpnybės rimta problema.

2.5 Investicinio projekto rengimas

2.5.1 Investicinio projekto idėjos naudingumas

UAB „Giftika“ verslo sėkmė ir plėtojimosi perspektyvos tvirtai susijusios su užsakovų platesniu poreikių tenkinimu. Verslas gali gyvuoti tol, kol tenkinami vartotojų poreikiai. Šiuolaikinis vartotojas laisvas, nepriklausomas, be galo informuotas, kritiškas ir reiklus siūlomų paslaugai ir prekei pasiūlai, išpaikintas jų pasiūlos ir gausos, trokšta naujovių, inovacijų, naujų išpūdžių.

Analizuojama įmonė yra inovatyvi, lanksti, bei diegianti naujausias technologijas patenkinti „išpaikinto“ vartotojo įgeidžiams. UAB „Giftika“ ne tik tinkina vartotojo poreikius, bet ir supažindina juos su naujausiomis technologijomis ir verslo tendencijomis.

Įmonė atsižvelgdama į rinkoje susiklosčiusią padėtį, bei atlikusi stebėjimo analizę, įvertino, galimybę įsigyti naujove Lietuvoje laikomą The Espresso Book Machine (Knugų spausdinimo aparatas) Tai mašina, kurioje sukomplektuotas kompiuteris, dažų, klijų talpyklos, karpymo mechanizmas, kuri per 5 min. nuo mygtuko paspaudimo „spausdinti“ iki galutinio knygos atidavimo, paruošia atspausdina, suklįuoja ir apkarpą kraštines mašina. Ši mašina laikoma naujiena Lietuvoje, Kur mūsų kaimynai Lenkai ją sėkmingai naudoja nuo 2007 m. Mašina per ganėtinai trumpą laiką atlieka visas funkcijas, kur mūsų knygų leidyklose šį procesas vykdo bent prie 5 mechanizmų. Taip yra taupomas laikas, veiklos sąnaudos, administracinės išlaidos, bei kelia įmonės reprezentatyvumą, bei konkurencingumą. Aparato įdiegimas knygų spausdinimui leis mažinti realias rinkos spausdinimo kainas rinkoje, bei pritraukti daug naujų užsakovų, kurie nenori gaminti daug vnt. knygų (kas kitose leidyklose įtakoja knygos savikainą).

Įmonė, investuojant į šį projektą reikės tik poros naujų darbuotojų. Visi skaičiavimai ir pagrindimai yra pateikiami 1 priede punktais, o šioje dalyje įvertinami jau gauti rezultatai.

Visi projekto skaičiavimai atliekami Microsoft Office Excel pagalba.

Knygų spausdinimui bus naudojamos vietinės pramonės medžiagos. Atsižvelgiant į rinkoje nusistovėjusią padėtį ir paklausą, ateinančiais metais numatoma parduoti šias knygų apimtis, kurios pateiktos 2.4 lentelėje.

2.4 lentelė

UAB „Giftika“ numatomos investicinio projekto pardavimo apimtys

Gaminio pavadinimas	Pardavimų apimtys
Knygos 100 lapų (juoda-balta)	7000
Knygos 200 lapų (juoda-balta)	3529
Knygos 28 lapų (pilno spalvingumo)	2663

Šaltinis: Sudarytas autorės, pagal atliktus skaičiavimus

Kuriant naują paslaugą, įmonė plečia savo gamybines patalpas, kurios išlieka šalia pagrindinės veiklos zonos. Taip naujos plėtros galimybės, pritrauks būsimus užsakovus tiesiogiai išvysti ir įmonės pagrindinę veiklą (reprezentacinių suvenyrų pardavimas), bei padės didinti jos pardavimų apimtis.

UAB „Giftika“ savininkas įvertinęs plėtros galimybes, vartotojų poreikius, siekimą išlikti ir plėsti rinką, bei užtikrinti strateginį tikslą – įmonės vertės augimą, padarė išvadą: Investuoti į knygų spausdinimo paslaugos kūrimą.

Įmonės vadovybė svarsto dvi alternatyvas:

A projektas – visą projektą finansuoti nuosavomis lėšomis;

B projektas – dalį projekto finansuoti skolintomis lėšomis.

Numatoma projekto įgyvendinimo pradžia 2011 m. spalio 1 d. Įvedimo į eksploataciją pradžia 2012 m. sausio 1 d.

Nauja paslauga bus orientuojama:

- Fizinis ir juridinis asmenis Lietuvoje ir kaimyninėse šalyse: Lenkija, Latvija, Estija ir kt.
- Pavieniai asmenys, studentai ir pan., norintys išleisti 1 ar keletą kopijų.

2.5.2 Investicijų poreikis ir galimi finansavimo šaltiniai

Finansavimas yra viena iš lėšų (kapitalo) parūpinimo formų. Lėšos įmonei reikalingos tiek pradedant verslą, tiek įmonei jau veikiant. Pradedant ar plėtojant verslą reikia numatyti, kaip bus sukauptos veiklai reikalingos lėšos. Suformuoti įmonės kapitalą, t.y. sukauti lėšas įmonės turtui įsigyti ir veiklai finansuoti galima iš įvairių šaltinių. Tam naudojamos nuosavos lėšos ir skolinamasi, leidžiami vertybiniai popieriai ir sukaupiamas skolintas kapitalas.

Šiuo metu populiariausia ilgalaikės investicijas finansuoti ilgalaikė banko paskola.

Analizuojama įmonė moki ir uždirbanti pelną, todėl turi palankias sąlygas gauti ilgalaikį kreditą.

2.5 lentelė

Investicijų poreikis projektui

Lėšų poreikis	Suma Litais
Išlaidos ilgalaikio materialaus turto įsigijimui	240 000
Išlaidos trumpalaikio turto įsigijimui	7415
Apyvartinis kapitalas	36023
Iš viso	283438

Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

Įvertinus investicijų poreikį projektui toliau skaičiuosime:

A projektas. Investicinis projektas finansuojamas 280 000 Lt nuosavomis lėšomis;

B projektas. Investicinis projektas finansuojamas 200 000 ilgalaikio banko paskola ir 80 000 Lt nuosavomis lėšomis.

Įmonė, norėdama užsitikrinti nenutrūkstamą gamybos procesą, turi sukaupti naudojamų popieriaus ir kitų medžiagų, nebaigtos gamybos, gatavos produkcijos atsargas.

Naujos paslaugos vykdymui bus papildomai samdomi 2 nauji darbuotojai.

2.6 lentelėje pateikiamos netiesioginės gamybos išlaidos ir veiklos sąnaudos.

2.6 lentelė

UAB „Giftika“ investicinio projekto netiesioginės gamybos išlaidos ir veiklos sąnaudos

Lietuvos įmonėse gamybos savikainos skaičiavimas įstatymiškai nereglamentuojamas, todėl savikainos kalkuliacijos formą pasirenka pati įmonė, laikydamasi tam tikrų bendrų taisyklių (R. Pupeikienė, 2009, p. 65).

Skaičiuojant UAB „Giftika“ investicinio projekto gaminių savikainą įvertinama tik gamyboje susidaranti gamybinė išlaida (tiesioginė ir netiesioginė), o veiklos sąnaudos (bendrosios ir administracinės bei pardavimo sąnaudos) įtraukiamos į pelno nuostolio ataskaitą.

Įvertinus projekto gamybines išlaidas, gautas 0,5 netiesioginių išlaidų koeficientas. Gaminio

Netiesioginių išlaidų elementas	Suma Lt
Darbuotojų atostoginių suma ir su jais susiję mokesčiai	1957,9
Išlaidos elektros energijai	1070,4
Gamybinio įrenginio nusidėvėjimas	47999,8
Gamybinių patalpų nuoma	7560
Menkavertės įrangos pirkimas	4500
Iš viso	63088,1

kainos nustatymui galimi 3 variantai:

Veiklos sąnaudų elementas	Suma Lt
Išlaidos komunaliniams patarnavimams	1700
Dizainerio darbo apmokėjimas ir su tuo susiję mokesčiai	23594,4
Iš viso	25294,4

1. nurodyti realias rinkos kainas ;
2. prie apskaitos savikainos pridėti antkainį;
3. nustatyti tokią kainą, kuri garantuotų tam tikro pelno dalį.

UAB „Giftika“ gaminio kainai nustatyti naudojo metodą – prie savikainos pridėti antkainį.

Taip bus garantuojama, kad bus apmokėtos tiesioginės išlaidos, bei dar gaunamas pelnas. Produktų savikaina ir nustatytos kainos pateikiamos 2.7 lentelėje.

2.7 lentelė

Investicinio projekto gaminių savikaina ir kainos

	Gamybinė savikaina Lt	Gaminio kaina Lt
Knygos 100 lapų (juoda-balta)	12,3	17,5
Knygos 200 lapų (juoda-balta)	20,1	25,1
Knygos 28 lapų (pilno spalvingumo)	12,6	16,8

Šaltinis : Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

2.8 lentelė

Prognozuojama pelno (nuostolio) ataskaita (lityais)

Eil. Nr.	STRAIPSNIAI	A projektas	B projektas
I.	PARDAVIMO PAJAMOS	255816	255816
III.	PARDAVIMO SAVIKAINA	190587	190587
IV.	BENDRASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	65229,6	65229,6
V.	TIPINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)		
VI.	KITA VEIKLA		
VII.	FINANSINĖ IR INVESTICINĖ VEIKLA		
VIII.	IPRASTINĖS VEIKLOS PELNAS (NUOSTOLIAI)		
IX.	PAGAUTĖ		
X.	NETEKIMAI		
XI.	PELNAS (NUOSTOLIAI) PRIEŠ APMOKESTINIMĄ	39935	17285
XII.	PELNO MOKESTIS	5990	2593
XIII.	GRYNASIS PELNAS (NUOSTOLIAI)	33945	14692

Šaltinis : Sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

2.8 lentelėje pateikiama A ir B projekto prognozuojam pelno nuostolio ataskaita. B projekto dalis veiklos yra finansuojama skolintomis lėšomis. Veiklos finansavimo šaltiniai:

- 1) mechanizmo įsigijimą finansuojame imdami paskolą 5 metams 9 % metinių palūkanų norma. Sutarties administravimo mokestis 5000 Lt.
- 2) paskolą grąžiname per 5 metus, lygiomis dalimis ketvirčiais;
- 3) likusi pagrindinio kapitalo dalis finansuojama iš nepaskirstytojo pelno;

Dėl paskolos palūkanų pasikeičia B projekto veiklos sąnaudos, todėl prognozuojamoje pelno (nuostolio) ataskaitoje (žr. 2.8 lentelė) pastebimas grynojo pelno sumažėjimas lyginat su A projekto.

UAB „Giftika“ investicinio projekto pagrindinį kapitalą sudaro: išlaidos ilgalaikio materialaus turto įsigijimui (2400000 Lt); išlaidos trumpalaikio turto įsigijimui (draustinės atsargos 2915 Lt; menkavertės įrangos įsigijimas 4500 Lt).

Išskiriamos 3 apyvartinio kapitalo formavimo strategijos: konservatyvioji, agresyvioji ir nuosaikioji. UAB „Giftika“ investicinio projekto apyvartiniam kapitalui skaičiuoji naudojama nuosaikioji strategija, nusakanti pinigų apyvartos ciklą.

Atlikus skaičiavimus buvo gauti tokie rezultatai:

2.9 lentelė

Investicinio projekto pelningumas

	A projektas	B projektas
Apyvartinis kapitalas (Lt)	36023	20512
Bendrasis kapitalas(Lt)	283437	283437
Grynasis pelningumas (%)	13	6
Nuosavo kapitalo pelningumas (%)	12	18

Šaltinis: Sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

Nuosavo kapitalo pelningumas parodo nuosavo kapitalo sukurtą pelną ir iš dalies - įmonės vadovybės darbo efektyvumą naudojant investuotą kapitalą. Būtent šio rodiklio pasikeitimas B projekte domina UAB „Giftika“ savininkus, nes nuosavo kapitalo pelningumas atskleidžia jų investicijų pelningumą. Tuo remiantis nustatėme kad B projektas yra pelningesnis. Toliau skaičiuosime tik B projekto prognozes.

2.5.3 Investicinio projekto prognozuojami pinigų srautai

UAB „Giftika“ investicinio projekto ekonominis vertinimas grindžiamas projektuojamais pinigų srautais. Šie srautai rodo būsimas investicijas, bei veiklos ir išlaidas. Prieduose pateikiami B projekto pinigų srauto skaičiavimai, įvertinus, jog B projektas yra pelningesnis už A projektą.

Prognozuojant B projekto pinigų srautus buvo įvertinta praėjusių faktų analizė, bei ateities rinkos augimo tendencijos. Vidutinės knygos kainos buvo prognozuojamos atsižvelgiant į tiesioginės veiklos sąnaudas, bei vertinat pasikeitimus rinkoje, kasmet didinamos 5 proc.

Vertinat mechanizmų nusidėvėjimą, pardavimų apimtys mažinamos kasmet 3 procentais. Vertint projekto tiesiogines, netiesiogines išlaidas bei veiklos sąnaudas, projekto pinigų srautų ataskaitoje, jos nuo 4 metų didinamos 5 proc.

B projekto įgyvendinimui įmonė skolinasi 200 000 lt paskolą, 5 metams su 9 proc. kasmetinėmis palūkanomis, komisiniai 5000 lt, bei 1000 paskolos administravimo mokestis.

2.10 lentelė

Investicinio projekto prognozuojamas pinigų srautas (litas)

	0	1	2	3	4	5	6
PROJEKTO PAJAMOS		255816,3	260548,9	265369,1	270278,4	275278,5	280372,2
PROJEKTO SĄNAUDOS		162746,9	162746,9	162746,9	170884,2	179428,5	188399,9
INVESTICIJOS	6000	-	-	-	-	-	-
GRYNASIS PINIGŲ SRAUTAS	-73927	33056,5	39239,17	46396,3	46712,49	46760,4	78176,46

Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

2.6 Projekto efektyvumo vertinimas

Projekto efektyvumui įvertinti pasirinkti dinaminiai projekto efektyvumo vertinimo metodai, kadangi statiniuose metoduose neįvertinama pinigų laiko vertė, tuo tarpu dinaminuose metoduose diskontavimas yra būtina sąlyga.

Modifikuotos pelno normos (MIRR) metodo taikymas. Modifikuotos vidinės pelno normos atveju projekto generuojami tarpiniai pinigų srautai reinvestuojami su ribine kapitalo kaštų norma. Modifikuota vidinė pelno norma šiuo atveju yra diskonto norma, kuri projekto generuojamų pinigų srautų būsimą vertę prilygina investicijų esamai vertei, kai tarpiniai pinigų srautai reinvestuojami su nustatyta ribine norma. Galutinė vertė surandama susumavus pinigų srautų būsimas vertes.

Modifikuota vidinė pelno norma negali būti mažesnė nei kapitalo kaštų norma.

B projekto modifikuota pelno norma:

MIRR = 30 %

Gauta modifikuota vidinė grąžos norma parodo maksimalią diskonto norma, prie kurios (B) projektas dar atsiperka.

Grynosios esamosios vertės (NPV) metodo taikymas. NPV yra diskontuotų viename laiko momentui pajamų rodiklio ir kapitalinių įdėjimų skirtumas. Jeigu apskaičiuotas NPV teigiamas, vadinasi skaičiuojamo projekto pelningumas yra didesnis už ribinį, pasirinktą skaičiuojant diskonto normą. NPV – efektyvumo matavimo rodiklių skaičiavimo pagrindas.

Projekto (B) NPV = 135350,5 Lt;

Projekto (B) NPV (I) = 268675,97 Lt;

Kaip matyti projekto (B) yra priimtina investavimo alternatyva, nes pinigų srautų grynosios esamos vertė yra teigiama. Vadinasi iš B projekto per 6 metus bus uždirbta 135350,5 Lt. , investicijų dabartinė vertė 268675,97 Lt.

Diskontuoto atsipirkimo periodo skaičiavimas. Investicijos visuomet susijusios su didesne ar mažesne rizika. Kuo investicijų tarnavimo laikas ilgesnis, tuo didesnė nesėkmės rizika, atsipirkimo periodą. Atsipirkimo laiko norma parodo, kaip greitai pradeda uždirbti projekto pelnas.

2.11 lentelė

Diskontuoti, akumuliuoti pinigų srautai

Metai	0	1	2	3	4	5	6
Diskontuoti NCF	-67822,94	33056,46	39239,17	46396,30	46712,49	46760,04	78176,46
Akumuliuoti pinigų srautai NCF	10353,52	43409,98	82649,16				

Šaltinis: sudaryta autorės pagal atliktus skaičiavimus

Iš 2.11 lentelėje pateiktų duomenų matome, kad projektas (B) yra likvidus, nes jau antraisiais projekto gyvavimo metais atsiperka.

Vidinės pelno normos (IRR) skaičiavimas. Vidinė pelno norma – tai tokia diskontavimui naudojama palūkanų norma, kuriai esant reguliariai gaunamų pajamų kapitalizacija duoda sumą, lygią investicijoms, ir vadinasi, kapitaliniai įdėjimai yra apsimokanti operacija. Kuo aukštesnė ta norma, tuo didesnis kapitalinių investicijų efektyvumas.

Projekto (B) IRR = 50%

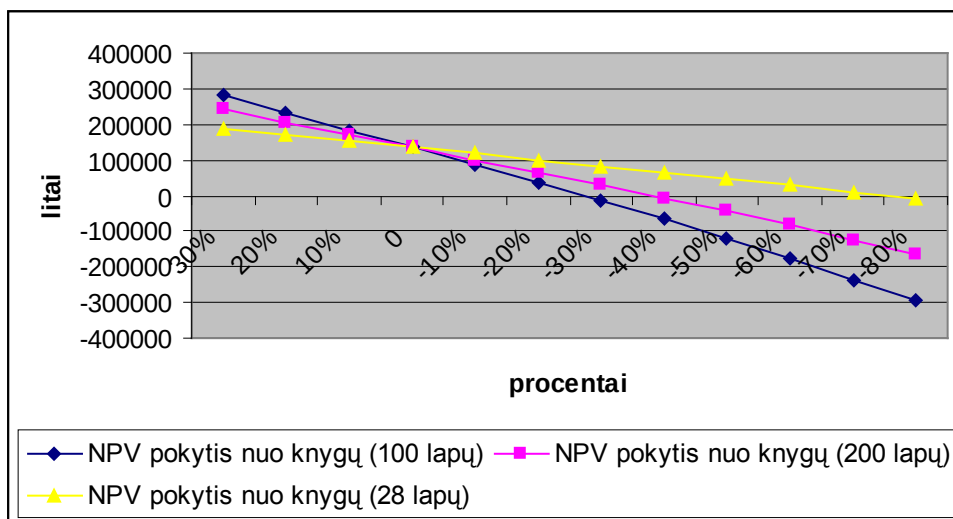
Remiantis IRR paskaičiavimu, uždirbamas pelnas bus reinvestuojamas su 50 % palūkanomis.

Remiantis skirtingų metodų paskaičiavimo rezultatais apibendrinant projekto (B) efektyvumo įvertinimą, galima teigti, kad investicinis projektas yra priimtinas.

2.7 UAB „Giftika“ investicinio projekto (B) rizikos įvertinimas

Plačiausias naudojamas rizikos analizavimo metodas yra Jautrumo analizė. Jautrumo analizė sudaro vieno pagrindinio kintamojo keitimas, kai kiti pastovūs. Nustatoma, kokią įtaką įmonės grynam pelnui turės vieno iš kintamųjų dydžio pasikeitimas (pardavimų, bendrojo arba veiklos pelno kitimas). Įmonės veiklos jautrumui įvertinti skaičiuojami įmonės veiklos ir finansiniai svertai.

2.6 pav. Paskaičiuotas ir grafiškai pavaizduotas grynosios dabartinės vertės pokytis nuo pardavimų apimtys pokyčio.

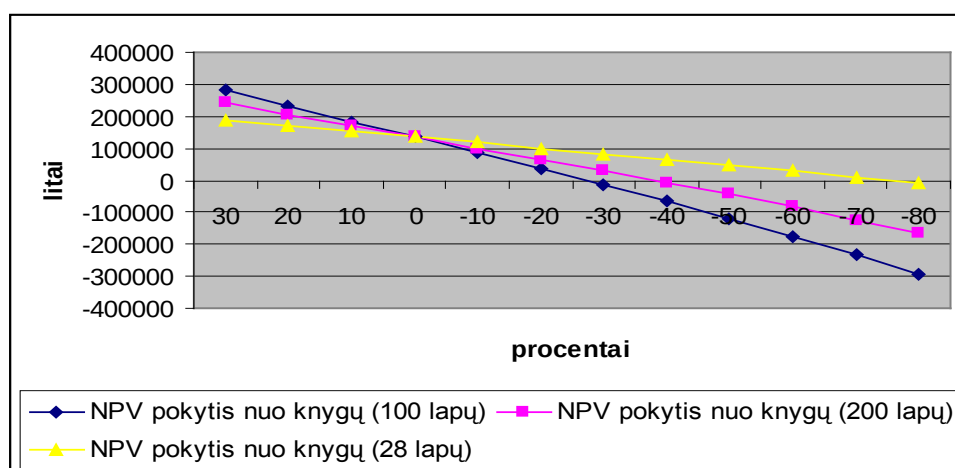


2.6 pav. **Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo pardavimų apimties**

Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

Iš grafiko matome, kad NPV didžiausią įtaką daro 100 lapų knygos pardavimo apimčių mažinimas-didinimas. Įtakos priežastis – 100 lapų knygų pardavimo apimtys numatomos didžiausios. Įvertinus rinkos paklausą, prognozuojant pardavimo apimtis, įmonės vadovybė, šios knygos spausdinimui skyrė didžiausia mechanizmo darbo laiko procentą.

2.7 pav. Paskaičiuotas ir grafiškai pavaizduotas grynosios dabartinės vertės pokytis nuo pardavimo kainos pokyčio.



2.7 pav. **Grynosios dabartinės vertės pokytis nuo kainos**

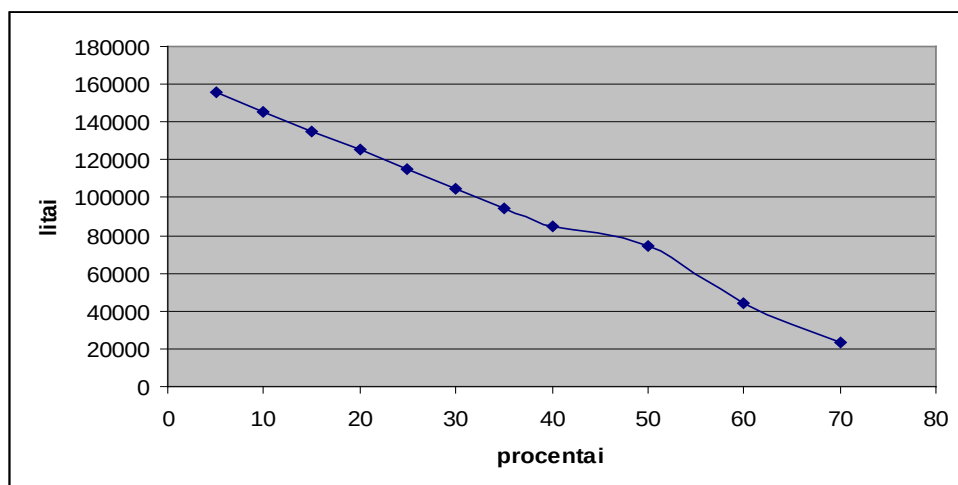
Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

Pardavimo kainos pokytis, didžiausią įtaką daro NPV nuo 100 lapų knygų. Taip kaip pardavimo apimčių sumažėjimas priklauso nuo didelių šios knygos prognozuojamų gamybos apimčių.

Kainą veikia prekės gamybos kaštai, jos paklausa, pasiūla, naudingumas, prekės kokybė, reklama. Tačiau yra daug prekių – gamtiniai ištekliai, - kurių kainą lemia ne gamybos kaštai, bet papildomas (ribinis) produkto kiekis, pagamintas naudojant šias prekes (Kauno technologijos universitetas „Makroekonomika“, 2008, p. 201).

Kainos padidėjimas daro dvejopą įtaką pelnui: didesnė kaina sąlygoja didesnę vieneto pelną ir didesnes pajamas, bet mažina paklausą (R. Stanikūnas, 2009, p. 73).

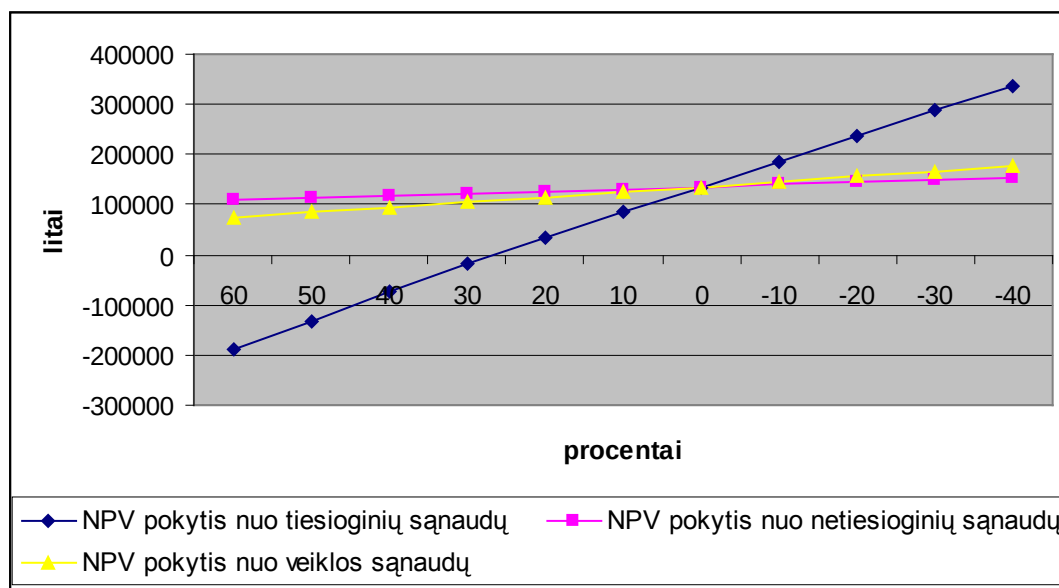
2.8 pav. pavaizduotas NPV pokytis pelno mokesčiui didėjant iki 80 procentų.



2.8 pav. Gryniosios dabartinės vertės pokytis nuo pelno mokesčio

Iš pavaizduotų rezultatų matome, kad su kiekio pelno mokesčio padidėjimu, NPV mažėja, tačiau ne tiek kad būtų galima teigti, jog projektas patirs nuostolių.

2.9 pav. Pateikimas NPV pokytis didėjant-mažėjant tiesioginėms, netiesioginėms bei veiklos sąnaudoms.



2.9 pav. Gryniosios dabartinės vertės pokytis nuo sąnaudų

Šaltinis: Sudaryta autorės, pagal atliktus skaičiavimus

Gauti rezultatai rodo, kad jautriausiai NPV jautriausiai reaguoja, didėjant-mažėjant tiesioginėms sąnaudoms. Būtent šios sąnaudos yra tiesiogiai susijusios su produkto gamyba. Tiesioginės sąnaudos sudaro didžiąją dalį produkto kainos.

Mažiausia įtakos NPV daro netiesioginių išlaidų pokyčiai.

Apibendrinat jautrumo analizės rezultatus, galima teigti, jog „jautriausias“ projekto produktas yra 100 lapų knygos. Šio produkto pardavimo apimčių, kainos ir tiesioginių išlaidų padidėjimas-sumažėjimas akivaizdžiai matomas jau prie 10 proc. Įmonė norėdama uždirbti kuo didesnę grynąją pelną, turi daugiausia dėmesio skirti šio produkto tiesioginių sąnaudų mažinimo (t.y. ieškoti gamybos medžiagų mažiausia savikaina).

28 lapų spalvotos knygos, turi mažiausią įtaką NPV. Įmonė, norėdama dominuoti rinkoje, turi priimti strateginius sprendimus šio produkto paklausai didinti. Tai gali būti reklama, kuriama kampanija, ar vaikiškų knygų konkursas, tokiu būdu įmonės vadovai sukurtą projektą, orientuotą į 28 spalvotos knygos paklausos didinimą.

Investicinis projektas yra efektyvus ir patrauklus įmonei.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

 Išanalizavus mokslinę ir metodinę literatūros medžiagą investicinių projektų valdymo tema, padarytos išvados:

Kiekvienas investicinis projektas yra unikalus, skiriasi finansavimo šaltiniais, iškeliamais tikslais. Pagrindinė investicinio projekto idėja įvardijama, kad inovacijų diegimas, padedantis įmonei įsitvirtinti ir užtikrinantis dominavimą rinkoje.

Investicinio projekto rengimo metodikoje nėra vieno griežto reikalavimo, kokios turi būti privalomosios jo sudėtinės dalys. Svarbiausia, kad jame būtų pristatytas projekto naudingumas, konkurencingumas, tikslas, įvertinta esama įmonės finansinė situacija, skaičiavimais pagrįstas projekto vertinimas, apskaičiuotas efektyvumas ir numatoma rizika. Turi būti analizuojamos kelios investicinio projekto alternatyvos, kad įmonė pasirinktų įgyvendinti efektyviausią ir, skaičiavimais pagrįstą, pelningiausią.



Atlikus konkurencinės situacijos ir įmonės finansinės veiklos vertinimą, nustatyta:

Įmonė konkurentų atžvilgiu turi absoliutų pranašumą, dėl inovatyvaus mechanizmo diegimo įmonės komercinėje veikloje.

Atlikta įmonės finansinės padėties analizė rodo, kad UAB „Giftika“ yra moki ir pajėgi įvykdyti finansinius įsipareigojimus, bei išlaikanti įmonės pusiausvyrą, įmonėje yra gerai organizuotas materialusis techninis aprūpinimas, t.y. gerai organizuotas produkcijos pardavimas.

Įmonės pelningumo, mokumo rodiklių skaičiavimus ir jų vertinimus, įsitikinta, kad įmonė gali vykdyti tolesnę investicinę veiklą. 2010 m. grynasis pardavimo pelningumo koeficientas 3,4 proc; bendrasis trumpalaikio mokumo koeficientas buvo 1,8; finansinio sveto koeficientas 0,95; bendrasis skolos koeficientas 0,5.



Sukurtas investicinis projektas yra efektyvus ir pelningas, kurio pelningumas siekia 50 proc. Projekto modifikuota grąžos norma lygi 30 proc. Iš projekto, remiantis pinigų srautų ataskaita, per 6 planuojama uždirbti 135350 Lt. Vertinant projekto diskontuotus grynuosius pinigų srautus, projektas atsiperka po vienerių metų.

UAB „Giftika“ rekomenduojama investuoti į šio projekto įgyvendinimą, taip didinant įmonės pelną, pranašumą rinkoje, bei sukuriant 2 naujas darbo vietas. Iš projekto uždirbamą galima panaudoti ilgalaikių įsipareigojimų mažinimui, taip tampant patrauklesne įmone investuotojams ar kredito įmonėms.

LITERATŪRA

1. Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė*. Vilnius: Conto Litera.
2. Bajorūnienė, I.S., Christauskas, Č. (2011). *Apskaitos praktikumas: mokomoji knyga*. Kaunas: Technologija.
3. Bartkus, E., Piktytis, R. (2007). *Įmonių organizavimas ir rizika: smulkaus verslo organizavimas*. Kaunas: Technologija.
4. Būda, V., Chmieliauskas, A. (2006). *Projektų valdymas*. Kaunas: Technologija.
5. Butkus, F. S. (2008). *Vadyba kiekvienam*. Vilnius: Eugrimas.
6. Heilbroner, R. (1995). *Didieji ekonomistai*. Vilnius:
7. Juozaitienė, L. (2007). *Įmonės finansai: analizė ir valdymas*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
8. Kancerevyčius, G. (2009). *Finansai ir investicijos*. Kaunas.
9. Kauno technologijos universitetas (2008). *Makroekonomika*. Kaunas: Technologija
10. Kaziliūnas, A. (2009). *Strateginių projektų valdymas*. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
11. Klimas, A. (2009). *Lietuvos prekių ženklai*. Vilnius: Vilniaus dailės akademija.
12. Kotler, P. (2010). *Rinkodara pagal Kotlerį. Kaip susikurti sėkmę rinkoje ir joje dominuoti*. Vilnius: Alma litera.
13. Kourdi, J. (2010). *Verslo strategijos: efektyvių sprendimų vadovas*. Vilnius: Alma litera.
14. Lakis, V., Mackevičius, J., Gaižauskas, L. (2010). *Valdymo apskaitos teorija ir praktika*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
15. Lydeka, Z., Drilingas, B. (2002). *Firmos ekonomikos pagrindai*. Vilnius.
16. Mackevičius, J. (2007). *Įmonių veiklos analizė. Informacijos rinkimas, sisteminimas ir vertinimas: monografija*. Vilnius: TEV.
17. McCallio, R., Warner, A. (2009). *Smulkaus verslo pinigų srautas*. Vilnius: Conto Litera.
18. Mykolaitienė, V., Večerskienė. (2010). *Apskaitos pagrindai*. Kaunas: Technologija.
19. Mokslinių straipsnių rinkinys (VII). (2010). *Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sanglauda*.
20. Morris R.A., Mcwhorter B. S. (2010). *Sėkminga projektų vadyba*. Vilnius: Verslo žinios.
21. Neverauskas, V., Stankevičius, V., Viliūnas, V., Černiūtė, I. (2007). Kaunas: Technologija.
22. Pupeikienė, R. (2009). *Verslo ekonomika*. Vilnius.
23. Rutkauskas, A. V., Sūdžius V., Mackevičius V. (2008). *Verslo finansai: sistema, struktūra ir elementai: mokomoji knyga*. Vilnius: Technika.

24. Rutkauskas, A.V. (2006). *Konkurencingo verslo projektavimas*: monografija. Vilnius: VGTU leidykla.
25. Rutkauskas, A.V. (2007). *Pelno inžinerija*. Vilnius
26. Rutkauskas, A.V. , Damašienė, V (2008). *Finansų valdymas*. Vilnius.
27. Rutkauskas, A.V., Stankevičius, P. (2006). *Investicinių sprendimų valdymas*: monografija. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
28. Stanikūnas, R. (2009). *Konkurencijos politika: teorija ir praktika*. Vilnius.
29. Stankevičiūtė, J. (2009). *Marketingas organizacijoje: praktiniai sprendimai*. Kaunas: Technologija.
30. Treiginė, D. (2010), *Investicijos*: mokomoji knyga. Vilnius: Technika.
31. Statistinė informacija. [žiūrėta 2011-05-01]. Prieiga per internetą [http://www. stat.gov.lt](http://www.stat.gov.lt)