

БИЗНЕС-ПЛАН СОЗДАНИЯ МАГАЗИНА КОРЕЙСКОЙ КОСМЕТИКИ НА ТЕРРИТОРИИ ТОРГОВО- РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОМПЛЕКСА В Г. САНКТ- ПЕТЕРБУРГ.



Санкт-Петербург, октябрь 2022 г.

Содержание

1.	Резюме	3
1.1.	Сущность предполагаемого проекта и место реализации	3
1.2.	Эффективность реализации проекта	3
1.3.	Предполагаемая форма и условия участия инвестора.....	4
2.	Инициатор проекта	5
3.	Анализ рынка и концепция маркетинга	5
3.1.	Определение основной идеи и целей проекта	5
3.2.	Анализ рынка	5
3.2.1.	Клиентская целевая группа	5
3.2.2.	Оценка существующего спроса	6
3.2.3.	Ожидаемая конкуренция.....	8
3.3.	Маркетинг	8
3.3.1.	Концепция маркетинга	8
3.3.2.	Маркетинговые цели.....	8
3.3.3.	План продаж	9
3.3.4.	Тактика маркетинга	9
4.	Материальные ресурсы.....	10
4.1.	Помещение	10
4.2.	Оборудование.....	11
4.3.	Расходные материалы	11
4.4.	Текущие расходы	11
4.5.	Закупочная деятельность.....	11
5.	Материальные ресурсы.....	12
5.1.	Организационная структура	12
5.2.	Штатное расписание	12
5.3.	Календарное осуществление проекта.....	13
6.	Финансовый анализ	13
6.1.	Бюджет движения денежных средств	13
6.2.	Прогнозный баланс	14
6.3.	Бюджет доходов и расходов.....	15
7.	Эффективность проекта.....	15
7.1.	Финансовые показатели	15
7.2.	Показатели эффективности.....	15
7.3.	Анализ безубыточности.....	16
8.	Финансовый анализ	16
8.1.	Технологические риски	16
8.2.	Организационный и управленческий риск	17
8.3.	Риск материально-технического обеспечения	18
8.4.	Финансовые риски.....	18
8.5.	Экономические риски	18

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост "[Стоимость разработки бизнес-плана](#)" на нашем канале Youtube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. Резюме

..Сущность предполагаемого проекта и место реализации

Наименование проекта:

Создание магазина корейской косметики на территории торгово-развлекательного комплекса в г. Санкт-Петербург.

Цель проекта:

- получение прибыли за счет организации торгового предприятия по розничной продаже косметических средств производства Республики Корея в г. Санкт-Петербург;
- развитие потребительского рынка г. Санкт-Петербург в сегменте «парфюмерия и косметика»;
- эффективное использование собственных и заемных средств;
- обеспечение дополнительных налоговых поступлений в бюджеты всех уровней;
- повышение стоимости фирмы и благосостояния ее собственников.

Стадия развития бизнеса: развитие существующего бизнеса.

Потребность в инвестициях: * млн. руб.

Объект инвестирования: арендная плата, торговое оборудование, реклама, товарное наполнение, убытки начальных периодов работы.

Место реализации: г. Санкт-Петербург

Инициатор:

Временные рамки проекта:

- инвестиционная стадия: март **** г. – июнь **** г.
- эксплуатационная стадия: июль **** г. – июнь **** г.

..Эффективность реализации проекта

Показатели эффективности проекта имеют следующие значения:

- период планирования (мес.): **;
- объем инвестиций, тыс.руб.: ****;
- выручка от реализации, тыс.руб.: *****;
- валовая прибыль, тыс.руб.:*****;
- маржинальная прибыль, тыс.руб.: *****;
- чистая прибыль, тыс.руб.: ****;
- примененная ставка дисконтирования: **%;
- срок окупаемости простой, мес.: **;
- срок окупаемости дисконтированный, мес.: **;
- чистая текущая стоимость тыс.руб.: ****;

- внутренняя норма доходности, %: **, **;
- индекс прибыльности: *.

Проект является прибыльным и эффективным по основным характеристикам. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости (с учётом дисконтирования) за ** месяцев;
- значительное положительное значение чистой текущей стоимости;
- значение Индекса прибыльности значительно больше *;
- значение показателя Внутренняя норма доходности существенно превышает действующую на рынке процентную ставку по кредитам.

Точка безубыточности составляет в среднем **% выручки. Соответственно, зона безопасности в среднем за плановый период составляет **%. Такое соотношение свидетельствует о достаточно высоком риске возникновения убытков под влиянием сокращения объема продаж. Однако, после выхода предприятия на плановые объемы продаж, точка безубыточности сокращается до **% выручки. Кроме того, предприятие имеет возможность повышения прибыли и запаса финансовой прочности за счет увеличения цен на **-% (до уровня цен конкурентов).

***.*.Предполагаемая форма и условия участия инвестора**

Форма участия: банковский кредит

Условия кредита:

- сумма кредита: *,* млн.руб.;
- процентная ставка: **% годовых;¹
- срок: ** мес. (возможно досрочное погашение за ** мес.).

Заложенный график выплат приведен в таблице *.*.

Таблица 1.1 График выборки и погашения кредита

.....

Общая сумма процентных издержек по кредиту составит *** тыс.руб.

¹.....

2. Инициатор проекта

Общие сведения о компании

.....

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

***.*.Определение основной идеи и целей проекта**

Основной идеей бизнес-проекта является организация торгового отдела (магазина) по торговле косметическими средствами производителей Республики Корея, сопряженного с интернет-магазином и группой «Вконтакте».

Предприятие будет осуществлять розничную продажу «оффлайн» и «онлайн» покупателям следующей номенклатуры продукции:

А) в разрезе товарных групп:

–

Б) в разрезе брендов:

–

Целевой рынок: рынок парфюмерных и косметических товаров г. Санкт-Петербург и Ленинградской области.

Цели бизнес-плана:

- оценить потенциальный спрос и рассчитать экономику проекта;
- оценить прогнозную долю рынка и план продвижения;
- оценить необходимый объем инвестиций;
- определить источники и условия финансирования;
- определить требования к размещению предприятия;

Стратегия проекта:

–

Для организации работы фирмы будет сформирован наемный персонал и привлечены аутсорсеры, обеспечивающие устойчивое развитие компании в г. Санкт-Петербург.

***.*. Анализ рынка**

***.*.*.Клиентская целевая группа**

Для объективной оценки характеристик целевого клиента используются данные анализа участников группы «Вконтакте». В силу значительного срока

функционирования группы и большого количества участников эта выборка должна довольно хорошо характеризовать целевых клиентов.

Анализ выполнен по группе

Структура участников сообщества по региону происхождения приведена на рисунке *.*.

.....

Рисунок *.1 Структура участников группы по региону происхождения

Как видно из рисунка, большая часть участников группы

Как показывает рисунок *.*.,

.....

Рисунок 3.2 Структура участников группы по половой принадлежности

Возрастная структура женщин – участниц группы приведена на рисунке *.*.

.....

Рисунок 3.3 Структура женщин - участников группы по возрастным характеристикам

Как видно из рисунка,

.....

Рисунок 3.4 Структура мужчин - участников группы по возрастным характеристикам.

Доходы потенциальных покупателей определены исходя из среднего ценового уровня предлагаемой косметики ***-*** руб. за единицу и могут быть приняты в диапазоне **-** т.р. после выплаты налогов и кредитных платежей.

***.*.*.Оценка существующего спроса**

Предприятие работает на рынке парфюмерно-косметического ритейла. Объем рынка парфюмерно-косметического ритейла в России **** году оценивается в **, * млрд.долл. А средние прогнозируемые темпы роста оборота рынка приведены на рисунке *.*.

.....

Рисунок 3.5 Объем парфюмерно-косметического рынка РФ²

Сегмент является растущим в соответствии с прогнозом

Темпы роста объема продаж парфюмерии и косметики в РФ показаны на рисунке *.*.

²

.....

Рисунок 3.6 Рост парфюмерно-косметического рынка и его причины³

Большая часть продаж парфюмерии и косметики осуществляется через

.....

Рисунок 3.7 Структура парфюмерно-косметического рынка по каналам продаж⁴

Доля прямых продаж через каталоги

Для рынка характерна сезонность. (рисунок *.*.)

.....

Рисунок 3.8 Сезонные отклонения продаж от среднемесячного значения по **** году

Как видно из рисунка,

Далее рассмотрим региональный сегмент рынка.

.....

Рисунок 3.9 Оценка объема и динамики рынка парфюмерно-косметического ритейла г. Санкт-Петербург в ****-**** годах.

Таким образом, доля г. Санкт-Петербург в совокупном объеме рынка составляет примерно *%. Значение определено как отношение объема продаж в СПб к объему рынка в соответствии с таблицей *.*. в рублевом выражении с учетом поправок на период (за * мес. реализовывается **% годового объема в соответствии с рис. *.*). Соответственно $\frac{**}{(**, ****, **)} = *, **\%$

Далее рассмотрим сегмент косметики производства Республики Корея. Для анализа используем данные таможенной статистики

Таблица 3.1 Объем поставок косметики производства Кореи в Россию

.....

Как видно из рисунка,

Оценим на основании этих данных объемы продаж корейской косметики в РФ. Для этого увеличим таможенную стоимость на пошлину (**%)⁵ и НДС (**%), наценку розницы (***%) и курс доллара (** руб.). Тогда, объем продаж корейской косметики в розничных магазинах составит:

Таблица 3.2 Оценка объема продаж корейской косметики в розничных ценах

.....

3

4

5

Учитывая, что объем рынка парфюмерии и косметики г. Санкт-Петербург составляет *% от общероссийского, есть возможность оценить емкость рынка корейской косметики в городе. (таблица *.*.)

Таблица 3.3 Оценка емкости рынка корейской косметики в г. Санкт-Петербург в розничных ценах

.....

***.*.*.Ожидаемая конкуренция**

На текущей стадии развития рынка корейская косметика является
Основные конкуренты предприятия приведены в таблице:

Таблица 3.4 Основные конкуренты

.....

***.*.Маркетинг**

***.*.*.Концепция маркетинга**

Маркетинговая концепция проектируемого бизнеса предполагает

Оффлайн-магазин будет демонстрировать товар и одновременно являться складом для интернет-магазина. Это позволит обеспечить удобные для клиентов условия самовывоза продукции. С другой стороны, существующие онлайн-ресурсы предпринимателя (группа «Вконтакте» и Интернет-сайт) будут способствовать привлечению клиентов в торговую точку.

В совокупности оба способа продаж будут обеспечивать быстрые темпы увеличения клиентской базы и повышение узнаваемости торговых марок.

Основные маркетинговые усилия предпринимателя будут сосредоточены на:

–

Таким образом: **концепция маркетинга основана на**

***.*.*.Маркетинговые цели**

При осуществлении проекта предполагается достичь следующих целей:

1.

Таким образом: **поставленные цели ориентированы на**

..*. План продаж

Расчет плана продаж определяется исходя из планируемой торговой площади (** кв.м.) и средней выручки с * кв.м. для парфюмерно-косметического ритейла. Согласно оценкам компании, средняя сумма дохода с * кв.м. в торговле косметикой и парфюмерией составляла в **** году *** тыс. руб. в год⁶. С учетом среднего роста отрасли на **% в год, в **** году объем продаж с * кв.м. может прогнозироваться в сумме *****,**^* = *** тыс.руб. Так как большинство парфюмерно-косметических сетей имеют собственные интернет-магазины, можно говорить об учете в показателях выручки с * кв.м. результатов как оффлайн, так и онлайн торговли в совокупности.

Полученное значение дает возможность прогнозировать объем продаж магазина.

Соответственно, с ** кв. м. доход может составить **** = **** тыс.руб. или **** т.р./мес., что соответствует доле рынка в сегменте торговли корейской косметикой **,*/**, * = **, %

Интернет-продажи будут возрастать с темпом роста рынка в **% (из них % за счет инфляции, **% за счет роста физического объема продаж).

Выход на данный объем будет осуществляться в течение года. План продаж с учетом равномерного увеличения сбыта в течение года и сезонности, соответствующей данным рисунка *.*. приведен в таблице *.* и *.*.

Таблица 3.5 План продаж

.....

Таким образом, выручка предприятия увеличится с ** до **** т.р./мес. в наиболее активный месяц – декабрь.

..*. Тактика маркетинга

Тактика маркетинговых действий будет включать следующие элементы:

Позиционирование отдельных брендов можно осуществлять в соответствии с таблицей *.*

Таблица 3.6 Позиционирование отдельных брендов корейской косметики

.....

Конкурентные преимущества:

А) преимущества товара:

—

⁶

Б) преимущества магазина:

–

Развитие бизнеса: осуществляется в следующих направлениях:

–

Каналы сбыта:

–

Ценообразование:

.....

Таблица 3.7 Мониторинг цен на отдельные товарные позиции

.....

Плановый уровень наценки принимается равным ***%

Продвижение продукции будет осуществляться путем:

–

Вывод: тактика маркетинга основана на

4. Материальные ресурсы

.. Помещение

Для размещения бизнеса целесообразно взять в аренду торговую площадь ** кв.м. в торговой галерее первого этажа.

Стоимость аренды помещения определена на основе данных компании ASTERA и составляет * т.р./кв.м. /мес. (рисунок *.*.)

.....

Рисунок 4.1 Арендные ставки на помещения в торговых центрах в среднем по г. Санкт-Петербург.

При заключении договора аренды торговые центры обычно требуют внести обеспечительный платеж (депозит) в размере нескольких месячных арендных плат. В бизнес-плане размер депозита принят равным двум арендным платежам (*****=*** тыс.руб.).

Расходы на подбор помещения не планируются в силу ограниченного количества подходящих для размещения бизнеса торговых центров.

Совокупные расходы на поиск и подбор помещения приняты в размере *** т.р.

***.*.Оборудование**

Конкретные суммы вложений зависят от проекта оформления и оснащения торгового зала. В данном расчете в качестве аналога использованы суммы расходов, которые приводятся в презентации

Кроме этого, в расчете учтены расходы на проект (так как магазин должен быть привлекательным для покупателя), оргтехнику, кассу⁷ и терминал⁸.

Смета расходов на оборудование и иные первоначальные расходы приведена в таблице *.*.

Таблица 4.1 Смета расходов на оборудование и кассу

.....

Расходы на регистрацию ООО планируются в размере ** тыс.руб. и будут произведены в конце февраля **** г.

***.*.Расходные материалы**

К расходным материалам можно отнести

***.*. Текущие расходы**

Текущие расходы предприятия приведены в таблице *.*.

Таблица 4.2 Текущие расходы предприятия

.....

***.*.Закупочная деятельность**

Материальные расходы представляют собой товар в ценах закупки. Средняя наценка приведена равной ***% (таблица *.*.)

Соответственно, для расчета используется формула:

$$M = TR / (* + ***\%)$$

Где: TR – плановый объем продаж

Материальный запас запланирован на *,* мес. (***% от месячного объема продаж).

Логистические расходы запланированы в размере *% от объема закупок

⁷

⁸

5. Материальные ресурсы

.. Организационная структура

Организационная структура предприятия после начала продаж в торговой точке будет выглядеть следующим образом: (рисунок *.*.)

.....

Рисунок 5.1 Организационная структура предприятия

Для осуществления проекта выбрана организационно-правовая форма: Общество с ограниченной ответственностью.

Налоговая система

ЕНВД (Единый налог на вмененный доход) рекомендуется в качестве налогового режима предприятия. Расчет налога производится по формуле:

$$Н = НС \cdot ФП \cdot БД \cdot K^* \cdot K^*$$

Где

НС – налоговая ставка (**%)

ФП – физический показатель (площадь ** кв.м.)

БД – базовая доходность для розничной торговли (**** руб./мес.)

K^* – корректирующий коэффициент, в **** году равен *, ****⁹

K^* – корректирующий коэффициент, в г. Санкт-Петербург равен для розничной торговли равен *, *¹⁰

Сумма налога за год *, *****, * = ***** тыс.руб./год. Кроме этого, величину налога можно снизить на сумму взносов в социальные фонды, но не менее чем в два раза. Соответственно сумма налога составит *****/* = ***** тыс.руб. в год или ***** за квартал.

.. Штатное расписание

Штатное расписание проектируемого бизнеса показано в таблице *.*. Схема оплаты обеспечит работникам доходы, соответствующие средним заработкам продавцов-консультантов (**-** т.р.)

Таблица 5.1 Штатное расписание

.....

Таким образом, штат составит * человек. Функции директора будет выполнять собственник предприятия.

⁹

¹⁰

***.*.Календарное осуществление проекта**

Календарное осуществление проекта показано в таблице *.*.

Таблица 5.2 Календарное осуществление проекта

.....

6. Финансовый анализ

***.*.Бюджет движения денежных средств**

Для расчета бюджета движения денежных средств следует рассчитать суммы поступлений от покупателей, суммы налоговых выплат и выплат по кредиту. Бюджет продаж приведен в таблице *.*. и *.*.

Таблица 6.1 Бюджет продаж, тыс.руб.

.....

Таким образом, общая сумма выручки бизнеса на плановый период составит **,* млн.руб.

Стоимость реализованного товара показана в таблице *.*. и *.*.

Таблица 6.2 Стоимость реализованных товаров, тыс.руб.

.....

За плановый период планируется реализовать товара на сумму **,* тыс.руб. в закупочных ценах.

Бюджет закупок товаров показан в таблице *.*. и *.*.

.....

Таблица 6.3 Бюджет закупок товара, тыс.руб.

.....

Бюджет налогов приведен в таблице *.*. и *.*.

Таблица 6.4 Бюджет налоговых выплат, тыс.руб.

.....

Общая сумма выплат по налогам (исключая НДС) составит **** тыс.руб.

Бюджет расходов на оплату труда приведен в таблице *.*. и *.*.

Таблица 6.5. Бюджет расходов на персонал, тыс.руб.

.....

Совокупные расходы на персонал составят за период планирования **** тыс.руб.

Бюджет общих расходов приведен в таблице *.*.*. и *.*.*.

Таблица 6.6 Бюджет общих расходов, тыс.руб.

.....

Общие издержки за период составят **** тыс.руб.

Для финансирования проекта предприятие предполагает использовать банковский кредит в сумме **** тыс.руб. под **% годовых, привлеченный на срок ** мес. Выборка и погашение кредита будет осуществляться по схеме, показанной в таблице *.*.*. и *.*.*.

Таблица 6.7 Бюджет расчетов по кредитам, тыс.руб.

.....

Совокупные процентные издержки за весь период составят *** т.р.

Бюджет движения денежных средств показан в таблице *.*.*. и *.*.*.

Таблица 6.8 Бюджет движения денежных средств, тыс.руб.

.....

Как видно из таблицы, проект является финансово реализуемым (кассовые разрывы отсутствуют).

Динамика остатка на расчетном счете показана на рисунке *.*.*.

.....

Рисунок 6.1 Динамика остатка денежных средств на расчетном счет

***.*.Прогнозный баланс**

Рассчитанные данные позволяют построить прогнозный баланс (Таблица *.*.*, таблица *.*.*).

Таблица 6.9 Прогнозный баланс

.....

Таблица 6.10 Прогнозный баланс, тыс.руб. (окончание)

.....

Как видно из таблицы, стоимость активов компании увеличится за ** мес. со *** до **** тыс. руб.

***.*. Бюджет доходов и расходов**

Бюджет доходов и расходов компании на прогнозный период приведен в таблицах *.*. и *.*.

Таблица 6.11 Бюджет доходов и расходов, тыс.руб.

.....

Как видно из таблиц *.* и *.*., совокупная прибыль по проекту составляет **** тыс.руб. за плановый период

Динамика выручки и прибыли показана на рисунке *.*.

.....

Рисунок 6.2 Состав и динамика накопленной выручки по проекту

7. Эффективность проекта

***.*. Финансовые показатели**

Финансовые показатели по проекту рассчитаны на основании прогнозного баланса и отчета о прибылях и убытках. (таблицы *.* и *.*.)

Таблица 7.1 Финансовые показатели

.....

Таблица 7.2 Финансовые показатели (окончание)

.....

Планируемый бизнес демонстрирует хороший уровень рентабельности валовой и операционной прибыли и очень высокие показатели рентабельности инвестиций. Это позволяет обеспечить хорошую финансовую устойчивость проекта.

***.*. Показатели эффективности**

Ставка дисконтирования для расчетов принята в размере **% (принимается равной прогнозной кредитной ставке).

Рассчитанные показатели имеют достаточно высокие значения, свидетельствующие об инвестиционной привлекательности проекта.

Таблица 7.3 Показатели эффективности проекта

.....

Анализируя показатели эффективности, можно сделать вывод о том, что предлагаемое вложение средств является эффективным. Об этом свидетельствуют:

- достижение окупаемости (с учётом дисконтирования) за ** месяцев;
- значительное положительное значение чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- значение Индекса прибыльности значительно больше *;
- значение показателя Внутренняя норма доходности существенно превышает действующую на рынке процентную ставку по кредитам.

***.*. Анализ безубыточности**

Точка безубыточности характеризует объем выручки, который должен быть заработан предприятием для обеспечения текущей безубыточности проекта. (Таблица *.* , *.*.)

Таблица 7.4 Анализ безубыточности

.....

Точка безубыточности составляет в среднем **% выручки. Соответственно, зона безопасности в среднем за плановый период составляет **%. Такое соотношение свидетельствует о достаточно высоком риске возникновения убытков под влиянием сокращения объема продаж. Однако, после выхода предприятия на плановые объемы продаж, точка безубыточности сокращается до **% выручки. Соотношение точки безубыточности и зоны безопасности в выручке показано на рисунке *.*.

.....

Рисунок *.*. – Соотношение точки безубыточности и зоны безопасности в выручке

8. Финансовый анализ

***.*. Технологические риски**

К заслуживающим внимания технологическим рискам относятся:

- Риск возникновения товара с истекшими сроками реализации.

Риск возникновения товара с истекшими сроками реализации.

Косметические товары имеют сроки годности и сроки реализации. При истечении

срока реализации ликвидность товара сокращается. Продажа (или попытка продажи) товара с истекающим сроком реализации может способствовать ухудшению репутации предприятия и потере клиентов.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – низкая, так как сроки оборачиваемости товаров в основном существенно меньше сроков годности.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – хорошие

***.*.Организационный и управленческий риск**

Требуют особого внимания следующие виды рисков:

- риск ошибок в подборе персонала;
- риск ненадлежащего качества администрирования бизнеса;
- риск высоких издержек на аренду помещения;
- риск возникновения конкуренции.

Риск ошибок в подборе персонала. Недостаточная компетенция персонала может стать причиной возникновения убытков в виде недополученных доходов, излишних расходов или увеличения сроков окупаемости проекта.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – средняя .

Возможность управления риском – высокая.

Риск ненадлежащего качества администрирования бизнеса. В условиях уменьшения интенсивности контроля собственника за сотрудниками возможно возникновение злоупотреблений со стороны работников в виде: воровства, снижения дисциплины и т.п.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – высокая.

Риск высоких издержек на аренду помещения. Данный риск выражается в росте арендной платы.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая, в силу значимой доли аренды в расходах.

Возможность управления риском – средняя.

Риск возникновения конкуренции. Так как бизнес сравнительно легко организовать, весьма вероятно появление конкурирующих компании, что приведет к уменьшению темпов роста бизнеса, снижению цен и, в перспективе, доходов.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

****.Риск материально-технического обеспечения**

Риском материально-технического снабжения является срыв поставок товаров

Риск срыва поставок товаров ведет к сокращению объемов продажи и, соответственно недополучению дохода. Кроме того, непоставка товаров в сроки может привести к появлению пустых мест на полках и, соответственно, разрыву отношений с клиентами.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

****.Финансовые риски**

К финансовым рискам проекта относятся следующие риски:

- Риск девальвации рубля.
- Риск недостатка финансирования проекта.

Риск девальвации рубля (валютный риск). Негативное влияние данного вида риска проявляется в снижении покупательной способности российской валюты и, соответствующем росте цен импортных товаров.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – высокая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

Риск недостатка финансирования проекта. Негативное влияние данного вида риска проявляется в отсутствии возможности осуществить или закончить реализацию проекта по причине отсутствия финансовых средств

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – частичная.

****.Экономические риски**

Риск существенного изменения в системе налогообложения. Значительные изменения в системе налогообложения, увеличение ставок налогов, порядка исчисления и уплаты налогов, отмена льгот, способны оказывать серьезное негативное влияние на рассматриваемый проект.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – ниже средней.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – нет.