

2021

Бизнес-план создания производства полиграфии



Оглавление

1.	Резюме	3
1.1.	Сущность результатов бизнес-планирования	3
1.2.	Планируемые показатели эффективности	3
1.3.	Источники финансирования	4
2.	Описание бизнес-идеи, целей проекта	4
3.	Анализ рынка.....	5
3.1.	Общая характеристика рынка	5
3.1.1.	Мировой рынок печати на упаковке.....	5
3.1.2.	Мировой рынок этикетки	6
3.1.3.	Российский рынок	9
3.2.	Клиентская целевая группа	10
3.3.	Оценка существующего спроса	11
3.4.	Ожидаемая конкуренция	12
4.	Маркетинговый план	13
4.1.	Концепция маркетинга.....	13
4.2.	План продаж.....	14
4.3.	Тактика маркетинга	14
4.3.1.	Развитие продукта	14
4.3.2.	Каналы сбыта	14
4.3.3.	Ценообразование	14
4.3.4.	Программа продвижения	14
5.	Организационный план.....	15
5.1.	Разрешительные и квалификационные документы.....	15
5.2.	Штатное расписание	15
5.3.	Календарное осуществление проекта	15
6.	Материальные ресурсы.....	15
6.1.	Инвестиционные расходы.....	15
6.2.	Косвенные расходы	15
6.3.	Прямые расходы	15
6.4.	Налоговое окружение	16
7.	Финансовый анализ	16
7.1.	Бюджет движения денежных средств	17
7.2.	Прогнозный баланс	17
7.3.	Бюджет доходов и расходов	17
7.4.	Финансовые показатели	17
7.5.	Показатели эффективности	17
7.6.	Анализ безубыточности.....	18
7.7.	Анализ чувствительности.....	19
8.	Анализ рисков.....	19
8.1.	Технологические риски	19
8.2.	Организационный и управленческий риск.....	19
8.3.	Риск материально-технического обеспечения	20
8.4.	Финансовые риски	20
8.5.	Экономические риски.....	21
8.6.	Экологические риски.....	21

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

1.1. Сущность результатов бизнес-планирования

Инициаторы проекта планируют создание и запуск производственного предприятия полного цикла (типографии), специализирующегося на выпуске этикеточной продукции, в первую очередь вставляемых этикеток (IML) и этикеток влажного этикетирования для пивной индустрии и напитков, бумажных этикеток для молочной продукции и т. д.

Анализ рынка показал (см. п. *), что потенциал рынка достаточен для достижения объёма продаж, обеспечивающего рентабельность проекта. Следовательно, при условии эффективной работы на рынке проект будет экономически успешным.

Инициаторы проекта планируют уже на *-й год развития бизнеса

- занять **% Российского рынка IML,
- стать основным поставщиком бумажных этикеток таким компаниям как ... и т. п.,
- выйти на объём продаж около *** млрд. руб. в год без НДС,
- получить за год чистую прибыль более *** млрд. руб.

1.2. Планируемые показатели эффективности

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 1. Показатели эффективности инвестиций

Показатели	Единица измерения	Значение
Период планирования	мес.	***
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	руб.	* *** **
ВНД (IRR), % в год.	%	***%
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	руб.	*** **
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	руб.	* *** **
Срок окупаемости с дисконтом	мес.	*
Индекс доходности за период планирования		*** ,*

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности свидетельствует об инвестиционной привлекательности проекта, о чем говорят следующие данные:

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода (ЧДД), составляющее более *** млрд. руб. без учета терминальной стоимости и почти *,* трлн. руб. с учетом терминальной стоимости.

- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД), составляющее ***%.
- Проект окупается в течение * месяцев с учётом дисконта.
- Проект позволяет вернуть все заемные средства в срок, сохраняя при этом высокие показатели экономической эффективности.

Таким образом, **проект является экономически эффективным и может быть рекомендован к реализации.**

1.3. Источники финансирования

Для осуществления проекта потребуются инвестиции в размере *,*** млрд. руб. Из этой суммы **,** млн. руб. будет потрачено на оборудование, остальное – на пополнение оборотных средств.

В качестве источника финансирования инициаторы планируют привлечь кредит, условия кредитования – см. Таблица 2.

Таблица 2. Условия заемного финансирования

Показатели	Значение
Форма заемного финансирования	кредитная линия
Ставка по кредиту, % годовых	**%
Срок кредита, лет	**
Льготный период на погашение основного долга, мес.	* года
Льготный период на погашение процентов, мес.	* год
Погашение процентов	Ежемесячно
Погашение суммы основного долга	Ежемесячно
Начисление процентов	На остаток основного долга

Кредит полностью погашается в течение ** лет, в дальнейшем заемное финансирование рассматриваемому проекту не требуется – см. Рисунок 1.

.....

Рисунок 1. График погашения кредита и выплаты процентов

2. Описание бизнес-идеи, целей проекта

Инициаторы проекта планируют создание и запуск производственного предприятия полного цикла (типографии), специализирующегося на выпуске этикеточной продукции, в первую очередь вставляемых этикеток (IML) и этикеток влажного этикетирования для пивной индустрии и напитков, бумажных этикеток для молочной продукции и т. д.

Анализ рынка показал (см. п. *), что потенциал рынка достаточен для достижения объёма продаж, обеспечивающего рентабельность проекта. Следовательно, при условии эффективной работы на рынке проект будет экономически успешным. Для этого инициаторам проекта необходимо

-

Инициаторы проекта планируют уже на *-й год развития бизнеса

- занять **% Российского рынка IML,
- стать основным поставщиком бумажных этикеток таким компаниям как Heineken, Hochland, Valio и т. п.,
- выйти на объём продаж около *** млрд. руб. в год без НДС,
- получить за год чистую прибыль более *** млрд. руб.

3. Анализ рынка

3.1. Общая характеристика рынка

3.1.1. Мировой рынок печати на упаковке

Печать на упаковке используется всеми отраслями, продукцией которых являются товары народного потребления. Это определяет ее востребованность и быстрое развитие.

Основной объём упаковки и этикетки печатается в настоящее время специальными типографиями, а затем готовую упаковку и этикетку отправляют к изготовителям содержимого, которые сами разливают или вкладывают продукцию, наклеивают этикетки, проставляют штрихкоды и комплектуют партии для отправки в розничные сети.¹

Структура рынка приведена на следующей диаграмме.²

Как видно из приведенной ниже диаграммы, в структуре мирового рынка печать на гибкой пластиковой упаковке занимает второе место с долей **%, на третьем – печать на жесткой пластиковой упаковке с долей **%.

.....

Рисунок 2. Структура мирового рынка печати на упаковке

Эксперты рынка ожидают, что в ближайшей перспективе структура рынка в целом сохранится, но

На следующих диаграммах представлена ожидаемая динамика развития мирового рынка печати на упаковке по прогнозу компании³

1 ****.//***.*****.**/*****/*****/16700.****

2 ****.//*****_*****.**/*****_***_*****/*****_*****_**_*****_*****_****_**/

3 ****.//***.*****/*****_*****/***_*****_**_*****_*****_****_**_*****_**_

.....

Рисунок 3. Ожидаемая динамика мирового рынка печати на упаковке в натуральных показателях

.....

Рисунок 4. Ожидаемая динамика мирового рынка печати на упаковке в денежных показателях

Как видно из представленных выше диаграмм, натуральный объем мирового рынка печати на упаковке к **** г. достигнет значения *** млрд. листов А*. Таким образом, натуральный объем рынка в **** г. превысит аналогичный показатель **** г. в * раза.

Денежный объем мирового рынка печати на упаковке также будет расти. К **** г. денежный объем рынка вырастет до **, * млрд. долл. США. Таким образом, денежный объем рынка в **** г. превысит аналогичный показатель **** г. в *, * раза.

В случае сохранения тенденций к росту, к **** году натуральный объем рынка может достигнуть *** млрд листов А*, а денежный объем рынка – ** млрд. долл. США.

.....

Рисунок 5. Прогноз мирового рынка печати на упаковке в натуральных показателях

.....

Рисунок 6. Прогноз мирового рынка печати на упаковке в денежных показателях

3.1.2. Мировой рынок этикетки

В мире производится около ** миллиардов квадратных метров этикеточной продукции в год⁴. Количество пищевых и непищевых продуктов увеличивается во всем мире, поэтому рост спроса стабильно удерживается на уровне *-% согласно исследованиям консалтингового агентства

Европа – лидер по количеству производимых этикеток в мире, спрос на этикетки здесь составляет почти **% от общего числа в мире. На втором месте находятся

Технологии производства и уровень потребления в разных странах отличается.

Самоклеящаяся этикетка занимает **% всего этикеточного рынка и

⁴ *****.//***.*****24.**/*****_*****/*****_****_*****

.....

Рисунок 7. Доля самоклеящейся этикетки в различных секторах рынка

Если рассматривать региональные рынки, то наибольшая доля – **% – самоклеящейся этикетки производится в Азиатском регионе. Рост её потребления в Азии, как и в Северной Америке, Европе и даже Южной Америке, продолжается. Самым быстрорастущим, но пока небольшим региональным рынком в настоящее время являются

Наибольшая доля проникновения самоклеящейся этикетки – **% от общего объёма рынка этикетки – наблюдается в секторах

Несмотря на то, что технология производства **сухих этикеток** в некотором роде является устаревшей, доля таких этикеток в мире достигает почти **%. Такая популярность сухих этикеток объясняется в первую очередь более доступной стоимостью, чем самоклеящихся этикеток. Однако за последние пять лет наблюдается тенденция

Монополия самоклеящихся этикеток пока еще не наступила, однако в некоторых сферах они заметно лидируют: информационные технологии, средства защиты от несанкционированного доступа, вторичный рынок разнотипной продукции и т. д.

В последние годы на рынок вышли совершенно новые виды этикеток – впрессованные, термоусадочные. И именно они имеют большие шансы стать будущим этикеточной продукцией в силу большого количества преимуществ – улучшенный внешний вид, прочность, надежность. На данный момент доля впрессованных этикеток составляет всего несколько процентов, но тенденции роста сверхактивные.

Вплавляемая этикетка – один из наиболее молодых, но при этом перспективных видов этикеточной продукции⁵. Сейчас в глобальном масштабе на нее приходится порядка *% от общего объема выпускаемой этикетки, но темпы роста объемов выпуска растут, и в ассоциации . утверждают, что около **% производителей этикетки активно интересуются этой технологией.

Преимущества технологии IML очевидны как для производителей продуктов, так и для конечного потребителя⁶:

- **Долговечность и Практичность.** Вплавленная этикетка обладает высочайшей стойкостью к механическому, химическому, термическому и световому воздействиям. Изделия с такой этикеткой прослужат долго, они не утратят привлекательный внешний вид, этикетка никогда не отклеится.

5 *****././***.*****.*/*****_*****/*****_*****_*****_***_*****_**_**_*****_*****

6 *****././***.*/*****/*****_*****/

- **Экологичность и Безопасность.** Изделие и этикетка состоят из одного и того же полимерного сырья и легко поддаются вторичной переработке, они являются безопасными в пищевом и бытовом применении.
- **Привлекательность и Уникальность.** Упаковка и изделия, декорированные по технологии IML, являются для потребителей (покупателей) более привлекательными на полках и позволяют производителю выдвинуться вперед в конкурентной борьбе за рынок.
- **Защищенность и Брендинг.** Вплавленная этикетка обеспечивает высокую защиту от подделок и делает продукцию узнаваемой для потребителя.

Вплавленная этикетка фактически становится частью упаковки и превосходит самоклеяку и термоусадку как с визуальной точки зрения, так и по прочности и устойчивости к разным видам воздействия: механическому, химическому, термическому и др. Основной рынок для IML –

В случае использования IML процесс получения готового продукта становится проще и короче, так как этикетка прикрепляется к емкости непосредственно в процессе ее изготовления (литья), что исключает отдельную операцию по этикетированию. Кроме того, емкость и пленка для IML обычно имеют одну химическую основу, что повышает их пригодность для переработки и не требует отдельной операции по разделению тары и этикетки, которая обычно приводит к получению огромного количества отходов, которые нужно как-то утилизировать.

Вопрос экологичности IML заслуживает рассмотрения и в более долгосрочной перспективе. Например, в некоторых странах уже сейчас осуществляется достаточно жесткое давление на тех, кто производит и использует пленочные самоклеящиеся и термоусадочные этикетки. Здесь можно вспомнить недавнюю новость об установке в Канаде первой линии для прямой печати по жестяным банкам, которая призвана решить в том числе эту проблему. И в этом контексте, позиции вплавляемой этикетки, которую можно перерабатывать вместе с тарой, представляются более прочными.

Несмотря на то, что доля IML в общем объеме производства этикеточной продукции исчисляется считанными процентами, ее перспективы и темпы роста оцениваются специалистами положительно. В России на старте такая этикетка импортировалась, так как иностранные типографии с отлаженным техпроцессом могли предложить не только приемлемые цены, но и стабильно высокое качество. Позже доля импорта снизилась, по мере того как конкуренцию зарубежным производителям начали составлять крупные отечественные компании, которые уже наладили процесс выпуска самоклеящейся и термоусадочной этикетки и активно искали новые возможности для расширения спектра услуг и портфеля продуктов.

Рукавная этикетка также весьма распространена в мире, особенно в экономически развитых странах. На данный момент её доля около **%.

Целевыми клиентами планируемого предприятия являются компании-производители продуктов питания

Сотрудничество в данном бизнесе в основном осуществляется на трехсторонней основе:

.....

Основные потенциальные потребители этикеточной продукции IML находятся в

Покупатели бумажных этикеток для пива и сухих бумажных этикеток распределены по всей России.

Типичная "воронка продаж" при работе с целевыми покупателями продукции предприятия состоит из следующих этапов:

-

Для целевых клиентов важны следующие качества продукта предприятия:

-

К качеству покупателя продукции предприятия предъявляют особые требования. Товар

-

3.3. Оценка существующего спроса

Объём мирового рынка печати этикеток превысил *,** трлн. отпечатков формата А* или ** млрд. \$ в год¹² – см. Рисунок 11.

.....

Рисунок 11. Динамика мирового рынка этикеток

По мнению экспертов рынка доля российского рынка этикетки в общемировом рынке составляет * – *,*%. Учитывая, что темп роста российского рынка превышает мировой, для прогнозов правильнее брать верхнюю оценку – *,*% или **, ** трлн. отпечатков формата А* или *,** млрд. \$ в год.

Пока мировые объемы производства IML-этикеток не очень велики — примерно *% от всей этикеточной продукции¹³. Но перспективы имеются: только в США этот рынок оценивается примерно в *** млн долларов в год, и ежегодно он растет на **-%.

Рынок вплаваемых этикеток (IML) гораздо моложе. Его объём составляет примерно *% от общего объёма этикеточного рынка, то есть около ** млн. \$ или *** млн. руб. в месяц. Темпы роста, по мнению участников рынка, превышают мировые - от **% до **% в год.

12 *****://*****.* **/*****_****/*****/758332232419385344

13 *****://*****.* **/*****/*****_**_*****_*****-2/

В настоящее время данный рынок в основном развивается в сегменте

Что касается производства ярлыков и этикеток из бумаги и картона на протяжении последних трех лет в России наблюдался как спад, так и подъем. В **** году в России было произведено ** ***,* млн. шт. ярлыков и этикеток из бумаги и картона, что на **, % меньше объема производства предыдущего года.

В **** году производство ярлыков и этикеток из бумаги и картона увеличилось на **, % к уровню прошлого года и составило ** ***,* млн. шт.

В период ****-**** гг. средние цены производителей на ярлыки и этикетки из бумаги и картона выросли на **, %, с ***,* руб./тыс. шт. до ***,* руб./тыс. шт. Наибольшее увеличение средних цен производителей произошло в **** году, тогда темп роста составил *, %.

Таким образом оценка рынка ярлыков и этикеток из бумаги и картона в РФ – **, * млрд. руб. в год.

Если учесть, что "самоклейка" в мире занимает **% всего рынка этикеток (см. п. *.*), объём этого рынка в РФ составляет *** млн. \$ в год или более * млрд. руб. в месяц.

Объём рынка "сухой" бумажной этикетки в РФ с долей рынка **% (п. *.*) - *** млн. \$ в год или около *,* млрд. руб. в месяц.

Лидером производства ярлыков и этикеток из бумаги и картона в (млн. шт.) от общего произведенного объема за **** год стал Северо-Западный федеральный округ с долей около **, %.

Спрос на бумажные этикетки стабильный, но не растёт. Бумажные этикетки для пивной индустрии имеет ярко-выраженную сезонность (Летом – пик, зимой – дно, если представить графически).

Спрос на бумажные (сухие) этикетки, имеет некоторую сезонность на некоторых сегментах рынка продуктов питания - консервированные овощи, растительное масло. Однако на других сегментах, например молочных продуктов, колебаний спроса нет.

3.4. Ожидаемая конкуренция

Конкуренцию на данном рынке со стороны российских компаний (типографий) можно расценивать как низкую, основные конкуренты в основном находятся за границей.

Основные конкуренты — это типографии, занимающиеся производством самоклеящейся этикетки способом флексографской печати. Среди них такие типографии как:

-

Основным видом продукции конкурентов является самоклеящаяся этикетка (self-adhesive label / pressure sensitive label). В отношении этикеток IML, используя способ флексографской печати и соответствующее оборудование, данные предприятия имеют ограничения в разрешающей способности (более низкое

разрешение изображений, их детализация), в линейных размерах этикеток (узкоролонные машины ограничены небольшой запечатываемой площадью), а также в принципиальной невозможности воспроизводить определённые дизайны этикеток (невозможно повторить дизайн этикетки, отпечатанной офсетным способом один в один, используя флексографскую печать). Также, себестоимость их продукции выше себестоимости планируемого производства в силу особенностей технологии печати.

Уровень цен на аналогичную продукцию у конкурентов из-за границы выше цен планируемого предприятия на ** – **%. Цены у конкурентов из России, также выше (со слов потенциальных заказчиков) на * – **%.

Конкуренты ищут своих покупателей в Интернете, путём продвижения своих возможностей через сайт компании, через специализированные отраслевые журналы, на специализированных мероприятиях (выставках).

Зарубежные конкуренты являются опытными игроками на данном рынке, развитыми в техническом и технологическом плане. Их бизнес имеет стабильное развитие и рост. Российские конкуренты по имеющимся данным не имеют особых успехов в производстве и реализации вплавляемых этикеток (IML). В первую очередь это связано с используемыми методами и средствами производства (технология печати, используемое оборудование).

Таблица 3. Анализ конкурентов

.....

4. Маркетинговый план

4.1. Концепция маркетинга

В результате анализа бизнес-идеи создания нового полиграфического производства были выявлены следующие сильные и слабые стороны.

Сильные стороны

1.

Слабые стороны

1.

Анализ рынка приводит к выводу о следующих возможностях и угрозах рынка.

Возможности

1.

Угрозы

1.

На основе этих данных инициаторами проекта определена следующая концепция маркетинга:

1.

Позиционирование предприятия в глазах потребителей:

....

Для поддержки такого позиционирования предприятие планирует оказывать следующие дополнительные услуги:

-

4.2. План продаж

Организаторами проекта были проведены переговоры с более чем ** потенциальными потребителями продукции. В результате был сформирован план продаж этикеток IML и сухих бумажных этикеток этим покупателям на ближайшие месяцы. В дальнейшем план продаж будет расти за счёт инфляции – см. Таблица 4.

Таблица 4. Выручка проекта, млрд. руб. без НДС

По годам	ИТОГО	*	*	*	*	*	*	*	*
Выручка	* ***	***	***	***	***	***	***	***	***

По годам	*	**	**	**	**	**	**
Выручка	***	***	***	***	***	***	***

4.3. Тактика маркетинга

4.3.1. Развитие продукта

В дальнейшем, после достижения требуемых стандартов качества накупаемом оборудовании, будет рассмотрена целесообразность

4.3.2. Каналы сбыта

Будут использоваться следующие каналы сбыта:

-

4.3.3. Ценообразование

Рынок производства этикетки конкурентный, поэтому при ценообразовании целесообразно применять метод ценообразования с ориентацией на конкуренцию. Применение данного метода является классическим решением при реализации известных на рынке товаров и услуг.

С учётом малой известности предприятия целесообразно придерживаться нижней границы цен в пределах интервала конкурентности.

4.3.4. Программа продвижения

В рамках рекламной кампании планируются следующие мероприятия:

-

5. Организационный план

5.1. Разрешительные и квалификационные документы

Для ведения бизнеса будет зарегистрировано ООО с ОСН.

Для введения производства в эксплуатацию потребуется получить два основных документа:

-

Для ведения бизнеса предприятию будут необходимы:

-

5.2. Штатное расписание

Данные по численности персонала, заработной плате и объему ФОТ приведены в следующей таблице.

Таблица 5. Данные по численности персонала, заработной плате и объему ФОТ

.....

5.3. Календарное осуществление проекта

Таблица 6. График производства работ

.....

6. Материальные ресурсы

6.1. Инвестиционные расходы

Таблица 7. Инвестиционные расходы

.....

Таблица 8. Условия лизинга

.....

6.2. Косвенные расходы

Ставки накладных расходов указаны в следующей таблице.

Таблица 9. Ставки косвенных расходов

.....

6.3. Прямые расходы

Прямые расходы составляют от выручки

- Для сухой этикетки **%
- Для этикетки инмолд **, *%.

График расходов приведен на следующем рисунке.

.....

Рисунок 12. График расходов

Структура расходов приведена на следующей диаграмме.

....

Рисунок 13. Структура расходов

6.4. Налоговое окружение

Проект рассчитан с применением общей системы налогообложения.

Ставки налогов приведены в следующей таблице.

Таблица 10. Ставки налогов

Виды налогов	Ставка	База/Частота начисления
НДС	**%	Облагаемая НДС выручка/Ежемесячно
Налог на прибыль	**%	Прибыль/Ежемесячно
Налог на имущество	*, *%	Имущество на балансе/Ежеквартально
Страховые отчисления	** , *%	ФОТ/Ежемесячно

.....

Рисунок 14. Структура налоговых выплат

7. Финансовый анализ

Экономические расчеты выполнены путем разработки финансовой модели проекта в программном обеспечении Microsoft Excel.

Таблица 11. Условия расчета

Показатель	Ед. измерения	Значения
ИПЦ	% к предыд. году	***, *%
Реальная зарплата	% к предыд. году	***, *%
Прогнозный период	лет	**
Ставка дисконта	%	**
Отсрочка платежа для клиентов	дней	**
Отсрочка платежа поставщикам	дней	**
Оборачиваемость товарного запаса	дней	**

7.1. Бюджет движения денежных средств

Таблица 12. Бюджет движения денежных средств, млн. руб.

.....

БДДС показывает (см. Таблица 12), что при выбранном графике финансирования проект не испытывает трудностей с денежными средствами на всём периоде планирования. К концу периода планирования сумма свободных денежных средств составляет более * трлн. руб.

7.2. Прогнозный баланс

Таблица 13. Прогнозный баланс, млн. руб.

Нераспределённая прибыль планируемого бизнеса (см. Таблица 13) начинает накапливаться с *-го года и составляет более * трлн. руб. к концу периода планирования.

7.3. Бюджет доходов и расходов

Таблица 14. Бюджет доходов и расходов, тыс. руб.

.....

Как видно из таблицы, компания показывает устойчивую операционную прибыль с первого года работы.

7.4. Финансовые показатели

Таблица 15. Показатели рентабельности

.....

Как видно из приведенной выше таблицы, на всём периоде планирования компания имеет высокие показатели рентабельности.

7.5. Показатели эффективности

В следующей таблице приведены показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 16. Показатели эффективности инвестиций

Показатели	Единица измерения	Значение
Период планирования	мес.	***
Чистый Доход без учета дисконта (PV)	руб.	* *** *** *** ***
ВНД (IRR), % в год.	%	***%
Чистый Дисконтированный Доход (NPV)	руб.	*** *** *** ***

Показатели	Единица измерения	Значение
Чистый Дисконтированный Доход (NPV) с терминальной стоимостью (TV)	руб.	* *** ** *
Срок окупаемости с дисконтом	мес.	*
Индекс доходности за период планирования		***,*

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности свидетельствует об инвестиционной привлекательности проекта, о чем говорят следующие данные:

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода (ЧДД), составляющее более *** млрд. руб. без учета терминальной стоимости и почти *,* трлн. руб. с учетом терминальной стоимости.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД), составляющее ***%.
- Проект окупается в течение * месяцев с учётом дисконта.
- Проект позволяет вернуть все заемные средства в срок, сохраняя при этом высокие показатели экономической эффективности.

Таким образом, **проект является экономически эффективным и может быть рекомендован к реализации.**

7.6. Анализ безубыточности

Расчет уровня безубыточности представлен в следующей таблице.

Таблица 17. Расчет уровня безубыточности, руб.

Показатели	Среднее значение за период расчета	*%	**%
Средняя выручка, руб. в мес.	** *** ** *	* *** ** *	* *** ** *
Средние расходы, руб. в мес.:			
Средние постоянные расходы, руб. в мес.	* *** ** *	* *** ** *	* *** ** *
Средние переменные расходы, руб. в мес.	** *** ** *	* *** ** *	* *** ** *
Средняя прибыль до налогов, руб. в мес.	** *** ** *	_* ** ** *	*** ** *

Как видно из приведенной выше таблицы, проект допускает сохранение прибыльности при падении выручки до **% от запланированной.

7.7. Анализ чувствительности

Анализ чувствительности показывает, что проект обладает низкой чувствительностью к изменению исходных параметров – см. Таблица 18.

Даже при снижении выручки на **% проект остаётся высококорентабельным. Увеличение расходов также оказывает незначительное воздействие на показатели экономической эффективности проекта.

Таблица 18. Анализ чувствительности

Уровень выручки	**%	**%	**%
ЧДД, млрд. руб.	***	***	***
Косвенные расходы	***%	***%	***%
ЧДД, млрд. руб.	***	***	***
Прямые расходы	***%	***%	***%
ЧДД, млрд. руб.	***	***	***

8. Анализ рисков

8.1. Технологические риски

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

Риски, связанные с освоением оборудования

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – низкая

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

Исправность и ремонтпригодность оборудования

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

8.2. Организационный и управленческий риск

Требуют особого внимания следующие виды рисков:

- Риск ошибок в подборе персонала.
- Риск утраты или порчи имущества.
- Риск высоких цен на сырьё
- Риск низкого спроса на продукцию предприятия

Риск ошибок в подборе персонала

Недостаточная квалификация персонала может привести к некачественному выполнению функций, срыву планов продаж, убыткам, банкротству компании.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

Риск утраты или порчи имущества

Данный вид риска может возникнуть как результат пожара, стихийных бедствий, противоправных действий лиц.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

Риск низкого спроса на продукцию

Спрос на продукцию предприятия спрогнозирован на основе данных маркетингового анализа. В таких условиях возникновение рисков ситуации маловероятно.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – ниже средней.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

Риск высоких цен на продукцию

Планируемые продажные цены установлены на уровне средних рыночных показателей и проверены в переговорах с потенциальными клиентами. В этой связи возникновение рисков ситуации маловероятно.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – ниже средней.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

Количественная оценка рассматриваемого риска приведена ранее.

8.3. Риск материально-технического обеспечения

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

8.4. Финансовые риски

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 – ниже средней.

Возможность управления риском – частичная.

8.5. Экономические риски

Риск существенного изменения в системе налогообложения

Значительные изменения в системе налогообложения, увеличение ставок налогов, порядка исчисления и уплаты налогов 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.

8.6. Экологические риски

Планируемый объект не представляет экологической угрозы. Для утилизации бытового мусора планируется заключить договор со специализированной компанией по вывозу мусора.