

2019

Бизнес-план карьера по добыче кварц-полевошпатного материала



Оглавление

1. Резюме бизнес-плана карьера.....	3
1.1. Сущность и цели проекта	3
1.2. Эффективность реализации проекта	4
1.3. Источник финансирования	4
2. Инициатор проекта	4
3. Анализ рынка и концепция маркетинга.....	4
3.1. Определение основной идеи и целей проекта	4
3.2. Анализ рынка	4
3.2.1. Общая характеристика рынка	4
3.2.2. Клиентская целевая группа	6
3.2.3. Оценка существующего спроса.....	13
3.2.4. Ожидаемая конкуренция	15
3.3. Маркетинг.....	16
3.3.1. Концепция маркетинга.....	16
3.3.2. План продаж	16
3.3.3. Тактика маркетинга	16
4. Материальные ресурсы.....	16
4.1. Инвестиционные расходы.....	16
4.2. Прямые расходы.....	17
4.3. Косвенные расходы	17
5. Организация.....	17
5.1. Организационная структура	17
5.2. Штатное расписание	17
5.3. Календарное осуществление проекта	17
6. Финансовый анализ	17
6.1. Принятые допущения	17
6.2. Бюджет доходов и расходов.....	17
6.3. Бюджет движения денежных средств	17
6.4. Прогнозный баланс	18
6.5. Финансовые показатели.....	18
6.6. Показатели эффективности	18
6.7. Анализ безубыточности	18
6.8. Анализ чувствительности.....	19
7. Анализ рисков.....	19
7.1. Организационный и управленческий риск	19
7.2. Риск материально-технического обеспечения.....	20
7.3. Технологические риски.....	20
7.4. Финансовые риски	20
7.5. Экономические риски	20
7.6. Экологические риски	20

1. Резюме бизнес-плана карьера

1.1. Сущность и цели проекта

Инициатор проекта планирует возобновить добычу кварц-полевошпатного материала в карьере, расположенном в

Полевые шпаты широко используются¹:

- в керамической промышленности
- как пламень (флюсы) при сварке и в металлургии
- в стекольной, как алюмосодержащее сырьё
- как наполнители, лёгкие абразивы (например, в производстве зубных паст)
- как сырьё для извлечения рублидия и некоторых других содержащихся в них элементов-примесей.

Некоторые разновидности полупрозрачных и прозрачных плагиоклазов, обладающие эффектом опалесценции или серебристо-синеватой и золотистой иризацией, используются как поделочные камни в ювелирном деле.

Проведённое исследование рынка (п. 3.2) показало, что спрос на эту продукцию высокий. Кризис ****-**** гг. привёл к тому, что спрос на изделия из полевых шпатов переместился в эконом-сегменты. В результате продукция российских предприятий частично заместила импорт и потребность в кварц-полевошпатных материалах только увеличилась.

В настоящее время российская экономика выходит из кризиса, потребность в изделиях постепенно растёт, а российские предприятия, успевшие воспользоваться конъюнктурой рынка, не уступают рынок импорту, так как смогли модернизировать свои производства и теперь выпускают продукцию, составляющую конкуренцию лучшим мировым образцам.

Одна из проблем производства изделий из кварц-полевошпатных материалов – это отсутствие на российском рынке производителей сырья, обеспечивающих стабильное качество. Связано это с тем, что на большинстве российских ГОК используется устаревшее оборудование. Другая причина дефицита отечественного сырья – истощение действующих карьеров.

В этих условиях российские производители стали использовать импортное сырьё, в первую очередь из Финляндии, Турции, Украины (см. 3.2.3).

Инициаторы планируют организовать сбыт своей продукции за счёт сокращения доли импорта, так как качество сырья будет обеспечено современным оборудованием (см. результаты испытаний), а цена может быть установлена ниже импорта по причине более низкой себестоимости и меньших логистических расходов.

Разведанные запасы месторождения составляют более * млн. тонн, поэтому истощение карьеру в ближайшие ** лет не грозит.

¹ *****.//**.*.*****.*/****/***** *****

Целями проект являются:

-

Для достижения этих целей инициаторы проекта планируют:

-

В результате проведенных мероприятий инициаторы планируют достичь показателей, представленных в следующем разделе.

1.2. Эффективность реализации проекта

Таблица 1. Показатели результативности и эффективности на периоде планирования

Показатель	Значения
Ставка дисконтирования, %	
Объём продаж, тыс. руб.	
Валовая прибыль, тыс. руб.	
Чистая прибыль, тыс. руб.	
Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.	
Средняя норма рентабельности - ARR, %	
Чистый приведенный доход - NPV	
Индекс прибыльности - PI	
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	

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

- значительное положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- проект окупается за месяцев;
- значение показателя средняя норма рентабельности значительно превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

1.3. Источники финансирования

.....

2. Инициатор проекта

.....

3. Анализ рынка и концепция маркетинга

3.1. Определение основной идеи и целей проекта

-

3.2. Анализ рынка

3.2.1. Общая характеристика рынка

Описание продукта

Кварц-полевошпатовые, нефелин-полевошпатовые и нефелиновые материалы являются важнейшими компонентами в составе шихты для производства электровакуумного и высокосортного технического стекла, листового технического и оконного стекла, изделий из темно-зеленого и тарного стекла².

В керамической промышленности для производства тонкой керамики (фаянс, фарфор, электротехнический фарфор) и строительной керамики (санитарно-керамические изделия, облицовочные и отделочные плитки, низкотемпературный фарфор) полевошпатовые и кварц-полевошпатовые материалы используются в качестве плавня (флюса).

В электрокерамическом производстве для изготовления высоковольтных фарфоровых изоляторов и т.д. необходимы высококалийевые полевошпатовые материалы с калиевым модулем не менее *.

При производстве абразивных изделий полевой шпат применяют в качестве плавня, который при относительно низких температурах плавления образует вязкую стеклообразную связку, прочно скрепляющую зерна твердых абразивных материалов. В производстве сварочных электродов полевошпатовые материалы служат флюсом в керамической обмазке.

Отдельные разновидности полевых шпатов (лунный камень, солнечный камень, амазонит) являются камнесамоцветным сырьем.

Новыми областями применения полевошпатовых материалов является производство стеклокристаллических материалов типа ситалл и шлакоситалл (покрытие полов, облицовка стен промышленных помещений), теплоизоляционных материалов типа «пеностекло» (изоляция стен зданий, перекрытий, строительных конструкций).

В последнее время особую актуальность приобрела проблема, связанная с отделкой глазурями поверхностей из легкого бетона, непосредственно после его тепловой обработки.

Для покрытия стеновых панелей применяют ангобы (припекаемая керамическая масса), фриттованные (предварительно сплавленные) глазури, эмали и т.д.

Мировой рынок

Добыча полевого шпата осуществляется более чем в ** странах мира³. По данным Геологической службы США, мировое производство полевого шпата в ****-**** гг. постоянно увеличивалось, за этот период рост составил **%, В ****-**** гг. этот показатель несколько уменьшился в связи с мировым экономическим кризисом. В **** году рост рынка возобновился.

² ****.//*****.***/*****/1865478/****.9/

³ ****.//****.*****.***/*****/*****/72/**** 72.***

Лидерами в производстве полевого шпата являются три страны – Италия, Турция и Китай. В ****-**** гг. на долю этих трех стран приходилось **-% мировой добычи полевого шпата. Крупнейшим производителем полевошпатовой продукции в настоящее время является Италия. Второе место среди крупнейших мировых производителей занимает Турция. Третье место по объемам добычи полевого шпата в мире занимает Китай.

Следует отметить, что вследствие кризиса ряд стран сократил производство полевошпатовой продукции. Так, в **** г. в Таиланде наблюдалось сокращение производства на **% по отношению к уровню **** г., в США – на **%, в Японии – на **%

В то же время некоторые страны, напротив, в **** г. значительно увеличили производство полевого шпата относительно уровня **** г.: Республика Корея – на **%, Польша – на **%, Иран – на **%, Индия – в *,* раза, Малайзия – в * раза, Португалия – в *,* раза.

США входит в десятку крупнейших производителей полевого шпата в мире. Около **% потребления полевого шпата в США пришлось в **** г. на стекольную промышленность, при этом, в основном, полевой шпат использовали производители стеклотары. Оставшиеся **% всего потребления пришлось на керамическую промышленность и пр.

Крупнейшими мировыми экспортерами полевого шпата являются Турция, Китай и Таиланд.

Основными потребителями турецкого полевого шпата являются европейские страны – Италия, Испания, Германия и др.

Крупным экспортером полевого шпата является Китай. Основным рынком сбыта китайского полевого шпата являются Вьетнам, Республика Корея, Индонезия, Малайзия и др.

**% экспортных поставок полевого шпата Таиланда – третьего мирового экспортера, поставляются в ОАЭ. Также крупными получателями полевого шпата из Таиланда являются Малайзия, Индонезия, Вьетнам и др.

К крупнейшим потребителям полевошпатовой продукции относится и Китай. В Китае отрасль строительной керамики стремительно развивается в последние годы.

К разряду крупных потребителей также относятся Япония, Польша, Республика Корея, США. Основное применение полевой шпат находит в производстве керамической и стекольной продукции.

3.2.2. Клиентская целевая группа

Крупнейшими потребителями продукции планируемого предприятия являются производители керамической плитки, производители фарфора, санитарной керамики (санфаянс) и фарфоровых изоляторов.

Рынок керамической плитки

Важной особенностью рынка керамической плитки является то, что его динамика тесно коррелирует с динамикой строительного рынка. Более того, практически ни один крупный ремонт не обходится без применения керамической плитки и керамического гранита как одних из важных составляющих отделки помещений. составляет *,*% от общего объема отечественно производства строительных материалов.

В свою очередь, изменения, происходящие в стройкомплексе, так или иначе, определяют характер развития всего российского рынка строительных материалов и рынка керамической плитки, в частности.

Международная консалтинговая компания в области недвижимости CBRE подвела итоги текущего года и проанализировала основные тенденции на инвестиционном рынке, рынках офисной, складской, торговой и гостиничной недвижимости, а также определила перспективы наступающего **** года⁴.

В **** г. экономика России стабилизировалась после двухлетнего падения и перешла в фазу роста. По оценкам Росстата, ВВП вырос на *,*% (г/г) по итогам **** г. Положительным трендом **** г. стало также укрепление национальной валюты и снижение ее волатильности, чему способствовал мировой рост стоимости нефти.

Восстановление рынка продолжилось в **** году. Экономика РФ вышла из периода падения и находится в периоде умеренного роста⁵ - см. Рисунок 1.

.....

Рисунок 1. Реальный рост ВВП, % г/г

Аналитики прогнозируют

В частности, на фоне высокой активности со стороны арендаторов на рынках коммерческой недвижимости, умеренного экономического роста, а также отложенного инвестиционного спроса объем инвестиций в недвижимость России в **** году, по прогнозам

Сокращение доли свободных площадей и ограниченный ввод больших офисных зданий в последние годы спровоцировали

Доля свободных складских площадей сократится и стабилизируется на уровне *-% от общего предложения складов класса «А». При таком малом уровне свободных площадей

Низкий ввод и стабильный спрос на аренду торговых площадей со стороны ритейлеров в **** году обусловили

Растёт и рынок гостиничной недвижимости. На **** год в Москве и регионах анонсировано ** гостиниц современного стандарта с общим номерным фондом около * *** номеров.

⁴ ****.//*****.****/2393/2467/****/12870

⁵****.//***.*****.***/-

/****/***/***/***/***/***/2018/*3 2018 ***** ***** ***** ***.***?***=**_**

Положительная перспектива у рынка жилой недвижимости. Например, в Москве аналитики отмечают следующие тенденции⁶:

-

.....

Рисунок 2. Динамика предложения жилой недвижимости на рынке Москвы

Таблица 2. Новые объекты жилой недвижимости бизнес-класса, поступившие в продаж на рынке Москвы в * кв. **** года

.....

-

Таким образом, строительный рынок

До последнего времени в абсолютном выражении Украина оставалась крупнейшим поставщиком керамической плитки для российского рынка⁷. По политическим причинам импорт из Украины упал, что создаёт для российских производителей плитки дополнительные возможности роста. Другая причина падения импорта плитки из Украины – рост её стоимости вследствие роста цены на газ.

Очевидно, что в сложившихся после **** года рыночных обстоятельствах появилась тенденция к импортозамещению. Снижение покупательной способности населения привело к реструктуризации рынка, сместив потребление в сторону более доступной керамической плитки отечественного производства. Это привело к укреплению позиций национальных производителей, у которых появилась возможность расширить свое присутствие на рынке.

Таким образом, в период кризиса ****-**** гг., даже несмотря на падение экономики в целом, сложилась весьма благоприятная ситуация для российских производителей данного товара. Ослабление рубля создало условия для переключения потребителей, в том числе из премиального сегмента, на российскую продукцию, а сложности у украинских конкурентов позволяют нашим производителям побороться и за потребителей продукции эконом-класса.

В результате импорт теперь составляет не более **% рынка керамической плитки – см. Рисунок 3⁸.

6 ****. //***. *****. ***/-

/*****/*****/*****/*****/*****/2018/*****. *****. *****. ** *?*_**_**

7 ****. //****. **/*****_*****/22429-*****_*****_*****_*****_*****_*****_**

8 ****. //*****_*****_**/*****_*****_*****_*****_*****_*****_*****/

.....

Рисунок 3. Соотношение импорта и внутреннего производства плитки

Предприятия и заводы, производящие керамику в РФ, вышли на конкурентоспособный уровень и представляют продукцию, сопоставимую или даже в чем-то превосходящую западные бренды. Такой «прорыв» российских заводов — производителей керамической плитки объясняется тем, что они стали успешно сотрудничать с зарубежными коллегами, не только перенимая их опыт, но и приглашая к сотрудничеству технологов и дизайнеров известных испанских, также итальянских брендов. Кроме того, широкий ассортимент коллекций и высокое качество керамической облицовки объясняются тем, что на известных заводах по производству керамической плитки установлено оборудование в самом современном варианте и работает специально обученный персонал высокой квалификации.

Выпуск керамической плитки и керамогранита на отечественном рынке имел относительно стабильные показатели за период с **** по **** год⁹.

.....

Рисунок 4. Выпуск керамической плитки в России

.....

Рисунок 5. Выпуск керамического гранита в России

**** год для российского рынка характеризовался преимущественно положительной динамикой роста производства, импорта, экспорта, а также потребления керамической плитки¹⁰.

Вырос и мировой рынок керамической плитки. Например, по статистике, представленной

В **** году в США наблюдалось увеличение внутреннего производства до **, * млн м². Большая часть произведенного материала (**, * млн м²) была продана на рынке США – это **% от всей потребляемой керамики. По импорту (в м²) в США на первом месте Китай, далее Мексика, Италия, Испания. А по стоимости в топ-* входят Италия, далее Китай и Испания.

Всего в Российской Федерации на **** г насчитано ** производителя керамической плитки и керамогранита (** заводов), ** из них выпускают кафельную плитку, ** предприятий выпускают керамический гранит. Некоторая часть из них специализируется лишь на выпуске какого-то одного вида плитки, а часть предприятий имеет более широкий ассортимент.

⁹ ****.//***.*****.*/*****/2016/04/66499

¹⁰ ****.//***.*****.*/*****/*****_*****_*****_*****_*****_**-2017-****

Процентная доля рынка крупных предприятий от всего объема отечественного производства керамической плитки и керамогранита см. Рисунок 6.

.....

Рисунок 6. Процентная доля рынка предприятий в производстве отечественной керамической плитки

На долю самых крупных названных компаний приходится **, % рынка керамической плитки и керамического гранита. Из них пять компаний-лидеров в сумме занимают **, % российского рынка отечественного производства.

Отечественный завод керамической плитки, носящий название «.....

В городе Орле расположен завод по производству керамической плитки

По официальной статистике среди лучших производителей керамической плитки в России лидирует

У Волгоградского завода керамической плитки объем продаж

Производство фарфора

Эксперты полагают, что потенциальный спрос сегодня на фарфоровую посуду отечественного производства превышает предложение¹¹. В ближайшей перспективе фарфоровая посуда останется лидером на рынке посуды. Потребители будут отдавать предпочтение фарфоровой посуде¹².

На текущий момент объем внутрироссийского потребления фарфоровой посуды можно оценить в ** млрд. рублей в год. На долю российских производителей сегодня приходится около **% от общего рынка фарфоровой посуды, причем **% объема отечественного производства дают два завода:

Главным конкурентом российских производителей сегодня является Китай (в **** году доля китайского фарфора в общем объеме импорта составила **% в денежном и **% в натуральном выражении), на втором месте -

Для российских производителей фарфора есть несколько путей по увеличению конкурентоспособности. Один из них – это использование недорогого, но качественного сырья, которое способно предложить планируемое предприятие.

Экспорт фарфоровой посуды из России в **** году составил *,* млн. долларов США (*,* тыс. тонн в натуральном выражении). **% от экспорта приходится на две страны – Южную Корею и Казахстан, другие крупные покупатели – Тайвань и некоторые страны бывшего СССР (Украина, Беларусь, Азербайджан, Армения и т.д.).

Нужно учитывать, что большая часть фарфоровой посуды, которая производится в России, продается на внутреннем рынке. В тоже время значительную долю сырья и материалов приходится закупать за рубежом. В

¹¹ ****://*****.**/****/27258

¹² ****://*****.**/****/*****/3826/3972.****

Рынок санитарной керамики

До кризиса ****-**** гг. рынок развивался вполне успешно. В июне **** года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка санитарно-технических изделий. Согласно расчетам DISCOVERY Research, объем рынка керамических санитарно-технических изделий в **** г. составил **, * млрд. руб., что на **% превышало показатели предыдущего года. Наблюдался рост производства сантехники из керамики в России. В **** году было произведено ** млн. шт. изделий из керамики, что на *% больше показателя предыдущего года. По итогам **** г. российский экспорт составил \$ **, * млн.

Кризис привёл к уменьшению потребления санитарной керамики, но внутреннее производство по причине падения курса рубля продолжало расти. По итогам **** года объем производства санкерамики вырос на *% по сравнению с **** годом и составил **, * млн. шт. (против **, * млн. шт. в **** году)¹⁵

По состоянию на январь-февраль **** года объем производства санкерамики также увеличился по сравнению с АППГ (+**%) и составил *, * млн. ед. (против *, * млн. ед. в январе-феврале **** года).

С **** года рынок потребления санфаянса в России¹⁶.

Итоги **** года характеризуются общим восстановительным трендом – см. Рисунок 8.

.....

Рисунок 8. Производство санитарно-технических изделий из керамики в **** – **** гг., млн шт.

Наметившийся рост потребительской активности на рынке обусловлен

В **** году доля отечественной продукции на внутреннем рынке выросла до **% в натуральном выражении. Рост российского производства связан с удорожанием импорта, что увеличивает конкурентоспособность отечественных предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. По итогам **** года доля отечественной продукции сохранилась примерно на том же уровне. Растущее производство замещает часть импортной продукции, при этом наблюдается положительная динамика экспорта (+**, *% в **** г. и +**, *% в **** году).

Несмотря на высокий спрос на импортную продукцию, вернуться к предкризисному объему поставок в ближайшей перспективе не удастся, что связано с замещением российской продукцией, особенно в средних ценовых сегментах.

Главным потребителем санитарно-керамических изделий в России является

15 ****.//*****_*. **/*****/28/*****/*****_*****

16 ****.//***_*****_**/****/*****_*****_*****_*****_*****_*****/

.....

Рисунок 9. Объем и структура потребления санитарно-технической керамики по федеральным округам РФ

Производство санитарно-керамических изделий представлено в нескольких федеральных округах, однако * округа значительно выделяются в региональной структуре. Лидерами в производстве являются Центральный и Приволжский федеральные округа – **, *% и **, *% по итогам **** года соответственно, где расположены предприятия крупнейших компаний:

.....

Рисунок 10. Структура производства по федеральным округам РФ

Ожидается, что в среднесрочной перспективе указанные тенденции сохранятся: среднегодовой прирост потребления ожидается на уровне *, *%, соответственно к **** году рынок вырастет до **, * млн шт. (+ **% к уровню **** года) – см. Рисунок 11.

.....

Рисунок 11. Динамика и структура рынка санитарно-керамических изделий в **-**** гг. и прогноз до **** г., млн шт.**

Фарфоровые изоляторы

Единственный сокращающийся сегмент потребления продукции планируемого предприятия – это фарфоровые изоляторы для линий электропередачи. Связано это с замещением фарфора стеклом и полимерами¹⁷.

При этом в мире есть страны (например, Китай), которые не отказались от подвесного фарфора, прежде всего, потому что этот материал более устойчив к агрессивным загрязнениям среды. Фарфор используется в загрязненных районах с цементными, металлургическими и прочими предприятиями, где выбросы имеют кислую реакцию. В таких условиях поверхностный слой щелочного стекла рано или поздно разъедается и разрушается, а фарфор – материал инертный, более химически стойкий.

.....

И все же при рассмотрении перспектив рынка рано сбрасывать со счетов фарфоровые изоляторы, они тоже обладают рядом преимуществ. Во-первых, только эти изоляторы успели на практике доказать возможность эксплуатации в течение ** и более лет. Во-вторых, фарфоровые изоляторы на классы напряжений ниже ** кв. пока остаются дешевле полимерных.

Выводы:

¹⁷ ****. //***** **/****/***** ***** /*****_*****_*****_**/

1.ст.

3.2.3. Оценка существующего спроса

Инициаторы проекта планируют занять свою долю на рынке, за счёт импортёров аналогичного сырья. Поэтому оценить спрос можно путём анализа импорта по данным Федеральной таможенной службы¹⁸.

Импорт продукции по коду ТНВЭД ***** (Полевые шпаты) вырос в **** году – см. Рисунок 12. Данные за **** года на момент разработки были не полные, поэтому нельзя с уверенностью подтвердить снижение импорта в **** году, заметное на графике.

.....

Рисунок 12. Динамика импорта

Крупнейшими поставщиками являются Турция и Украина – см. Рисунок 13.

.....

Рисунок 13. Структура импорта по странам

Поставки из Украины быстро росли в последние годы, но в **** году рост прекратился. Украина постепенно замещала на российском рынке поставки из Турции – см. Рисунок 14.

.....

Рисунок 14. Динамика поставок из Турции и Украины

Украина смогла занять место на российском рынке, благодаря низкой цене. Однако, стоимость украинского сырья за этот период постоянно росла, в то время как стоимость турецкой продукции хотя и была выше, но сохраняла стабильность – см. Рисунок 15. На графике представлены цены на таможне. Можно прогнозировать, что после применения пошлины *% и НДС **%, с учётом стоимости таможенных процедур, стоимость продукции составит порядка **\$ за тонну. С учётом логистики и наценки **% сырьё обойдётся покупателям примерно в **\$ за тонну.

.....

Рисунок 15. Динамика цен

Если принять, что рынок в ближайшие годы не изменится и его объём составит примерно *** тыс. т. в год, инициаторы с объёмом производства ** тыс. т. планируют занять на нём всего лишь *,*%. Это гораздо меньше, чем Украина сумела отобрать у Турции, благодаря низким ценам, в период ****-**** гг. (около *** тыс. т.).

¹⁸ ****.//****.*****.**

Экспорт незначительный, порядка **-*** тыс. т. в год по ценам на таможне около **\$ за тонну.

Выводы:

1.

3.2.4. Ожидаемая конкуренция

Кроме импортёров конкуренцию планируемому предприятию составят российские производители кварц-полевошпатовых материалов.

ОАО

Продукция: полевошпатовые материалы для электровакуумной, керамической, электродной и стекольной промышленности.

ООО Торговая компания Вишневогорский ГОК является поставщиком продукции комбината на территории РФ. Выручка в последние годы растёт достаточно быстрыми темпами – см. Рисунок 16.

.....

Рисунок 16. Выручка ООО

Основные потребители продукции:

-

ОАО

Помимо полевого шпата предприятие поставляет слюду, кварцевый песок, кварцевую муку.

Предприятие ведёт свою историю с **** г.,

ООО

Виды деятельности:

- Добыча и обогащение горных пород, содержащих графит и прочие полезные ископаемые, не включенные в другие группировки
- Обработка прочих неметаллических отходов и лома
- Деятельность автомобильного грузового неспециализированного транспорта

.....

ООО

.....

- полевой шпат для стекольной и керамической промышленности;
- песок для сухих смесей;
- слюдяной флогопитовый концентрат.

Предприятие имеет собственную сырьевую базу и поставляет свою продукцию на * керамических завода и несколько заводов по производству сухих смесей.

Выручка на порядок меньше, чем у лидеров рынка, но растёт достаточно быстрыми темпами – см. Рисунок 17.

.....

Рисунок 17. Выручка ООО

По информации экспертов рынка все перечисленные конкуренты испытывают проблемы с качеством продукции (по причине устаревшего оборудования) и исчерпанием месторождения.

3.3. Маркетинг

3.3.1. Концепция маркетинга

3.3.2. План продаж

Договора с крупнейшими покупателями представлены в

Имеющиеся договорённости позволят загрузить производство на ***% с первого месяца работы. План продаж будет определяться максимальной производительностью оборудования (** тонн породы) и процентом выхода готового сырья (**%). Таким образом, план продаж составит на всём периоде производства

.....

Таблица 3. План поставок крупнейшим клиентам на ** год**

3.3.3. Тактика маркетинга

Позиционирование

.....

Конкурентные преимущества

.....

Каналы сбыта

.....

Ценообразование

.....

Программа продвижения

.....

4. Материальные ресурсы

4.1. Инвестиционные расходы

.....

4.2. Прямые расходы

В себестоимость попадёт

.....

4.3. Косвенные расходы

.....

5. Организация

.....

5.1. Организационная структура

Организационная структура планируемой компании см. Рисунок 18.

.....

Рисунок 18. Организационная структура

5.2. Штатное расписание

Работа будет организована вахтовым методом

.....

***.*. Календарное осуществление проекта**

6. Финансовый анализ

6.1. Принятые допущения

Условия оплаты – **% предоплата, **% после получения заказчиком, то есть через * недели.

Источник финансирования – ***% инвестор.

.....

6.2. Бюджет доходов и расходов

Таблица 4. Бюджет доходов и расходов, тыс. руб.

.....

Как видно из таблицы, компания начинает показывать устойчивую операционную прибыль с года.

6.3. Бюджет движения денежных средств

Таблица 5. БДДС, тыс. руб.

.....

БДДС показывает, что при выбранном графике финансирования планируемая компания не испытывает трудностей с денежными средствами на всём периоде планирования. К концу периода планирования сумма свободных денежных средств составляет млн. руб.

6.4. Прогнозный баланс

Таблица 6. Прогнозный баланс, тыс. руб.

.....

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса начинает накапливаться с года и превышает млн. руб. к концу периода планирования.

6.5. Финансовые показатели

Таблица 7. Финансовые показатели

.....

Финансовые показатели в рабочем периоде проекта имеют хорошие значения.

Показатели ликвидности характеризуют способность компании удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств. Рекомендуемые значения коэффициента текущей ликвидности – ***%-***%. Как видно из таблицы, платёжеспособность компании не вызывает сомнения.

Чистый оборотный капитал к концу периода составляет почти млн. руб.

Планируемый бизнес демонстрирует хорошую рентабельность по чистой прибыли и инвестициям к концу периода планирования.

6.6. Показатели эффективности

Таблица 8. Показатели результативности и эффективности на период планирования

.....

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

- значительное положительное значение Чистого приведенного дохода к концу периода расчёта;
- проект окупается за месяцев;
- значение показателя средняя норма рентабельности значительно превышает процентную ставку по долгосрочным кредитам.

6.7. Анализ безубыточности

Объёмы реализации, ниже которых деятельность компании перестаёт быть прибыльной см. **Таблица 9.**

Таблица 9. Точка безубыточности, тыс. руб.

.....

Запас финансовой прочности появляется в ... года и достаточен в абсолютных значениях:

Таблица 10. Абсолютный запас финансовой прочности, тыс. руб.

.....

Запас финансовой прочности велик также в относительных значениях:

Таблица 11. Относительный запас финансовой прочности, %

.....

6.8. Анализ чувствительности

Таблица 12. Чувствительность NPV от изменения основных параметров

.....

Анализ чувствительности показывает, что проект мало чувствителен к отклонениям от плановых значений параметров.

Даже при невыполнении плана продаж проект остаётся рентабельным.

Проект ещё менее чувствителен к увеличению прямых и косвенных издержек относительно плана.

7. Анализ рисков

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

1. Срыв плана-графика работ по запуску оборудования в эксплуатацию
Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - высокая.

Для предотвращения этого риска планируется

-

2. Срыв выполнения плана реализации продукции

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - средняя.

Вероятность этого риска мала, так как надёжность сбыта подтверждается договорами с крупнейшими покупателями

Тем не менее компания планирует вести постоянный поиск новых клиентов путём ведения переговоров с потенциальными потребителями продукции.

3. Снижение рыночных цен

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - средняя.

Вероятность этого риска мала, так как в расчёте использованы цены, меньшие, чем реально существующие на рынке на продукцию аналогичного качества.

Тем не менее, для снижения указанного риска необходимо

-

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

Из рисков материально-технического обеспечения наиболее существенный

...

Для предотвращения этого риска планируется:

-

***.*. Технологические риски**

Ниже перечислены вероятные технологические риски и меры по предотвращению наступления негативных ситуаций и компенсации их последствий.

*. Исправность оборудования в момент поставки

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - высокая.

Инициаторы проекта планируют снизить риски путём:

-

*. Исправность оборудования в период эксплуатации

Оценка вероятности риска - средняя, степень влияния - высокая.

Инициаторы проекта планируют снизить риски ситуации критичного периода ремонта оборудования путём:

-

***.*. Финансовые риски**

Оценка вероятности риска - низкая, степень влияния - средняя.

Финансовый риск связан, прежде всего, с возможностью несвоевременной оплаты со стороны покупателей и санкциями со стороны кредиторов. С целью минимизации данного риска следует:

- При работе с отсрочкой платежа
-

***.*. Экономические риски**

Иницируя данный проект, авторы исходят из позитивного прогноза состояния экономики РФ и сохранения в будущем общего курса развития страны. Однако, позитивные ожидания не исключают необходимости постоянно контролировать текущую ситуацию и предпринимать меры по предотвращению потерь в случае её ухудшения.

***.*. Экологические риски**

Вопросы экологической защиты при добыче полезных ископаемых регулируются ГОСТ Р *****_***** «Ресурсосбережение. Наилучшие доступные технологии обращения с отходами в горнодобывающей промышленности. Аспекты эффективного применения».

Инициаторы намерены соблюдать требования ГОСТа, для чего:

-