

**Консалтинговая компания Smart Success Group (SSG)**

**Бизнес-план  
компании «XXXX»**

**Санкт-Петербург**

**XXXX**

## Краткая информация о бизнес-плане

Объем и формат работы

*Количество страниц – 110 страниц*

*Бизнес-план содержит XX таблицы и XX рисунков*

Дата выхода бизнес-плана – март XXXX г.

Способ сбора информации для анализа рынка:

— Кабинетное исследование

Источники информации, используемые в анализе рынка:

— Периодические СМИ:

— Интернет-сайты;

— Официальные источники информации:

— Официальные сайты компаний

— Ранее опубликованные маркетинговые исследования на схожие темы

Цель бизнес-плана:

*Представление информации для получения кредита на развитие компании «XXXX».*

Разработчик маркетингового исследования – *Smart Success Group*

*Smart Success Group (SSG) была основана в Санкт-Петербурге в XXXX году. Компания осуществляет поддержку малого и среднего бизнеса, используя знания и опыт своих сотрудников, помогает бизнесу развиваться и извлекать максимальную прибыль из своей деятельности.*

<http://smart-sg.ru/>

## Оглавление

Список таблиц.....	4
Список иллюстраций.....	8
Резюме .....	10
Инициатор проекта.....	13
Суть проекта.....	15
Оборудование, используемое на производстве .....	17
Целесообразность проекта .....	24
SWOT-анализ .....	25
Анализ положения дел в отрасли.....	28
Обзор рынка гофротары .....	28
Обзор рынка упаковки.....	33
Анализ рынка сырья и сбыта продукции .....	41
Сырьевая база проекта .....	41
Описание конкурентов .....	43
Гофротара на цветочной.....	43
Парус .....	44
Гофрокороб .....	46
Анализ конкурентных сил Портера .....	48
Угроза появления новых игроков.....	48
Рыночная сила потребителей .....	49
Угроза продуктов-заменителей.....	49
Рыночная сила поставщиков .....	49
Анализ уровня конкурентной борьбы на рынке .....	50
Процесс продажи продукции.....	50
Маркетинговый план .....	51
Уровень удовлетворенности клиентов качеством продукции .....	54
Организационный план.....	57
Генеральный директор.....	58
Главный бухгалтер/бухгалтер.....	59
Менеджер по продажам.....	59
Менеджер по закупкам .....	59

Начальник производства .....	60
Станочник .....	61
Технолог .....	61
Техник .....	62
Финансовый план .....	64
Условия и допущения, принятые в расчетах .....	64
Расчет выручки.....	64
Расчет себестоимости продаж .....	68
Прочие операционные расходы.....	71
Налоговое окружение проекта.....	71
Амортизация.....	76
Финансирование .....	77
Прогнозная финансовая отчетность компании-инициатора проекта .....	85
Оценка инвестиционной привлекательности проекта .....	90
Анализ рисков.....	108
Факторы риска проекта .....	108
Анализ чувствительности .....	109
Точка безубыточности.....	110

## Список таблиц

Таблица X. Технические характеристики станка СВР-Х .....	19
Таблица X. Технические характеристики станка рилёвно-резательного .....	22
Таблица X. SWOT-анализ.....	25
Таблица X. Динамика роста цен на картон и макулатуру, р/т без НДС .....	42
Таблица X. Наиболее популярные запросы на рынке гофротары .....	53
Таблица X. Штатное расписание компании .....	57
Таблица X. Список использованных допущений для расчетов .....	64
Таблица X. Помесячный план продаж (ч.Х).....	64
Таблица X. Помесячный план продаж (ч.Х).....	65
Таблица XX. Помесячный план продаж (ч.Х).....	65
Таблица XX. Помесячный план продаж (ч.Х).....	66
Таблица XX. Помесячный план продаж (ч.Х).....	66

Таблица XX. Помесечный план продаж (ч.Х).....	66
Таблица XX. Помесечный план продаж (ч.Х).....	67
Таблица XX. Помесечный план продаж (ч.Х).....	67
Таблица XX. Помесечный план продаж (ч.Х).....	67
Таблица XX. Помесечный план продаж (ч.ХХ).....	68
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	68
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	69
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	69
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	69
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	69
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	70
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	70
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	70
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х).....	70
Таблица XX. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.ХХ).....	70
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч. Х).....	72
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	72
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	73
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	73
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	73
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	74
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	74
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	75
Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х).....	75

Таблица XX. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.XX) .....	76
Таблица XX. Оборудование, используемое на производстве .....	76
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	78
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	79
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	80
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	80
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	81
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	82
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	82
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	83
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X) .....	84
Таблица XX. Помесечный план возврата долга и уплаты процентов (ч.XX) .....	84
Таблица XX. Прогнозный годовой отчет о прибылях и убытках .....	85
Таблица XX. Прогнозный годовой отчет о движении денежных средств .....	87
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	90
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	90
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	91
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	91
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	91
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	91
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	92
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	92
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	92
Таблица XX. Помесечный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X) .....	93

Таблица XX. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч. XX).....	93
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	94
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	94
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	95
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	95
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	95
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	96
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	96
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. X).....	96
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. XX).....	97
Таблица XX. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч. XX).....	97
Таблица XX. Основные показатели инвестиционной привлекательности проекта .....	98
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. X).....	99
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. X).....	99
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. X).....	99
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. X).....	99
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. X).....	99

Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х).....	100
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х).....	100
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х).....	100
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х).....	100
Таблица XX. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.ХХ).....	101
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	101
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	102
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	102
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	103
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	103
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	104
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	104
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	105
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х) .....	106
Таблица XX. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.ХХ) .....	106
Таблица XX. Анализ рисков проекта .....	108

## Список иллюстраций

Рисунок X. Расположение офиса компании "XXXX" .....	17
Рисунок X. Расположение производства компании "XXXX" .....	17
Рисунок X. Станок высекательный ротационный СВР-Х.....	19
Рисунок X. Станок рилёвочно-резательный с просечкой .....	21
Рисунок X. ППП-XX пресс для вторсырья.....	23
Рисунок X.Производство гофропродукции в РФ в XXXX году, млн мХ.....	28
Рисунок X. Выпуск ящиков из гофрокартона и товарного гофрокартона, млн. мХ.....	31
Рисунок X. Доля макулатурных и полуцеллюлозных картонов в общем объеме производства тарных картонов, % .....	35



Рисунок X. Производство картонов для тары, тыс.т.....	41
Рисунок XX. Баланс спроса и предложения на рынке тарных картонов, тыс.т.....	42
Рисунок XX. Результаты анализа чувствительности.....	110

## Резюме

Данный проект инициирован компанией ООО «XXXX». Ниже приведены реквизиты компании-инициатора.

Бизнес-модель компании-инициатора состоит в производстве различных видов гофротары, гофроупаковки, картонной тары из микрогофрокартона, X-х и X-ти-слоистого гофрокартона или из специального материала под конкретные требования заказчика.

У компании уже сейчас есть понятный пул клиентов, которые загружают ее мощности своими заказами. И есть четкое понимание того, что эти клиенты готовы брать большой объем продукции. Это компания, существующая на рынке, имеющая оборот, клиентов, производство, станки и так далее. Станочный парк и производственные площади позволяют увеличить объемы. Таким образом, инвестиции более безопасны, так как осуществляются в уже действующий бизнес, в который вложены личные средства собственника.

Данный бизнес-план разработан с целью получения инвестиций для увеличения оборотного капитала компании с целью выхода на новые масштабы производства. Основное назначение финансирования - закупка сырья.

Компания «XXXX» имеет собственное производство, которое располагается в Ленинградской Области г. Всеволожске. Офис компании располагается в Санкт-Петербурге на улице Якорная.

Целесообразность данного проекта заключается в том, что открытие исследуемого производства позволит достичь сразу двух важных целей:

1. Оказание качественных услуг в сфере производства тары из гофрокартона.
2. Увеличение налоговых отчислений в бюджет Санкт-Петербурга.

Рассматриваемый проект предполагает производство и продажу гофротары. Средняя цена одного изделия составляет XX,XX рублей. На данном этапе объем продаж составляет

XX XXX единиц продукции в месяц. В течение XX-ми месяцев с момента запуска планируется выйти на максимум продаж на уровне XXX XXX единиц продукции в месяц.

Среди основных расходов проекта стоит отметить следующие:

- Себестоимость продаж
- Аренда помещений под офис и под производство
- Заработная плата и социальные отчисления
- Коммунальные расходы
- Маркетинговые расходы
- Транспортные расходы
- Прочие расходы.

Компания-инициатор проекта нуждается в финансировании оборотных средств в течение ближайших X,X лет (XX месяцев). При этом это финансирование будет направлено как на обеспечение текущей деятельности, так и на закупку дополнительного сырья для бесперебойности загрузки мощностей.

Закупка дополнительного сырья составит XX млн. рублей и будет происходить раз в X месяцев, начиная со X-го месяца проекта (т.е. во X-м, X-м, XX-м и XX-м месяцах) – по X XXX XXX рублей за раз. На обеспечение текущей деятельности в ближайшее время компании-инициатору проекта потребуется XX,X млн. рублей.

Таким образом, общий объем необходимого для развития проекта финансирования составляет XX,X млн. рублей. Из них собственные средства будут составлять X,X млн. рублей, а заемные средства – XX млн. рублей.

Для привлечения заемных средств планируется взять кредит на сумму XX млн. рублей на X лет при годовой ставке на уровне XX% годовых (X,XX% в месяц). Получение кредита планируется двумя траншами по XX млн. рублей: в X-м и X-м месяцах проекта. Гаситься кредит будет равными платежами в течение XX месяцев.

Основные показатели инвестиционной привлекательности анализируемого проекта при ставке дисконтирования на уровне XX% в год представлены ниже:

Название	Обозначение	Единица измерения	Значение
Накопленный денежный поток	-	Руб.	XX XXX XXX.XX
Чистая приведенная стоимость	NPV	Руб.	XX XXX XXX.XX
Модифицированная внутренняя норма доходности	IRR	%	XX.XX%
Индекс прибыльности	PI	-	X.XX
Период окупаемости	PP	Месяц	XX
Дисконтированный период окупаемости	DPP	Месяц	XX
Рентабельность продаж	ROS	%	X.XX%

Таким образом, данный проект окупается за X года и имеет положительные показатели инвестиционной привлекательности. Кроме того, проект является финансово устойчивым и расплачивается по своим обязательствам вовремя.

## Инициатор проекта

Данный проект инициирован компанией ООО «XXXX». Ниже приведены реквизиты компании-инициатора.

- Юридический адрес: Россия, XXXXXX, г Санкт-Петербург, ул. XXX, дом X, лит. АН, п.Х.
- Фактический и почтовый адрес: XXXXXX, г. Санкт-Петербург, XXX ул, дом № X, БЦ «Анкор» офис XXX
- ОГРН XXXXXXXXXXXXXXX
- ИНН XXXXXXXXXXX
- КПП XXXXXXXXXXX
- ОКПО XXXXXXXX
- Расчетный Счёт XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX
- Банк получателя ПАО "БАНК "САНКТ-ПЕТЕРБУРГ"
- Кор. Счёт XXXXX XXX X XXXX XXXXXXX
- БИК XXXXXXXX
- Тел (XXX) XXXXXXX
- Генеральный директор XXXX
- Глав бух. XXXX

Компания создана в XXXX г. Данное производство входило в состав компании по производству мебели. В связи с экономической ситуацией в XXXXг. было принято решение об отделении одного бизнеса от другого, вследствие чего и создана компания «XXXX».

Клиентами компании с самого начала были крупные производители мебели, для которых и продавалась упаковочная продукция. На данный момент дополнительно заключены ряд договоров с клиентами которые являются крупными производителями разной продукции, поставляемой в том числе в крупные торговые сети.

У компании уже сейчас есть понятный пул клиентов, которые загружают ее мощности своими заказами. И есть четкое понимание того, что эти клиенты готовы брать большой объем продукции. Это компания, существующая на рынке, имеющая оборот,

клиентов, производство, станки и так далее. Станочный парк и производственные площади позволяют увеличить объемы. Таким образом, инвестиции более безопасны, так как осуществляются в уже действующий бизнес, в который вложены личные средства собственника.

## Суть проекта

Данный бизнес-план разработан с целью получения инвестиций. Инициатором разработки документа стала компания «XXXX», занимающаяся производством гофротары в Санкт-Петербурге. Инвестиции нужны для увеличения оборотного капитала компании с целью выхода на новые масштабы производства.

Бизнес-модель компании-инициатора проста. Она состоит в производстве различных видов гофротары, гофроупаковки, картонной тары из микрогофрокартона, X-х и X-ти-слоистой гофрокартона или из специального материала под конкретные требования заказчика.

Продукция компании делится на следующие виды:

- гофротара различных марок,
- упаковочный материал из гофротары:
  - марки Т-XX (микрогофрокартон),
  - Т-XX-Т-XX (трехслойный гофрокартон)
  - П-XX-П-XX (пяτισлойный гофрокартон).

Все услуги компании можно разделить на следующие типы:

1. Разработка индивидуальной конструкции упаковки

Индивидуальная конструкция разрабатывается с учётом мерок, предоставленных заказчиком, и его пожеланий к качественным характеристикам изделия. Благодаря использованию современного высокоскоростного оборудования и систематизированной системы управления, специалисты компании изготавливают партии упаковочной тары в краткий срок. Высокая компетенция мастеров гарантирует точное соблюдение требований, диктуемых ГОСТ и ТУ. Налаженное производство нестандартной и крупногабаритной упаковки вкупе с высокой производительностью компании – гарантия успешного сотрудничества с данной организацией.

2. Изготовление упаковки из высокопрочного пяτισлойного картона

Пятислойный картон состоит из трёх гладких и двух гофрированных материалов и является одним из наиболее прочных упаковочных средств на современном рынке. Упаковка из пятислойного картона отличается лёгкостью, прочностью, гибкостью, экологичностью, универсальностью, а также доступной ценой. Компания изготавливает упаковку из высокопрочного пятислойного картона, предлагая на выбор такие марки гофрокартона как П-XX, П-XX, П-XX, П-XX, П-XX и П-XX (бур, бел).

### 3. Изготовление упаковки нестандартных размеров для крупногабаритного груза

Картонные коробки из гофрокартона – незаменимое средство для безопасной транспортировки различных товаров, в том числе и крупногабаритных предметов. Упаковка из картона используется как в промышленности, так и в многочисленных коммерческих сферах: продажи, общественное питание и многие другие области. Гофрокартон надёжно защищает товар от пыли, влаги и механических повреждений, вызванных динамическими нагрузками. Благодаря использованию такого качественного, но прочного и лёгкого материала, как гофрокартон компания предоставляет невысокие цены на коробки. Для тяжеловесной продукции компания предлагает упаковку из многослойного картона, способного выдержать вес в XXX кг.

### 4. Нанесение логотипа

Компания предлагает услуги по нанесению логотипа на любой вид упаковочных материалов. К каждому заказу предлагается индивидуальный подход. Наносимый логотип строго отвечает требованиям корпоративного стиля клиента, что поможет в будущем с лёгкостью идентифицировать его товар среди остальных. Использование современных печатных устройств и высокое качество красочных составов обеспечивает презентабельный и красочный вид упаковки, специально разработанной для клиента.

### 5. Разработка и изготовление штампа для производства упаковки

Штамп для производства упаковки – это инструмент, который используется в вырубных прессах для получения готовой продукции из листовой заготовки. Такой штамп поможет создать коробку необходимой формы и размера, поэтому данная технология широко применяется при разработке коробок по индивидуальному заказу. Компания



предлагает профессиональные услуги по разработке и изготовлению штампа для производства высококачественной упаковки. Специалисты компании работают с современными инструментами и приспособлениями, применяемыми в вырубных прессах для получения из листовой заготовки развёртки упаковки, которая впоследствии собирается и используется для транспортировки и хранения товара.

Вся продукция изготавливается из экологически чистой целлюлозы, соответствует стандартам ГОСТ и FEFCO. В феврале XXXXг. компания получила декларацию о соответствии ТС на пищевую и непищевую продукцию сроком на X лет со всеми протоколами испытаний, также разработала техусловия на гофроящики.

Компания «XXXX» имеет собственное производство, которое располагается в Ленинградской Области г. Всеволожске. Офис компании располагается в Санкт-Петербурге на улице Якорная.

Рисунок 1. Расположение офиса компании "XXXX"

Офис компании расположен сравнительно недалеко от центра Санкт-Петербурга. По прямой от выезда на КАД. Но значительно важнее рассмотреть расположение производства компании.

Рисунок 2. Расположение производства компании "XXXX"

Производство компании располагается в Ленинградской области, г. Всеволожск, поселке Лепсари. Данное расположение оправданно с точки зрения затрат. Арендные ставки на промышленные и складские помещения там значительно ниже, чем в Петербурге. При этом, поселок находится в XX километрах от КАД, что облегчает доставку готовых грузов до клиента автомобильным транспортом.

### **Оборудование, используемое на производстве**

В общем виде оборудование компании можно описать следующим образом:

- X большие линии – слоттер и роттер китайского производства для выработки большого количество заказа.
- X станка для релевок и подгонки форматов гофрокартона разной ширины листа
- X слоттер для маленьких форматов.
- Прессовочный станок
- Станок для обмотки стрейч пленки.
- Также имеется собственный погрузчик, пресс формы и т.д.

Рассмотрим оборудование компании более подробно:

1. Станок высекательно ротационный СВР-Х
2. Слоттер автоматический ZXDXXXX
3. Роттер автоматический YKB (II)
4. Устройство резательно-релевочное УРР-XXXX
5. Релевочно-резательный станок с ручной подачей MS-X
6. Пресс валковый ВМ-XXXX XXXX г.
7. Пресс гидравлический пакетировочный ПГП-XX
8. Устройство для удаления облоя (УО-Х)
9. Компрессор CSM XX DX XXXL
10. Компрессор CSM XX DXM XXXL
11. Погрузчик DOOSAN DXXC-X

Рассмотрим некоторые из представленных на производстве станков более подробно.

**Станок высекательный ротационный СВР-Х**

Рисунок 3. Станок высекательный ротационный СВР-Х



Станок предназначен для высечки заготовок любого типа из X-, X-слоистого гофрокартона и микрогофрокартона. Это могут быть четырехклапанные ящики, самоскладные, лотки, поддоны и т.д. Большой формат пропускаемых листов позволяет одновременно высекать до X коробок.

Станок имеет максимально простые и удобные регулировки. Регулировка глубины врезания ножей происходит за счет поворота эксцентриковых корпусов. Механизм регулировки тянущих резиновых валов имеет безлюфтовую кинематическую схему настройки на толщину листа. Бандажный вал имеет автоматическое боковое перемещение (осевое) на XX мм с шагом X,X-X.X мм на один оборот для исключения попадания радиальных ножей в одно и то же место бандажного вала при высечке. Автоматическая система подачи листов производится вакуумными роликами, что позволяет без брака пропускать листы даже с большой степенью корабления.

Технические характеристики:

Таблица 1. Технические характеристики станка СВР-Х

Наименование параметра	Значение
------------------------	----------

Размеры заготовки, мм  ширина  длина	  XXX..XXXX  XXX..XXXX
Размеры поля штанцевания, мм  ширина  длина	  до XXXX  до XXXX
Максимальная производительность, листов/мин	XX
Толщина заготовки, мм	X,X..X,X
Точность начала штанцевания, мм	±X (зависит от качества картона)
Поперечное перемещение бандажного вала, мм	XX
Потребляемая мощность, кВт, не более	X,XX
Масса станка, кг	XXXX
Обслуживающий персонал, чел.	X
Габариты, мм  длина  ширина  высота	  XXXX  XXXX  XXXX

**Станок рилёвочно-резательный с просечкой**

Рисунок 4. Станок рилёвочно-резательный с просечкой



Станок рилёвочно-резательный предназначен для продольного и поперечного разрезания и рилевания листов трех-, пятислойного гофрокартона типа Т или П по ГОСТ XXXX-XX, а также склеенного картона марок КС-Х, КС-Х по ГОСТ XXXX-XX.

Устройство станка. Станок состоит из сварной рамы, на которой смонтированы: подающий вал, рилевочный вал (Х рилёвочных дисков), резательный вал (Х резательных ножа), пусковая аппаратура. Привод станка осуществляется асинхронным электродвигателем. Рилевка картона выполняется по типу выступ-канавка. Станок комплектуется рилевочными муфтами для рилевки трехслойного и пятислойного гофрокартона, резательными ножами для резки. Регулировка зазора между валами осуществляется при помощи подкладок (в комплекте). Станок комплектуется подающим столом с ограничительным механизмом для просечки гофрокартона, валами с дисками для просечки. Механизм представляет собой раму с установленным на ней вырубщиком пазов. Процесс вырубki происходит ручным методом, посредством нажатия на ручку. Ручка двигает нож, который входит в паз, расположенный на основании, вырубая в заготовке, установленной между ножом и основанием, паз.

Технические характеристики станка

Таблица 2. Технические характеристики станка рилёвно-резательного

Наименование параметра	Значение
Рабочая скорость станка, м/мин	XX
Ширина заготовок, мм. (макс.)	XXXX
Подача листов картона в станок	ручная
Габаритные размеры станка, мм, длина х ширина х высота	XXXX*XXXX*XXXX
Масса станка, кг	XXX
Напряжение, В	XXX
Установленная мощность, кВт, не более	X,X (XXXX обор./мин.)
Обслуживающий персонал, чел.	X-X

**ПП-XX пресс для вторсырья**

- Усилие прессования (тонн) - XX
- Размеры кипы (мм., ш/д/в) - XXX х XXX х XXX
- Вес кипы (картон),max\кг - XXX-XXX
- Размер окна загрузки, мм Ш\В -XXXхXXX
- Габариты пресса, ШГ\В, мм - XXXX х XXX х XXXX
- Объем пресса, мX - X,XX
- Масса пресса, кг - XXX
- Электро питание - XXXВ , X кВт

Рисунок 5. ПГП-XX пресс для вторсырья



ПГП -XX - это высокопроизводительный пресс, предназначенный для прессования вторсырья. Давление на давящую плиту составляет XX тонн, а вес кипы достигает XXX кг. Время рабочего цикла составляет XX секунд, сам пресс весит XXX кг.

Пресс ПГП-XX для вторсырья является универсальным и при наличии специального дооснащения, может применяться в пунктах приема и утилизации лома черных и цветных металлов. Большое усилие на давящую плиту позволяет прессу ПГП-XX прессовать кипы из лома цветных металлов, тонкостенного лома черных металлов, бочек, фляг, банок, металлической стружки, отходов токарного производства.

Технические усовершенствования, отличия от других марок:

1. Используются пластиковые графитонаполненные и полиуретановые уплотнители с повышенной износостойкостью, которые исключают трения металла о металл и улучшают герметизацию масла в цилиндре, что препятствует его протеканию.

2. Гидростанция выполнена на основе масляных насосов НШ, но т.к. эти насосы не имеют подшипников и чтобы продлить срок службы и снять нагрузку с насоса, гидростанция оснащена отдельной конструкцией с подшипниками.
3. Станция имеет X фильтра - грубой и тонкой очистки, что дает возможность продлить срок службы гидрораспределителя на XX%.
4. Расчетная нагрузка конструкции пресса в X раза выше применяемой (то есть пресс ППП XX выдержит нагрузку в XX т.)
5. Пресс оснащен усиленным замком.
6. Пресс загрунтован и окрашен в X слоя алкидными красками, что предотвращает коррозию металла.
7. Все опасные движущиеся элементы пресса обозначены по единой системе безопасности (окрашены в желтый цвет), что предотвращает несчастные случаи. Установлены конечные выключатели, чтобы пресс нельзя было эксплуатировать с открытыми дверями.
8. В конструкции пресса предусмотрены пазы или направляющие для увязки кипы, на ППП XX их X (X на поддоне и X на плите). Для увязки используется проволока или прочная синтетическая лента.
9. Для удобного извлечения кипы из пресса используется выкидная цепь, для нее предусмотрены прорезы в нижней плите пресса. До прессования цепь укладывается в прорезы, чтобы она не мешала закрытию двери и увязке кипы. После увязки нужно зацепить цепь за крючок на плите и поднять плиту до упора вверх, удалить готовую кипу из рабочей камеры.

### **Целесообразность проекта**

Целесообразность данного проекта заключается в том, что открытие исследуемого производства позволит достичь сразу двух важных целей:

1. Оказание качественных услуг в сфере производства тары из гофрокартона.
2. Увеличение налоговых отчислений в бюджет Санкт-Петербурга.

Таким образом, исследуемая компания станет уникальной компанией, которая позволит компаниям Санкт-Петербурга получать необходимые изделия из гофрокартона по доступным ценам.



Для инвесторов участие в данном проекте интересно в первую очередь с финансовой точки зрения. Ниже в тексте данного бизнес-плана будут приведены все обоснования, но вкратце можно утверждать, что имеющаяся у инициаторов проекта технология, большая степень проработанности и подготовленности проекта, представленные расчеты – все это указывает на то, инвестиции надежны и принесут хорошую прибыль, что в текущих экономических условиях очень важно для любого инвестора.

## SWOT-анализ

Таблица 3. SWOT-анализ

<p><b>Сильные стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Опыт производственной деятельности</li> <li>2. Качественное оборудование</li> <li>3. Широкий ассортимент выпускаемой продукции</li> <li>4. Гибкость построения производства</li> <li>5. Наличие договоренностей с заказчиками</li> </ol>	<p><b>Слабые стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возраст предприятия</li> <li>2. Стандартная номенклатура</li> <li>3. Отсутствие внятной концепции продвижения</li> </ol>
<p><b>Возможности</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рост уровня востребованности продукции на рынке</li> <li>2. Рост количества промышленной продукции, выпускаемой в России</li> <li>3. Развитие региональных рынков</li> </ol>	<p><b>Угрозы</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Высокая конкуренция на рынке</li> <li>2. Рост стоимости материалов</li> <li>3. Рыночная сила конкурентов</li> </ol>

### Сильные стороны:

1. Опыт производственной деятельности – данная компания не является новичком на рынке и прекрасно представляет себе все подводные камни организации производственного процесса, что позволит избежать большого количества ошибок при дальнейшей работе.

2. Качественное оборудование – залог стабильной и успешной работы. Наличие качественного оборудования гарантирует не только качество выпускаемой продукции, но и долгую работу станков без дорогостоящего ремонта.

3. Широкий ассортимент выпускаемой продукции – компания не специализируется на каком-то одном конкретном виде изделий, а выпускает любое изделие

по требованию заказчика, что позволяет ей играть на широком рынке с большим количеством потенциальных потребителей.

4. Гибкость построения производства – отличительная особенность компании в том, что производство будет построено максимально гибко, чтобы оперативно реагировать на запросы клиентов и максимально полно удовлетворять их потребности. А согласно теории маркетинга – именно в этом и заключается главный секрет успеха любого бизнеса.

5. Наличие договоренностей с заказчиками – компания уже имеет письма о готовности сотрудничать со стороны ряда потребителей, что говорит о ее востребованности и заметно снижает риски на старте проекта.

#### **Слабые стороны:**

1. Возраст предприятия – негативный момент на производственном рынке, многие участники которого находятся на нем уже не один десяток лет. Молодой компании значительно сложнее завоевать доверие потребителя.

2. Стандартная номенклатура – в прайсе компании нет каких-либо моделей, которые могли бы стать локомотивом всего бизнеса. Именно такую продукцию предлагают потребителям любые другие производства.

3. Отсутствие внятной концепции продвижения – на данном рынке большое количество игроков. При отсутствии качественного маркетинга и продуманного позиционирования легко затеряться среди похожих предложений.

#### **Возможности:**

1. Рост уровня востребованности продукции на рынке. Компания в состоянии производить фактически любые изделия из гофрокартона, можно прогнозировать увеличение уровня востребованности данных изделий со стороны рынка.

2. Рост количества промышленной продукции, выпускаемой в России. Различного рода санкции, непростые отношения России со странами Запада накладывают свой отпечаток на экономику страны. Это сказывается на рынке промышленной продукции, которая все больше производится в России. Это приводит к росту рынка упаковки, который должен удовлетворять растущий спрос.

3. Развитие региональных рынков – расположенные в транспортной доступности Псков и Великий Новгород находятся на волне экономического подъема, что

говорит о том, что эти рынки потенциально могут приносить большую прибыль рассматриваемой компании.

### **Угрозы**

1. Высокая конкуренция на рынке – рынок упаковки характеризуется высочайшей конкуренцией. На этом рынке важно всегда быть лучше конкурента, чтобы быть востребованным.

2. Рост стоимости материалов – данный рост приведет к росту себестоимости продукции и, как следствие, к росту цены ее продажи, что негативно отразится на финансовой составляющей всего бизнеса.

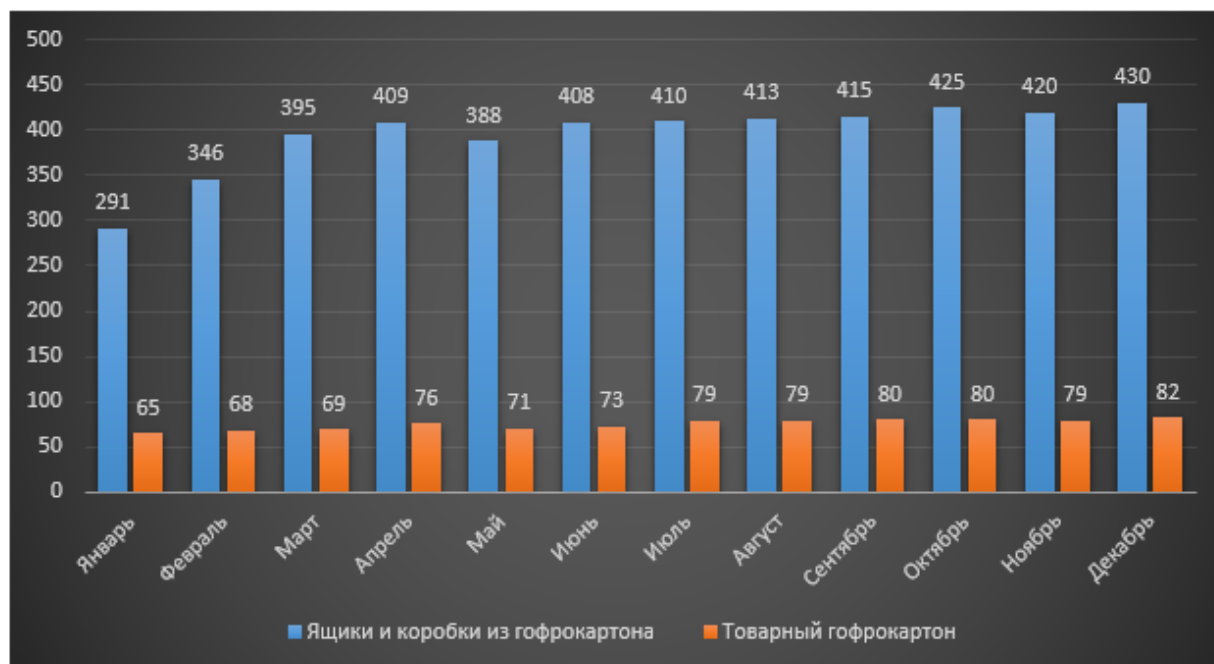
3. Рыночная сила конкурентов. Как уже было сказано выше, компания-инициатор проекта является относительно новым игроком в данном сегменте рынка. Рыночная сила компаний, которые уже давно представлены на российском рынке, очевидно выше. Данный факт может осложнить переговоры компании-инициатора с некоторыми крупными заказчиками, которые могут быть связаны контрактами с подобными игроками. Тем не менее, наличие существенных конкурентных преимуществ продукта должно помочь преодолеть эти потенциальные сложности.

## Анализ положения дел в отрасли Обзор рынка гофротары

Российский рынок гофротары по итогам XXXX г. демонстрирует неплохой рост на X,X%<sup>1</sup>, и рост этот наблюдается как в производстве гофрокартона, так и в производстве гофрокоробов. Об этом на совместном заседании Национальной конфедерации упаковщиков и Подкомитета ТПП РФ по развитию упаковочной индустрии, прошедшем XX апреля XXXX г. в Москве, рассказал Юрий Алпеев, директор по развитию ГП «ГОТЭК», член экспертного совета НКПак.

По данным Росстата, в XXXX г. объём производства гофротары (коробов и ящиков) в России составил X XXX млн мХ, что на XXX млн мХ больше, чем в предыдущем году, а производство товарного гофрокартона составило X XXX млн мХ, что на X млн мХ (X,X%), больше, чем в XXXX г.

Рисунок 6. Производство гофропродукции в РФ в XXXX году, млн мХ



<sup>1</sup> <https://article.unipack.ru/XXXXX/>

Согласно данным Росстата, лидерами роста в Центральном ФО в XXXX году стали Московская (+XX млн мХ), Липецкая (+XX,Х млн мХ), Белгородская (+XX,Х млн мХ), Тверская (+XX,Х млн мХ), Ярославская (+Х,Х млн мХ) области. Снижение объемов производства показали Курская, Смоленская и Тульская области. В Приволжском ФО лидерство закрепилось за Республикой Башкортостан (+XX%), Республикой Татарстан (+XX%) и Нижегородской областью (+XX%); снизились показатели Республики Марий-Эл, Пермского края и Саратовской области. Всего по федеральному округу прирост составил Х%. В Северо-Западном ФО лидерами роста стали Вологодская (+XX%) и Ленинградская (+Х%) области, а более всего производство снизилось в Калининградской (-XX%) и Архангельской (-XX%) областях. В Южном ФО наибольший прирост показала Астраханская область (+Х%), а наибольшее падение – Волгоградская область (-XX%). В целом, СЗФО увеличил производство на Х%, ЮФО снизил на Х%.

Что касается цен на ящики и коробки из картона и гофрокартона, в течение XXXX г., по сравнению с данными на декабрь XXXX г., они выросли на Х%, достигнув в среднем по России XX,XX руб./мХ без учёта НДС. В среднем за год цены повысились на XX,Х% до XX,XX руб./мХ по сравнению с XX,XX руб./мХ в XXXX г. В течение XXXX-XXXX гг. ввод в эксплуатацию и загрузка мощностей интегрированными макулатурными производителями создали ценовое давление на рынок готовой продукции. Одновременно росли цены на сырьё, что способствовало снижению показателей рентабельности предприятий. В XXXX-XXXX гг. цены на гофропродукцию выросли, но, несмотря на их рост, многие участники рынка считают размер маржи ниже комфортного, такого, который позволил бы думать о дальнейшем развитии.

За два месяца с начала XXXX года объём выпуска гофроящиков увеличился на XX млн мХ (Х,Х%), а производство товарного гофрокартона – на Х млн мХ (Х,Х%). По прогнозу, объём выпуска гофропродукции в XXXX г. составит от Х XXX до Х XXX млн мХ, что на XX-XXX млн мХ (Х,Х%- Х,Х%) больше, чем в XXXX г. При этом выпуск гофроящиков увеличится на Х,Х% -Х,Х%, а производство товарного гофрокартона по базовому сценарию – до XXX млн м<sup>Х</sup> (на Х,Х%), а по оптимистическому сценарию – увеличится до Х XXX млн мХ (на Х,Х%).

В целом загрузка мощностей увеличилась по сравнению с XXXX-XXXX гг. На Х млрд м<sup>Х</sup> прироста рынка в ближайшие годы ожидается рост мощностей на Х млрд м<sup>Х</sup>. Такой

опережающий рост производственных мощностей приводит к снижению их загрузки и одновременному росту конкуренции. Даже при реализации оптимистического сценария, когда рынок будет расти на X,X млрд. м<sup>X</sup>, загрузка к XXXX г. снизится до XX%. А избыток мощностей приведёт к изменению приоритетов ведущих участников рынка со строительства новых мощностей к поглощению существующих.

Как известно, гофропроизводство является основным потребителем продукции переработки макулатуры – макулатурных тарных картонов. В период с XXXX по XXXX г. объём гофропроизводства в России увеличился в X раза. При этом доля макулатурных картонов в производстве выросла с XX% до XX%, но текущий уровень сбора макулатуры не обеспечивает потребностей отечественных переработчиков. А между тем, макулатура – природный биоразлагаемый материал, который не приносит вреда окружающей среде и может перерабатываться до XX раз.

Принцип расширенной ответственности производителей (РОП) в области управления отходами становится и российской практикой. В соответствии с этим принципом производитель обязан вернуть часть упаковки в экономический оборот. Производитель может реализовать принцип РОП, самостоятельно утилизируя определённую часть упаковки или уплатив соответствующий экологический сбор. Речь идёт о производителях и импортёрах товаров, подлежащих утилизации после утраты ими потребительских свойств. Ставка экологического сбора формируется на основе средних сумм затрат на сбор, транспортировку, обработку и утилизацию. При полноценном запуске механизмов закона XXX-ФЗ предприятия отрасли могут получить дополнительные средства на развитие системы заготовки макулатуры. Правда, конкретные нормативы требуют ещё доработки.

В XXXX году производителями упаковки из гофрированного картона было выпущено X,XX миллиардов квадратных метров гофрокартона<sup>2</sup>. Это на X% выше аналогичных показателей за XXXX год. Производство гофроящиков выросло на X,X%. На их изготовление в XXXX году было потрачено свыше X,XX миллиарда квадратных метров

---

<sup>2</sup> <https://www.utupack.ru/other/gofronews/rynok-gofroupakovki-v-XXXX-godu/>

картона. Рынок гофроупаковки растет, и на это влияют различные, причем иногда противоположные, факторы.

С одной стороны, важными негативными факторами, тормозящими рост всей экономики России, и гофрондустрии в частности, являются сокращение реальных доходов населения, сохранение экономических санкций в отношении России и неблагоприятные геополитические тенденции.

С другой стороны, наложенные санкции и снижение курса рубля дали толчок к росту отраслей экономики, попавших под программу импортозамещения. Низкий курс рубля уменьшил валютную себестоимость продукции, и поспособствовал увеличению экспорта некоторых категорий продукции. В частности, рост экспорта показали производители пищевой продукции, например, кондитерских изделий. Непищевые отрасли промышленности в прошлом году начали восстанавливать объемы производимой продукции после спада в XXXX году. В целом потребление продуктов российского производства увеличивается. Так, табачная продукция и напитки выросли на XXX%, бытовая техника – на XXX%, парфюмерия и косметика – на XXX%, гигиенические средства – на XXX%.

Рисунок 7. Выпуск ящиков из гофрокартона и товарного гофрокартона, млн. мХ



Рост потребления гофроупаковки промышленными предприятиями позволил увеличить уровень загрузки производственных мощностей на гофропредприятиях. На многих производствах к концу X квартала загрузка агрегатов была на уровне XX%.

По сведениям Росстата, в XXXX году средняя цена на гофроящики составляла XX,Х руб/мХ. Стоимость изделий выросла на ХХ% по сравнению с XXXX годом. При этом показатели доходов производителей гофроупаковки не увеличился. Рост прибыли сдерживается повышением себестоимости продукции и издержек производства.

К факторам роста рынка можно отнести:

- Изменение потребительских предпочтений
- Маркетинговое позиционирование (становится популярной экологичная упаковка из натуральных материалов)
- Активизация импортозамещения
- Увеличение объемов экспорта в ряде отраслей, чему способствовал низкий курс рубля
- Эффект низкой базы в непищевых отраслях

Основными движущими отраслями этого роста будут предприятия перерабатывающей отрасли. Вместе с ростом производства промышленных и пищевых товаров, будет расти спрос на упаковку из гофрокартона. По оценке экспертов, валовый объем производства тарных картонов и гофроящиков достигнет Х млрд мХ. Это почти на Х% превысит показатели прошлого года.

До конца XXXX года прирост объемов выпуска гофропродукции, прогнозируемый экспертами рынка, в целом может составить Х,Х%- Х,Х%<sup>3</sup>, что в переводе на «квадраты» варьируется в диапазоне ХХ-ХХХ млн мХ, а весь объем может быть равен от Х ХХХ до Х ХХХ млн мХ.

Из описанного выше можно сделать вывод о том, что рынок гофроупаковки один из немногих рынков в России, который показывает уверенный и стабильный рост. Причем как рост оборота и производства, так и рост мощностей. Последнее можно отнести скорее к негативному фактору, однако в целом ситуацию на рынке можно назвать положительной и рынок интересен для развития на нем.

---

<sup>3</sup> [https://www.gofroprodpak.ru/rinok\\_gofrokartona\\_itogi\\_XXXX\\_i\\_perspektivi\\_v\\_XXXX/](https://www.gofroprodpak.ru/rinok_gofrokartona_itogi_XXXX_i_perspektivi_v_XXXX/)



Однако для более объективной картины необходимо рассмотреть ситуацию на рынке упаковки в целом, так как именно этот рынок оказывает основное влияние на рынок гофротары.

## **Обзор рынка упаковки**

Согласно одному из предлагаемых определений, упаковка – это предметы, материалы и устройства, используемые для обеспечения сохранности товаров и сырья во время их хранения, перемещения, использования.

Функции упаковки заключаются в следующем:

- Сохранение свойств товаров после их производства
- Придание компактности и удобства при транспортировке
- Реклама товара и информирование потребителя о свойствах продукта, его составе, сроке годности и так далее

Для изготовления упаковки, в зависимости от ее назначения, может использоваться практически любой материал: дерево, металл, пластик, бумага, картон, стекло. Однако, наибольшей популярностью в современной торговле пользуется упаковка из картона и полимерных материалов (пластиков). Именно рынки этих видов упаковки являются важнейшими для отрасли в целом. В данном документе речь будет идти в первую очередь о сегментах гофрокартонной и гибкой (пластиковой) упаковки.

В связи с постоянным увлечением розничного товарооборота в мире растет и рынок упаковки. По итогам XXXX года всего в мире было потреблено примерно XXX млн тонн тарной продукции, в то время как в XXXX году объем потребления составлял XXX млн тонн. Крупнейшим потребителем является Китай, объем рынка упаковки которого в XXXX году составил XX млн тонн; объем рынка России в том же году оценивался в X,X млн тонн. К XXXX году прогнозируется увеличение объемов рынка на XX%<sup>4</sup>.

---

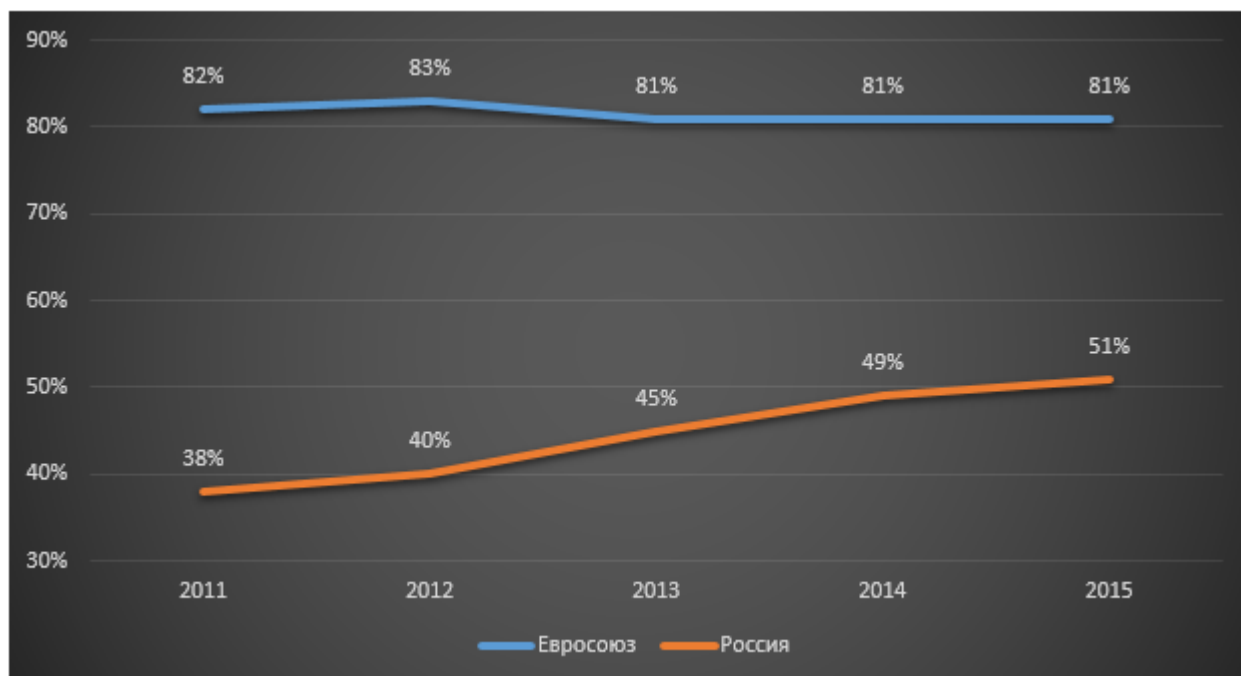
<sup>4</sup> <https://www.openbusiness.ru/biz/business/obzor-rynka-upakovki/>

На рынок упаковки, как практически и на все другие отрасли экономики России, в течение последних лет оказывает существенное влияние сложная экономическая и геополитическая ситуация. Негативная политическая обстановка на международной арене, влияние западных санкций в XXXX-XXXX гг. привели к ослаблению рубля и сокращению многих секторов народного хозяйства. Однако, к концу XXXX года ситуация стала в некоторой степени стабилизироваться, был отмечен рост цен на нефть, что привело к некоторому укреплению рубля. Тем не менее, реальные располагаемые доходы населения продолжают сокращаться, россияне переходят к сберегающей модели поведения (которая будет работать еще длительное время после восстановления экономики), снижается розничный товароборот, что напрямую влияет и на снижение спроса на упаковочные материалы. При этом укрепление рубля помогло стабилизировать экспортные цены, а также обеспечить некоторый прирост спроса на упаковку. Негативное влияние на отрасль оказывают высокие процентные ставки по кредитам, сокращение объемов кредитования, рост издержек и снижение рентабельности производителей упаковки.

При сокращении объемов розничной торговли в денежном выражении (-X,X% в XXXX году), реальное потребление в некоторых секторах все же росло. Так, например, увеличилось потребление: напитков и табака на X,X%, фармацевтической продукции на X,X%, моющих, парфюмерных и косметических средств на X,X%, санитарно-гигиенических изделий на XX,X%, бытовой техники на X,X%.

Общий объем производства тарных картонов в России в XXXX году оценивается на уровне X XXX тыс. тонн целлюлозного картона (рост по сравнению с прошлым годом – X,X%) и X XXX тыс. тонн макулатурного картона (XX,X% рост к прошлому году). При этом объем экспорта оценивается в XX% от общего производства целлюлозного картона и менее X% макулатурного.

Рисунок 8. Доля макулатурных и полуцеллюлозных картонов в общем объеме производства тарных картонов, %



Баланс рынков целлюлозного и макулатурного тарных картонов в России по итогам года составил соответственно XX и XX тыс. тонн. Несмотря на годовой профицит баланса, во втором полугодии наблюдалась существенная нехватка предложения по причине сезонного повышения спроса и общего роста рынка упаковки.

В первом полугодии XXXX года был отмечен опережающий темп снижения издержек по сравнению с общей динамикой цен, за счет чего производители макулатурного тарного картона смогли в некоторой степени увеличить свою доходность. Во втором полугодии, однако, из-за роста цен на макулатуру и химикаты доходность снизилась.

По итогам XXXX года рынки гофропродукции, тарных картонов, макулатуры оцениваются как сбалансированные. Тенденции развития рынка оцениваются производителями и экспертами рынка как положительные. Однако, ценовое расслоение создает более выгодные условия работы для интегрированных производителей.

Согласно прогнозам экспертов на XXXX год, следует ожидать:

- Прирост ВВП на X,X%, прирост промышленности – X,X%
- Частичное восстановление покупательной способности населения и платежеспособного спроса вследствие роста заработных плат (+X,X%) и реальных располагаемых доходов населения (+X,X%)
- Повышение оборота розничной торговли на X,X%

Все эти факторы, согласно ожиданиям, окажут положительное влияние на динамику спроса. На XXXX год намечен ряд проектов по строительству и модернизации производственных мощностей крупных игроков рынка, что может привести к понижению загрузки производств, усилению конкуренции, что создаст вероятность дальнейшего понижения доходности производителей. Предпосылками для построения такого прогноза являются:

- Сложившаяся динамика потребительского рынка в XXXX году
- Изменение структуры потребления домашних хозяйств
- Дальнейшее наращивание импортозамещения
- Наращивание объемов экспорта отраслями – потребителями упаковки

По прогнозам, совокупный объем производства тарных картонов в России в XXXX году составит X XXX тыс. тонн, что на X,X% больше, чем в XXXX году. Производство целлюлозного сырья вырастет на X,X% до X XXX тыс. тонн, макулатурного – на X,X% до XXX тыс. тонн.

В связи с падением платежеспособности населения, и предприятий-потребителей упаковки, ожидается рост спроса на более доступную по цене макулатурную продукцию. Если в XXXX году доля макулатурной гофротары в общей структуре рынка составляла XX%, то по итогам XXXX года ожидается ее увеличение до XX%.

Тенденции на XXXX год можно кратко представить следующим образом:

- Рынок гофропродукции и смежные с ним рынки входят в XXXX год в сбалансированном состоянии
- Неясным остается формат ценообразования; рост цен может быть непредсказуемым

- Прогнозируется ввод в эксплуатацию новых производственных мощностей, что приведет к общему снижению загрузки производств и ужесточению конкуренции
- Ценовая борьба интегрированных и неинтегрированных игроков приведет к снижению доходности всех игроков рынка
- При этом, для обеспечения инвестиционной привлекательности отрасли необходимо повышение доходности бизнеса в данной сфере.

Рынок гибкой упаковки в России в XXXX году продолжил свое развитие. Несмотря на сообщения некоторых игроков о снижении объемов спроса по сравнению с XXXX годом, отмечается общий рост рынка на XX% в первом квартале XXXX года, и X-X% во втором квартале. Применение полимерных упаковочных материалов в пищевой промышленности развивается крайне высокими темпами. По данным экспертов, до XX% спроса на гибкую упаковку приходится именно со стороны пищевой промышленности.

Объем мирового рынка пластиковой пищевой тары из жестких пластиков прогнозируется на XXXX год на уровне X,X млрд долларов. Прогнозируемый объем рынка гибкой упаковки к XXXX году – XXX млрд долларов.

Последние годы отмечены появлением ряда инновационных решений, как, например, пластиковые консервные банки. В ближайшее время ожидается значительное перераспределение мирового рынка в сторону именно данного вида упаковки. Одним из преимуществ такой упаковки является ее полная совместимость с традиционным оборудованием для консервирования и не требует дополнительных затрат по перепрофилированию работающих производств.

Еще одна тенденция на мировом рынке гибкой упаковки – так называемая «умная» упаковка, то есть снабженная средствами для получения потребителем дополнительной информации о продукте. Самый простой вариант – это QR-код. Другой разновидностью «умной» упаковки являются RFID-метки, с помощью которых можно организовать взаимодействия кухонной техники и продуктов питания (отслеживание срока годности, наличия необходимых продуктов на кухне и так далее).

В течение многих лет рынок упаковки в целом и, в частности, гибкой упаковки, демонстрировал жесткую конкуренцию и существенное превышение предложения над

спросом. Тем не менее, в XXXX году ситуация, с точки зрения загрузки производственных мощностей и доходности, была наилучшей за последние годы.

По словам экспертов, с XXXX года рынок упаковки (наряду с пищевой и оборонной промышленностью) демонстрировал уверенный рост. Причинами этому являются различные программы импортозамещения, ослабления рубля и рост объемов экспорта.

Импортозамещение стало также очень важным фактором, положительно повлиявшим на развитие рынка упаковки. В розничной торговле увеличивается доля отечественных производителей, что ведет к дальнейшему росту спроса на упаковку. Впрочем, расширение производств во всех секторах экономики – это длительный процесс, поэтому в ближайшей перспективе импортозамещение приведет к незначительному росту спроса.

Девальвация рубля сделала более выгодным для крупных производителей пищевой продукции локализацию производств упаковки на территории России. Таким образом поступили несколько крупнейших международных компаний. Однако, с локализацией связан и ряд сложностей. В частности, российские типографии не всегда готовы к большим объемам и требуемому уровню качества.

Таким образом из сказанного выше также можно сделать вывод о том, что рынок упаковки в целом растет на волне контрсанкций и роста отечественного производства.

Важно понять, какова текущая ситуация конкретно на рынке Санкт-Петербурга. Ее краткое описание приведено ниже.

Производители гофрокартона в этом году вложат в модернизацию производств около X млрд рублей. Они расширяют производства в ответ на рост спроса на упаковку<sup>5</sup>.

Компания "Смерфит Каппа Санкт–Петербург" в этом году запустила в Коммунаре новую линию для производства микрогофрокартона. У компании в Ленобласти действует два завода — во Всеволожске и в Коммунаре. До недавнего времени микрогофрокартон производился только во Всеволожске. Сейчас же эта продукция будет выпускаться на двух

---

<sup>5</sup> [https://www.dp.ru/a/XXXX/XX/XX/Gofrokarton\\_speshit\\_za\\_upa](https://www.dp.ru/a/XXXX/XX/XX/Gofrokarton_speshit_za_upa)

площадках в Ленобласти. Микрогофрокартон позволяет производить упаковку с более сложным, чем с использованием обычного гофрокартона, дизайном, пояснили в компании. По оценкам экспертов, инвестиции могли составить XXX млн рублей.

Компания "Рэмос–Альфа" установит новое оборудование для производства пятислойного гофрокартона. За счет модернизации объем выпуска вырастет со XXX млн почти до XXX млн мХ продукции в год. А "Готэк Северо–Запад" летом этого года запустит оборудование для производства изделий с многоцветной печатью за XXX млн рублей. Другие крупные производители гофроупаковки в СЗФО — это группа "Илим" и Архангельский ЦБК. Все предприятия региона выпускают X,X млрд мХ этой продукции в год.

Производство гофроупаковки — один из немногих секторов целлюлозно–бумажной промышленности, который не ориентирован на экспорт (этот продукт дорого возить на расстояния более XXX км) и при этом успешно развивается.

В прошлом году рост производства гофротары составил X%, в следующем году он достигнет X–X%. По оценкам группы "Илим", объем рынка гофротары составляет X млрд. мХ в год, импорта практически нет. Потребление гофрокартона растет на X–X% в год в соответствии с ростом обрабатывающих производств. Основные потребители гофрокартона — это предприятия пищепрома (XX%), агропрома (XX%), другие обрабатывающие производства, ритейлеры и фармацевты. Очевидно, что темпы роста производства гофрокартона превышают рост его потребления. Эта тенденция усилится за счет ввода новых мощностей не только в СЗФО, но и в других регионах. В ближайшие годы на рынке возникнет избыток гофроупаковки, что приведет к падению цен на продукцию, снижению рентабельности и уходу небольших игроков, считает глава Национальной конфедерации упаковщиков Александр Бойко.

Средняя рентабельность в отрасли составляет X–X%, конкуренция на рынке велика. Компании сдерживают рост цен на свою продукцию, чтобы сохранить клиентов.

В выигрышном положении находятся холдинги, у которых есть собственное производство картона–основы. Это группа "Илим", "Монди", Архангельский ЦБК. При этом клиенты становятся более требовательными, запрашивая упаковку повышенной

влагонепроницаемости, нестандартных размеров, со сложным дизайном, отмечают в агрохолдинге "Красноозерное" (производство молочных продуктов).

Производителям сейчас стоит инвестировать не в увеличение мощностей, а в расширение ассортимента, повышение потребительских характеристик продукции, чтобы удержаться на рынке.

В качестве вывода из приведенного анализа рынка нужно отметить следующее:

- Рынок находится на стадии роста
- На рынке большое количество мелких и крупных игроков
- Рынок имеет низкую маржинальность
- Рынок ориентирован на внутреннего потребителя
- Период роста рынка скоро закончится
- На рынке есть спрос в достаточном количестве
- Рынок сырья также развивается

Самым главным выводом из анализа рынка должен стать тот факт, что именно сейчас правильный момент увеличения оборотных средств, так как если компания так и останется небольшим локальным игроком, то выдерживать конкуренцию ей будет все труднее.



## Анализ рынка сырья и сбыта продукции Сырьевая база проекта

Эксперты рынка картона заявляют о серьезном росте себестоимости продукции. Для анализа рынка с этой точки зрения важно рассмотреть ситуацию на рынке сырья, то есть картона и макулатуры.

Больше всех на рост себестоимости продукции повлияло существенное подорожание сырья – тарного картона.

Рисунок 9. Производство картонов для тары, тыс.т.



Рост производства гофроупаковки вызвал повышенный спрос на тарные картоны. Выпуск этого материала в XXXX году увеличился на X% по сравнению с прошлым периодом и достиг X,X млн. тонн. В количественном отношении выработка картона увеличилась на XXX XXX тонн. Причем больше всего выросла выработка макулатурного картона – на XXX XXX тонн (на XX%). Общий объем выпуска тарной макулатуры составил X,XX млн. тонн. Производство картона из целлюлозы выросло на X,X% до X,XX млн. тонн. В количественном соотношении производство тарной целлюлозы выросло на XX XXX т.

Российские производители целлюлозных картонов стали больше ориентироваться на экспорт. Более XX% (XXX XXX т.) произведенной в нашей стране целлюлозы было вывезено за рубеж. Для сравнения, тарной макулатуры было вывезено из страны всего XX XXX т. В XXXX году в было ввезено XX XXX т. макулатурных картонов и XX XXX т. целлюлозы.

Рисунок 10. Баланс спроса и предложения на рынке тарных картонов, тыс.т.



В XXXX году предложение на тарные картоны на внутреннем рынке превысило спрос на него. В общей сложности было поставлено X,X млн. т. продукции, а потребности рынка составили X,XX млн. т. Производители гофротары воспользовались избытком сырья и увеличили запасы сырья на своих складах впрок.

В среднем цены на тарные картоны увеличились на X-XX%, однако больше всего подорожал беленый картон – на XX%.

Таблица 4. Динамика роста цен на картон и макулатуру, р/т без НДС

Продукция	Цена в XXXX году	Цена в XXXX году	Динамика цен в %
Целлюлозный флютинг	XXXXXX	XXXXXX	+X,X%
Крафтлайнер	XXXXXX	XXXXXX	+X,X%
Макулатурный флютинг	XXXXXX	XXXXXX	+X,X%
Тестлайнер	XXXXXX	XXXXXX	+XX,X%
Макулатура МС-Х	XXXXX	XXXXX	-XX,X%
Белёный топ-лайнер	XXXXXX	XXXXXX	+XX,X%

Первое полугодие XXXX года ознаменовалось понижением цен на макулатуру. Понижение цен было обусловлено запретом на экспорт макулатуры. Во втором полугодии ценовой тренд изменился в сторону удорожания. Удорожание было обусловлено возобновлением экспорта, отменой НДС и уменьшением сбора макулатуры. Уже к завершению первого квартала XXXX года цена на макулатуру МС-ХБ подскочила с XXXX до XXXXX рублей за тонну.

## **Описание конкурентов**

Оценить количество игроков на данном рынке сегодня достаточно сложно, так как на нем присутствуют очень разные по масштабам компании. Начиная от крупных производств, заканчивая почти кустарными маленькими фирмами.

Рассмотрим несколько примеров конкурентов для понимания сходств и отличий их предложения и предложения исследуемой компании.

### **Гофротара на цветочной**

Компания располагает современным оборудованием импортного производства. Представленный ассортимент призван удовлетворить любые потребности заказчика. Всегда в наличии представлено **более XXX наименований** готовых картонных коробок. Картонная упаковка может быть изготовлена под заказ по индивидуальным размерам в максимально сжатые сроки в любом тираже.

Компания заинтересована в продолжительном сотрудничестве с каждым клиентом, предлагая неизменно выгодные и удобные условия совместной работы.

Преимущества сотрудничества:

- Самый большой выбор гофротары в Санкт-Петербурге;
- Оперативная доставка заказа по городу и области;
- Большой опыт в области производства гофротары;
- Срок изготовления заказа – от X дня;
- В наличии всегда представлено более XXX наименований продукции;
- Минимальный тираж – от X штуки;

- Высокое качество представленной в ассортименте продукции;
- Доступные цены на картонные коробки, возможность произвести оплату несколькими способами.
  - Безналичный - с НДС и без НДС.
  - Наличный - в офисе компании или при получении.
  - Оплата картой возможна только в офисе компании.
  - При заказе продукции "под заказ" - XXX% предоплата.
  - При заказе готовой продукции - возможна оплата по факту получения.

Дополнительные услуги компании:

- Нанесение изображения на поверхность короба двумя способами: методом шелкографии и флексопечати;
- Бесплатная помощь в создании дизайна упаковки (разработки макета и конструкции);
- В ассортименте представлены картонные коробки и необходимые упаковочные материалы;
- Услуги квалифицированных грузчиков;
- Продажа и отгрузка в удобное для заказчика время.

Контакты компании:

- Адрес: Цветочная XXГ
- График работы: по будням - с X:XX до XX:XX; в выходные дни - с XX:XX до XX:XX.
- X (XXX) XXX-XX-XX
- [zakaz.korobki@gmail.com](mailto:zakaz.korobki@gmail.com)
- Адрес сайта <http://kartonnie-korobki.spb.ru>

**Парус**

Производство упаковки и тары из гофрокартона является главным направлением деятельности компании. Корпоративная политика, ориентированная на повышение качества производимой продукции, позволила компании «Парус» в короткие сроки

закрепиться в своём сегменте, завоевать доверие постоянных клиентов, расширить сферу деятельности далеко за пределы Санкт-Петербурга и Ленинградской области и успешно конкурировать на региональных рынках России, увеличивая объёмы поставок и привлекая новых клиентов.

На сегодняшний день производственная компания «Парус» является одним из ведущих производителей гофрокартона и гофроупаковки в России:

- XXXX кв. метров производственных площадей, оснащенных самым современным оборудованием
- XXXX кв. метра складских площадей холодного типа
- XX.X млн. единиц гофроупаковки в год

В XXXX г. Компания «Парус» признана победителем международного конкурса на лучшую упаковку «ПродЭкстраПак-XXXX»

Преимущества продукции компании:

- Способность выдерживать необходимые нагрузки
- Удобство в использовании
- Современные и яркие дизайнерские решения
- Надежность

Алгоритм работы компании:

- Прием заявки
- Согласование деталей заказа с клиентом
- Проектирование конструкции и дизайна упаковки
- Подписание договора
- Запуск заказа в производство
- Отгрузка готового заказа

Каталог компании:

1. Гофрокартон

2. Гофроящик
3. Гофролоток
4. Гофроконтейнер
5. Коробки для пиццы и пирогов
6. Картонные лотки для овощей и фруктов
7. Самосборные короба
8. Четырехклапанный гофроящик
9. Ящики для перевозки суточной птицы

Услуги компании:

1. Разработка конструкций
2. Разработка дизайна упаковки
3. Нанесение печати

Контактные данные компании:

- Общество с ограниченной ответственностью «ПК «Парус»
- Адрес офиса: XXXXXX, Санкт-Петербург, Народного Ополчения, XX А, офис XXX
- Телефон: +X (XXX) XXX-XX-XX
- Email: info@parus-gofra.ru
- Адрес сайта: <http://parus-gofra.ru>
- Производство №X: Ленинградская обл., Гатчинский р-н, д. Малые Колпаны, ул. Кооперативная, X
- Производство №X: Владимирская обл., Суздальский р-н, с. Сновицы, ул. Производственная Зона, XX

### **Гофрокороб**

Компания "Гофрокороб СПб" - успешно работает на петербургском рынке с XXXX года. Компания специализируется на производстве гофротары высокого качества по приемлемым ценам и в кратчайшие сроки. Гофротара производства данной компании используется для нужд пищевых, кондитерских, мебельных, алкогольных, химических,

приборостроительных и многих других производств. Костяк команды стабилен все XX лет существования компании.

«Гофрокороб» работает с физическими и юридическими лицами. Производит гофрокороба и гофротару в любом количестве (от X экземпляра). Поставляет готовые стандартные гофрокороба и нестандартные картонные коробки со склада, коробки для переезда. Бесплатная доставка гофротары по Санкт-Петербургу при сумме заказа от XX XXX руб.

Компания предлагает следующую продукцию:

- Коробки на заказ
- Коробки для переезда
- Коробки для пиццы
- Почтовые коробки
- Обувные коробки
- Архивные коробки
- Самосборные коробки
- Гофроподдоны
- Спецтара
- Коробки с логотипом
- Гофрокартон
- Сопутствующие товары

Контакты компании:

- Санкт-Петербург, ул. Маршала Говорова, XX, офис XXX
- Телефон: (XXX) XXX-XX-XX
- Почта: [gofrokorob@inbox.ru](mailto:gofrokorob@inbox.ru)
- Адрес сайта: <http://gofrokorob.spb.ru>
- График работы: Без выходных с X:XX до XX:XX\*

Всех этих конкурентов объединяет тот факт, что они уже давно присутствуют на рынке, имеют широкий пул постоянных клиентов, возможность отгрузки по факту

готовности, возможность отгрузки по отсрочке, конкурентоспособные цены за счет сырьевого запаса. Именно к этим показателям планирует приблизиться «XXXX» при получении инвестиций на увеличение оборотных средств.

### **Анализ конкурентных сил Портера**

Согласно методике, разработанной Майклом Портером, существует пять сил, которые определяют уровень конкуренции и, следовательно, привлекательности ведения бизнеса в конкретной отрасли.

Привлекательность отрасли, в данном контексте, имеет отношение к достаточной ее рентабельности. «Непривлекательной» отраслью считается такая, в которой сочетание сил снижает рентабельность. А самой «непривлекательной» можно назвать ту отрасль, которая приближается к совершенной конкуренции. Достаточная привлекательность отрасли не означает, что любая компания в ней будет получать одинаковую прибыль.

«Анализ пяти сил Портера» включает в себя три силы «горизонтальной» конкуренции (угроза появления продуктов-заменителей, угроза появления новых игроков, уровень конкурентной борьбы) и две силы «вертикальной» конкуренции (рыночная власть поставщиков и рыночная власть потребителей).

### **Угроза появления новых игроков**

На рынке гофроупаковки действуют высокие барьеры на вход. Для старта проекта требуется как минимум наличие помещения, оборудования и начальных средств на маркетинг и организацию продаж.

Эти факторы делают достаточно сложным выход на рынок «с нуля» совершенно нового игрока. Однако вполне возможно появление дочерних компаний различных средних и крупных компаний из других сфер бизнеса, которые вышли на рынок в результате диверсификации. Для этих групп предприятий такие барьеры для выхода на рынок существенными не являются. Защитным фактором в данном случае является средняя доходность данного вида бизнеса и, как следствие, отсутствие интереса к нему со стороны крупных игроков.

Минимизация данной силы практически невозможна. Единственным действующим способом будет постоянный мониторинг ситуации с имеющимися конкурентами и постоянное обновление своего предложения. Но самое важное – это



постоянно совершенствовать работу с действующими клиентами для того, чтобы они не уходили к новым игрокам рынка.

### **Рыночная сила потребителей**

Потребитель практически не контролирует рынок гофроупаковки, так как цены у всех компаний в большей или меньшей степени одинаковы. Клиент может только выбирать из существующих на рынке предложений.

Все компании предлагают одинаковый набор товаров и услуг по более или менее одинаковым ценам, что фактически нивелирует конкуренцию, а, значит, снижает рыночную силу потребителя.

Одновременно с этим потребителей на рынке очень много и их потребности постоянно растут, даже несмотря на кризис, что еще больше уменьшает их рыночную силу.

### **Угроза продуктов-заменителей**

Фактор, который оказывает слабое влияние на работу компаний на данном рынке – это угроза продуктов-заменителей. Изделия из картона необходимы целому ряду компаний из различных областей промышленности. И заменить их пока что возможным не представляется. А сам метод производства упаковки, применяемый компанией «XXXX» является достаточно современным и передовым, чтобы не опасаться появления более совершенных методов у конкурентов.

Именно поэтому в ближайшее время не следует ожидать появления каких-либо продуктов-заменителей, так как они могут появиться только при внедрении в жизнь важных технологических разработок.

### **Рыночная сила поставщиков**

В данной отрасли рыночная сила поставщиков имеет среднее значение. С одной стороны поставщиков оборудования и картона для производства сегодня большое количество во всех ценовых категориях. С другой, наибольшей популярностью пользуется оборудование конкретных производителей, которое присутствует в большинстве компаний.

Суть рыночной силы поставщиков в том, что, поставляя свое оборудование в разные компании, они нивелируют конкурентные преимущества компаний друг перед другом. Для снижения уровня воздействия данной силы необходимо сделать так, чтобы преимущества компании состояло не в самом оборудовании, а в особенностях его применения, в разработанных программах, в самой концепции оказания услуги.

Важной силой поставщика в данном случае является сила владельца помещения, которое предоставлено в аренду. В случае изменения условий сотрудничества бизнес окажется под угрозой. Но данная рыночная сила нивелируется заключением договора с арендодателем.

### **Анализ уровня конкурентной борьбы на рынке**

Данный рынок характеризуется достаточно активной конкурентной борьбой. При первичном анализе видно, что сегодня существует около XX различных предложений в Санкт-Петербурге. И главным способом минимизации данной силы является качество предоставляемых услуг, навыки работы с клиентом, количество брака.

Таким образом, можно говорить о том, что, несмотря на большое количество предложения на рынке, каждый игрок может найти свою целевую аудиторию и своего клиента.

Из анализа конкурентных сил Портера можно сделать вывод о том, что данный рынок достаточно сложный. У него есть определенные входные барьеры. Однако ключ к успеху на рынке очень простой – предоставление продукта высокого качества и качественного сервиса. Исследуемый проект будет успешен при высоком уровне работы с клиентом и сможет занять верную позицию в конкурентной борьбе.

### **Процесс продажи продукции**

Клиенты компании «XXXX» – это юридические лица. В первую очередь – это производители. Особенность клиентов на данном рынке в том, что они имеют представления по картону, по ценам, также имеют хорошие условия от конкурентов (цена, скорость, качество сырья и отсрочка платежа). Таким образом, компания должна постоянно поддерживать высокий уровень качества продукции и сервиса для того, чтобы выигрывать в конкурентной борьбе.

Несмотря на то, что компания начала свою деятельность сравнительно недавно, на сегодняшний день у нее в активе больше уже постоянных клиентов, чем разовых заказов. И что особенно ценно, важным каналом продвижения компании сегодня является так называемое «сарафанное радио». Клиенты рекомендуют компанию своим коллегам и знакомым, что говорит о высокой степени их удовлетворенности.

В данном разделе бизнес-плана будет описан процесс продажи.

- После того как состоялся контакт с клиентом, происходит понимание объемов закупки коробов, какие форматы, какие марки
- Затем клиенту предоставляется коммерческое предложение
- После этого готовится образец в количестве, необходимом для испытания имеющегося картона
- Следующим шагом идет заключение договора
- Составление спецификации,
- Заказ сырья на производство (при необходимости, если такого формата нет на складе)
- Переработка сырья
- Отгрузка клиенту.

## **Маркетинговый план**

В данном разделе будет рассмотрена такая важная составляющая успеха компании, как маркетинг. Именно маркетинговая активность позволяет увеличивать уровень продаж продукции и, как следствие, получать большую прибыль.

Важно отметить, что исследуемая компания планирует работать исключительно с юридическими лицами в качестве клиентов. Всех клиентов можно условно разделить на два типа:

- Розничные клиенты компании юридические лица – компании, которые периодически (нерегулярно) приобретают небольшой объем продукции для удовлетворения собственных нужд. Под нерегулярными продажами в данном случае подразумевается то, что одна и та же компания не заказывает гофротару регулярно, а делает

это только по необходимости. Сам по себе канал розничных покупок приносит вполне регулярную прибыль.

— Оптовые клиенты компании – компании, которые регулярно заказывают одну и ту же номенклатуру продукции для удовлетворения собственных нужд.

Рассмотрим комплекс маркетинговых действий, которые должна предпринять компания для достижения успеха на рынке.

Все продажи компании необходимо разделить на три составляющие по степени приоритетности:

- Обычные продажи
- Тендерные продажи

Рассмотрим каждый вариант более подробно.

Обычные продажи предполагают активный или пассивный поиск клиентов для продажи им своих услуг. Клиентами являются мелкие и средние компании, которым требуются те или иные изделия из картона. Данные продажи предполагают простую обработку входящих заказов.

Тендерные продажи – это способ осуществлять поставки в крупные компании или в любые государственные учреждения. Преимущество участия в тендерах – в объемах. Можно выиграть тендер, который загрузит производство очень серьезно и очень на длительный срок. Однако суть тендера в снижении цены в ходе торгов.

Основная мысль маркетинга данной компании должна заключаться в полноценном использовании всех возможных каналов увеличения продаж продукции. Нельзя делать ставку только на какой-то один канал в ущерб любому другому. Очень важно, чтобы все каналы продажи продукции работали совместно на максимальной мощности.

Рассмотрим методы и инструменты маркетинга, которыми должна руководствоваться компания для достижения успеха.

У данной компании существует полноценный сайт, который дает полное представление о компании, ее товарах и услугах. Данный сайт необходимо продвигать в сети. Методом контекстной рекламы и SEO продвижения. Наиболее популярные запросы приведены в таблице ниже.

Таблица 5. Наиболее популярные запросы на рынке гофротары

Статистика по словам	Показов в месяц
гофротара	X XXX
гофротара +на цветочной	XXX
гофротара +на цветочной ХХ	XXX
гофротара спб	XXX
картонные коробки	X XXX
картонные коробки купить	X XXX
картонные коробки спб	X XXX
купить картонных коробок спб	X XXX
картонные коробки купить спб	X XXX
картонные коробки купить	X XXX
купить картонных коробок спб	X XXX
картонные коробки купить спб	X XXX
купить картонный	X XXX
картонные коробки купить	X XXX
купить картонных коробок спб	X XXX
картонные коробки купить спб	X XXX
упаковочные коробки	X XXX
коробки изготовление коробок	X XXX
коробки изготовление	X XXX
изготовление коробок	X XXX
упаковка коробки	X XXX

Отдельное внимание следует уделить тендерной документации, которая должна быть подготовлена для различных тендеров. Участие в тендерах вообще должно быть поставлено на поток. Каждое утро руководитель направления должен начинать с открытия

тендерной площадки типа <http://www.i-tenders.ru/> или [spb.initpro.ru](http://spb.initpro.ru) и организации участия компании в данных тендерах.

Холодный обзвон должен оставаться одним из главных инструментов работы. Постоянное общение с потенциальными заказчиками с целью продать услуги по производству гофротары – залог успеха в торговой деятельности.

Важным каналом продвижения должно стать также участие компании в различных профильных выставках. Несмотря на то, что эффективность данного инструмента в последнее время ставится под вопрос, многие компании до сих пор называют выставки главным каналом привлечения клиентов.

Что касается рекламы, то в данном бизнесе она не будет играть большой роли. В качестве рекламного продвижения можно использовать размещение модульной рекламы в специализированных каталогах. Также полезной будет реклама в деловых СМИ уровня «Деловой Петербург», это позволит привлечь внимание потенциальных клиентов.

### **Уровень удовлетворенности клиентов качеством продукции**

Выявление уровня удовлетворенности клиентов – один из важнейших аспектов понимания текущей ситуации на любом рынке. Для рынка гофротары удовлетворенность клиентов имеет особое значение. Удовлетворенность клиентов – это общая оценка опыта клиентов по приобретению и использованию продуктов, предоставляемых компанией.

#### **Клиент, удовлетворенный работой компании:**

- Будет создавать условия для долговременного сотрудничества
- Будет стремиться расширять области взаимодействия с компанией
- Будет спокойно воспринимать перемены в ценовой политике компании
- Будет рекомендовать продукты или услуги компании другим частным лицам и организациям.

#### **Исследователи утверждают, что:**

- Привлечение новых клиентов обходится компаниям в X-X раз дороже, чем сохранение отношений с уже существующими клиентами

- Счастливые клиенты расскажут X-X другим потенциальным клиентам о своем положительном опыте работы с компанией
- Неудовлетворенные клиенты расскажут X-XX знакомым о своем негативном опыте взаимодействия с партнером
- X/X клиентов вообще не замечают того, что компания-партнер их ценит и уважает
- Только X из XX неудовлетворенных клиентов будет выражать свое недовольство открыто
- Повышение уровня удовлетворенности клиентов на один пункт приводит к увеличению будущего чистого денежного потока почти на X% и снижению непостоянства будущего денежного потока на X%

Удовлетворенность – это один из важнейших факторов успешного развития компании. В связи с этим ниже приведен ряд советов по повышению уровня удовлетворенности клиентов. Данные рекомендации носят общий характер, однако следование им непременно повысит уровень лояльности.

1. *Полезность компании для потребителя*

На первый взгляд очевидный совет, о котором в повседневной текучке и в беседах с клиентами очень быстро забывают. Важно понимать, что словосочетание «быть доступным» по смыслу не всегда совпадает с фразой «быть полезным». Недостаточно иметь под рукой телефон или почту. Современные потребители спешат, им не хватает ни времени, ни знаний, чтобы сделать правильный выбор из всех имеющихся предложений. Поэтому представитель компании должен в первую очередь помогать клиентам.

2. *Честность*

Прозрачность — «визитная карточка» организации. Каждый представитель компании должен стремиться быть открытым и честным в каждом разговоре. Если допущена ошибка, нужно иметь смелость, чтобы спокойно признать её. Ничего страшного нет и в том, чтобы отказать клиенту, который требует невозможного (например, моментальной доставки), поскольку нарушенное обещание вызовет гораздо более сильное разочарование и недовольство, чем честный отказ.

3. *Большее предложение*

Дайте клиенту нечто большее, чем просто решение вопроса. Удивите его маленьким подарком — например, персональной скидкой или бесплатной доставкой. Во многих случаях это помогает избежать каких-либо недовольств в будущем. Важно помнить, что такие бонусы не должны быть просто зарезервированы на случай конфликтной ситуации. Радуйте новых и постоянных клиентов, и они будут делиться положительным опытом со своими коллегами.

#### 4. *Экспертность*

Каждое взаимодействие с клиентом — это шанс для компании стать полезным советником и помощником. Но если покупателя интересует конкретный вопрос, и он не получает внятный ответ, то мгновенно распознает некомпетентность продавца. Это правило работает для всех типов компаний. Каждому клиенту нужно дать точный и полный ответ, и тем самым стать для него ценным информационным ресурсом.

#### 5. *Простота доступа к информации*

Вся структура сайта должна быть выстроена вокруг удовлетворения клиентских потребностей. Чем меньше внимания уделяется разработке удобного сайта, тем ниже будет уровень удовлетворенности клиентов. В первую очередь необходимо сделать так, чтобы потенциальный покупатель мог легко найти самую важную информацию — принципы ценообразования, порядок и сроки доставки, политику возврата товара. Кроме того, стоит регулярно обновлять сайт и убирать неактуальную информацию.

#### 6. *Быстрая замена или компенсация*

Согласно исследованиям, компании, предлагающие клиентам быстрый и легкий способ возврат товара (компенсацию за некачественную услугу), пользуются более высоким доверием клиентов, чем те, которые такой услуги не предоставляют. Эта политика напрямую работает на имидж торговой марки — даже если таких возвратов и вовсе не бывает.

Именно поэтому критически важно проводить регулярные замеры удовлетворенности клиентов и оперативно корректировать стратегию поведения в случае отклонений.



## Организационный план

В данном разделе бизнес-плана будут рассмотрены сотрудники, которые трудятся в компании «XXXX».

Штатное расписание компании-инициатора проекта будет выглядеть следующим образом.

Таблица 6. Штатное расписание компании

Должность	Количество	Оклад, руб./мес.	Итого, руб./мес.
Генеральный директор	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Главный бухгалтер	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Бухгалтер	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Начальник отдела продаж	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Менеджер по продажам	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Менеджер по снабжению	X	X XXX.XX	X XXX.XX
Системный администратор	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Начальник производства	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Водитель погрузчика	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX

Станочник	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Технолог	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Техник	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Разнорабочий	X	XX XXX.XX	XX XXX.XX
		<b>Итого</b>	<b>XXX XXX.XX</b>

Таким образом, ежемесячно компания будет нести расходы на оплату труда в размере XXX XXX рублей.

Кроме того, нельзя забывать о социальных отчислениях, которые составляют XX,X% от фонда оплаты труда. Следовательно, помимо расходов непосредственно на заработные платы, компания-инициатор проекта будет также нести расходы и на социальные отчисления в размере XXX XXX рублей в месяц.

Рассмотрим подробнее должностные обязанности сотрудников исследуемой компании.

#### **Генеральный директор**

— Контроль работы компании и обеспечение выполнения требований законодательства во всех аспектах деятельности.

— Контроль подготовки всех документов, необходимых при взаимодействии с государством во всех аспектах деятельности, исключение возможности любых претензий к компании со стороны государства.

— Управление персоналом (вопросы дисциплины, должностных обязанностей, развития персонала, кадровые вопросы, рекрутинг, премирование и депремирование, административные вопросы по персоналу, ведение или контроль ведения кадровой документации, графики отпусков, расчет и перевод зарплат и премий и т.п.).

— Проработка, заключения и контроль ведения договоров с подрядными организациями.

— Контроль составления планов работ сотрудников и их выполнения.

- Участие в операционной коммерческой деятельности компании, определении путей развития, необходимых действий, разработке способов и каналов продаж и т.п.
- Решение организационных, сложных и конфликтных вопросов с поставщиками, клиентами, контрагентами и т.п.
- Контроль основных моментов работы сотрудников, их моральная поддержка, мотивация, помощь персоналу и развитие внутрикorporативных связей.
- Прочие стандартные и требующиеся по ситуации обязанности генерального директора.

#### **Главный бухгалтер/бухгалтер**

- Построение и ведение бухгалтерского учета, налогового и управленческого учета.
- Взаимодействие с аудиторами, налоговыми органами, сдача бухгалтерской и налоговой отчетности.
- Расчет заработной платы сотрудников.
- Осуществление сверок с контрагентами, анализ дебиторской и кредиторской задолженности, инвентаризация задолженностей.
- Налоговое планирование и оптимизация документооборота в соответствии с законодательством РФ.

#### **Менеджер по продажам**

- Работа со входящими звонками. Грамотная и качественная проработка входящих звонков с успешным выявлением потребностей клиента;
- Консультирование клиентов;
- Поддержание и развитие долгосрочного сотрудничества с клиентами;
- Оформление необходимой документации;
- Выполнение стандартов компании в общении с клиентами;
- Составление ежедневных отчетов.

#### **Менеджер по закупкам**

- поиск потенциальных поставщиков;
- ведение коммерческих переговоров с поставщиками в интересах компании;

- оперативное реагирование на информацию, поступающую от поставщиков, и доведение ее до сведения Начальника ПЗУ;
- мотивация поставщиков на работу с компанией.
- составление ежемесячного плана закупок;
- анализ статистических данных закупок, определение наличия и потребности в материалах на текущий момент и на будущие периоды, оптимизация складских запасов;
- предоставление отчетов по итогам работы;
- обеспечение маркетинговых исследований по изучению предложений от поставщиков, уровню цен, перспектив развития рынка сбыта;
- составление прогнозов по поставкам продукции на склад.
- окончательное согласование с поставщиком условий по ценам, дате отгрузки и способу доставки продукции на склад;
- взаимодействие с подразделениями компании с целью выполнения возложенных задач;
- участие в рабочих совещаниях;
- ведение рабочей и отчетной документации.
- поддержание в активном состоянии данных о поставщиках в информационной системе.
- обеспечение своевременного поступления продукции на склад на основании документов от поставщиков, заполненных в соответствии с законодательством;
- недопущение дебиторской задолженности по расчетам с поставщиками;

#### **Начальник производства**

- Организация технической подготовки производства
- Осуществление руководства текущим и перспективным планированием технического развития предприятия, его производственной базы.
- Руководство составлением технических заданий на проектирование вновь строящихся производств, сооружений, технических средств, расширение, развитие и реконструкцию действующих, на внедрение средств автоматизации и механизации.
- Разработка мероприятий по повышению производительности работ и более эффективному использованию производственных мощностей.
- Контроль производства продукции в соответствии с заказами

- Организация и контроль закупки сырья и материалов (план поставок), необходимый запас сырья и материалов
- Организация производственного учета
- Организация технического обслуживания и ремонта оборудования
- Организация ведения технической и другой предусмотренной законодательством документации (по технике безопасности, противопожарной безопасности и т.д.).

### **Станочник**

- Изучение технической документации и конструкции по заданию, которое предстоит выполнять
- Разработку проектов оптимизирующих использование станка и их внедрение.
- Изготовление на станке точных моделей, прототипов, опытных образцов, мастер-моделей
- Самостоятельная разработка технологии изготовления, выбор стратегии и определение трудоемкости задачи.
- Обслуживание станка
- Поддержка чистоты своего рабочего места и обеспечение вывоза всего мусора возникшего в течение рабочей смены из рабочего помещения.
- Обеспечение сохранности инструмента, оснастки, а также управляющих программ и файлов моделей.
- Незамедлительное информирование руководителя о возможных неисправностях и неполадках, с целью недопущения поломки.
- Текущий контроль качества изготовленных изделий.

### **Технолог**

- Разработка, и внедрение прогрессивных технологических процессов, видов оборудования и технологической оснастки, средств автоматизации и механизации, оптимальных режимов производства на выпускаемую предприятием продукцию и все виды различных по сложности работ
- Установка порядка выполнения работ и пооперационного маршрута обработки деталей и сборки изделий.

- Составление планов размещения оборудования, технического оснащения и организации рабочих мест, расчет производственных мощностей и загрузки оборудования.
- Участие в разработке технически обоснованных норм времени (выработки), линейных и сетевых графиков, в отработке конструкций изделий на технологичность, расчет нормативов материальных затрат (нормы расхода сырья, полуфабрикатов, материалов, инструментов, технологического топлива, энергии), экономической эффективности проектируемых технологических процессов.
- Разработка технических заданий на проектирование специальной оснастки, инструмента и приспособлений, предусмотренных технологией, технических заданий на производство нестандартного оборудования, средств автоматизации и механизации.
- Контроль за соблюдением технологической дисциплины в цехах и правильной эксплуатацией технологического оборудования.
- Изучение передового отечественного и зарубежного опыта в области технологии производства, разработка и реализация мероприятий по повышению эффективности производства, направленных на сокращение расхода материалов, снижение трудоемкости, повышение производительности труда.
- Анализ причин брака и выпуска продукции низкого качества и пониженных сортов, разработка мероприятий по их предупреждению и устранению
- Рассмотрение поступающих рекламаций на выпускаемую предприятием продукцию.

### **Техник**

- Своевременно производство ремонта оборудования производственного участка.
- Проведение планово-предупредительный ремонт (ППР) оборудования согласно графика ППР.
- Выявление причин преждевременного износа оборудования, приём мер по их предупреждению и устранению.
- Ремонт технической оснастки и мелкий ремонт узлов и механизмов оборудования.
- Учёт действующей оснастки (оправки, приспособления и др.) и своевременный заказ запасных частей.

- Выполнение операций, связанных с наладкой оборудования.
- Поддержка оборудования в работоспособном состоянии и чистоте.
- Контроль за работой водоснабжения и теплоснабжения, канализации. В случае возникновения неполадок производство работ по их устранению.

## Финансовый план

### Условия и допущения, принятые в расчетах

Расчет основных показателей, связанных с деятельностью рассматриваемой организации, как, например, выручка, себестоимость продаж и т.д., производился на основании следующих допущений.

Таблица 7. Список использованных допущений для расчетов

Показатель	Значение
Текущий объем продаж, шт./мес.	XX XXX.XX
Максимальный объем продаж, шт./мес.	XXX XXX.XX
Темп прироста, % в месяц	XX.XX%
Цена, руб./шт.	XX.XX
Стоимость материала, руб./м <sup>X</sup>	XX.XX
Расход материала, м <sup>X</sup> /шт.	X.XX

Таким образом, в рамках расчетов в данном бизнес-плане принимается основное допущение о производстве компанией-инициатором проекта единицы гофротары по усредненной цене в XX,XX рублей. А на производство данной единицы продукции необходимо X квадратных метра материала со средней ценой в XX рублей за квадратный метр. Все цены указаны с учетом НДС.

### Расчет выручки

Исходя из представленных выше допущений, можно построить ежемесячный план продаж компании-инициатора проекта на X лет.

Таблица 8. Ежемесячный план продаж (ч. X)

Месяц	X	X	X	X	X	X



Объем проданной продукции, шт.	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Выручка, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 9. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 10. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 11. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx

Таблица 12. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx

Таблица 13. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Таблица 14. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 15. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 16. Помесячный план продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----

Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx

Таблица 17. Помесячный план продаж (ч. XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Объем проданной продукции, шт.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выручка, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx

Таким образом, при получении необходимого финансирования компания-инициатор проекта сможет нарастить свои объемы производства и выйти на максимум производственных мощностей на XX-й месяц после старта проекта.

### Расчет себестоимости продаж

Кроме того, на базе указанных выше допущений, а также с учетом плана продаж, можно построить месячный план расходов на себестоимость продаж компании-инициатора проекта на X лет.

Таблица 18. Помесячный план расходов на себестоимость продаж (ч. X)

Месяц	X	X	X	X	X	X

Себестоимость продаж, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
----------------------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Таблица 19. Помесячный план расходов на себестоимость продаж (ч.X)

<b>Месяц</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>
Себестоимость продаж, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 20. Помесячный план расходов на себестоимость продаж (ч.X)

<b>Месяц</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 21. Помесячный план расходов на себестоимость продаж (ч.X)

<b>Месяц</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 22. Помесячный план расходов на себестоимость продаж (ч.X)

<b>Месяц</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>	<b>XX</b>
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 23. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 24. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 25. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 26. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 27. Помесечный план расходов на себестоимость продаж (ч.ХХ)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----

Себестоимость продаж, руб.	XX XXX xxx.xx	XX XXX xxx.xx	XX XXX xxx.xx	XX XXX xxx.xx	XX XXX xxx.xx	XX XXX xxx.xx
----------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

## Прочие операционные расходы

К остальным операционным расходам относятся следующие:

1. Аренда помещений под офис и под производство
2. Заработная плата и социальные отчисления
3. Коммунальные расходы
4. Маркетинговые расходы
5. Транспортные расходы
6. Прочие расходы

Компания-инициатор снимает офис площадью XX квадратных метров по ставке XXX рубля за метр в месяц, а также производственное помещение площадью X XXX квадратных метров по ставке XXX,XXX рублей за метр в месяц. Таким образом, ежемесячные расходы на аренду офиса и производственного помещения составляют XX XXX и XXX XXX рублей соответственно.

Ситуация с заработными платами и социальными отчислениями описана в разделе «Организационный план».

Коммунальные расходы составляют XX XXX рублей в месяц, маркетинговые расходы – XX XXX рублей в месяц, транспортные расходы – XX XXX рублей в месяц, прочие расходы – XX XXX рублей в месяц. Эти расходы являются постоянными, поэтому с увеличением объема продаж меняться не будут.

Все расходы указаны с учетом НДС.

## Налоговое окружение проекта

Так как годовая выручка анализируемой компании превосходит XXX миллионов рублей, то компания находится на общей системе налогообложения. Эта система

предполагает уплату налога на добавленную стоимость (по ставке XX%) и налога на прибыль (по ставке XX%).

Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость компании-инициатора проекта на X лет выглядит следующим образом.

Таблица 28. Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч. X)

Месяц	X	X	X	X	X	X
НДС к уплате	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
НДС к получению	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	-XX XXX.XX	-XX XXX.XX	-XX XXX.XX	-XX XXX.XX	-X XXX.XX	X XXX.XX

Таблица 29. Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч. X)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
НДС к уплате	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX



Таблица 30. Помесичный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 31. Помесичный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 32. Помесичный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----

НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 33. Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 34. Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Таблица 35. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 36. Помесечный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Таблица 37. Помесячный план налоговых отчислений по налогу на добавленную стоимость (ч. XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
НДС к уплате	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
НДС к получению	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Годовой план отчислений по налогу на прибыль представлен в разделе «Прогнозная финансовая отчетность компании-инициатора».

### Амортизация

Как уже было отмечено выше, в рамках производственной деятельности используется следующее оборудование:

Таблица 38. Оборудование, используемое на производстве

Оборудование	Стоимость, руб.	Срок жизни, лет
Станок высекательно-ротационный СВР-Х	X XXX XXX.XX	XX
Слоттер автоматический ZXDXXXX	X XXX XXX.XX	XX
Роттер автоматический YKB (II)	X XXX XXX.XX	XX

Устройство резательно-рилевочное УРР-XXXX	XXX XXX.XX	XX
Рилевочно-резательный станок с ручной подачей MS-X	XXX XXX.XX	XX
Пресс валковый ВМ-XXXX	XXX XXX.XX	XX
Пресс гидравлический пакетировочный ПГП-XX (XXXX)	XXX XXX.XX	XX
Пресс гидравлический пакетировочный ПГП-XX (XXXX)	XXX XXX.XX	XX
Устройство для удаления облоя (УО-X)	XXX XXX.XX	XX
Компрессор CSM XX DX XXXL	XXX XXX.XX	XX
Компрессор CSM XX DXM XXXL	XXX XXX.XX	XX
Погрузчик DOOSAN DXXC-X	X XXX XXX.XX	XX

Таким образом, ежемесячные амортизационные отчисления составляют XXX XXX.XX рублей.

### **Финансирование**

Компания-инициатор проекта нуждается в финансировании оборотных средств в течение ближайших X,X лет (XX месяцев). При этом это финансирование будет направлено

как на обеспечение текущей деятельности, так и на закупку дополнительного сырья для бесперебойности загрузки мощностей.

Закупка дополнительного сырья составит XX млн. рублей и будет происходить раз в X месяцев, начиная со X-го месяца проекта (т.е. во X-м, X-м, XX-м и XX-м месяцах) – по X XXX XXX рублей за раз. На обеспечение текущей деятельности в ближайшее время компании-инициатору проекта потребуется XX,Х млн. рублей.

Таким образом, общий объем необходимого для развития проекта финансирования составляет XX,Х млн. рублей. Из них собственные средства будут составлять X,Х млн. рублей, а заемные средства – XX млн. рублей.

Для привлечения заемных средств планируется взять кредит на сумму XX млн. рублей на X лет при годовой ставке на уровне XX% годовых (X,XX% в месяц). Получение кредита планируется двумя траншами по XX млн. рублей: в X-м и X-м месяцах проекта. Гаситься кредит будет равными платежами в течение XX месяцев.

Исходя из всего вышесказанного, можно построить помесичный план возврата долга и уплаты процентов компанией-инициатором на X лет.

Таблица 39. Помесичный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	X	X	X	X	X	X
Долг на начало, руб.	x.xx	xx xxx xxx.xx	x xxx xxx.xx	x xxx xxx.xx	x xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx
Транш по кредиту, руб.	xx xxx xxx.xx	x.xx	x.xx	x.xx	xx xxx xxx.xx	x.xx
Проценты к уплате, руб.	x.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx
Выплата основной	x.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx	xxx xxx.xx

суммы долга, руб.						
Ежемесячный платеж, руб.	X.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	XX XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 40. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 41. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx

Таблица 42. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx	xx xxx xxx.xx
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX



Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 43. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Долг на конец, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
------------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Таблица 44. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 45. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	XX XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Гранш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 46. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Гранш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX

Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 47. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.X)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Долг на начало, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 48. Помесячный план возврата долга и уплаты процентов (ч.XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----

Долг на начало, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Транш по кредиту, руб.	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Проценты к уплате, руб.	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	XX XXX.XX	X XXX.XX
Выплата основной суммы долга, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Ежемесячный платеж, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Долг на конец, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	X.XX

### Прогнозная финансовая отчетность компании-инициатора проекта

На основе всей вышеприведенной информации можно построить прогнозную финансовую отчетность компании-инициатора проекта.

Прогнозный годовой отчет о прибылях и убытках компании-инициатора проекта на X лет представлен ниже.

Таблица 49. Прогнозный годовой отчет о прибылях и убытках

Год	X	X	X	X	X
Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX

Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX
Аренда офиса, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Аренда производственного помещения, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Зарботная плата, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Социальные отчисления, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Коммунальные расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Маркетинговые расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Транспортные расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Прочие расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
ЕБИТДА, руб.	-X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Амортизация, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

ЕВИТ, руб.	-X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Проценты к уплате, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Прибыль до налогообложения, руб.	-XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Налог на прибыль, руб.	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Чистая прибыль, руб.	-XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Прогнозный годовой отчет о движении денежных средств компании-инициатора проекта на X лет представлен ниже.

Таблица 50. Прогнозный годовой отчет о движении денежных средств

Год	X	X	X	X	X
Денежные средства на начало периода	X.XX	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Операционная деятельность					
Выручка, руб.	XX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX
Себестоимость продаж, руб.	XX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX	XXX XXX XXX.XX

Аренда офиса, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Аренда производственного помещения, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Зарботная плата, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Социальные отчисления, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Коммунальные расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Маркетинговые расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Транспортные расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Прочие расходы, руб.	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Налоги в себестоимость, руб.	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Проценты к уплате, руб.	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Налог на прибыль, руб.	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX



Итог по операционной деятельности	-XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Инвестиционная деятельность						
Денежные притоки	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Денежные оттоки	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Итог по инвестиционной деятельности	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Финансовая деятельность						
Денежные притоки	XX XXX XXX.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Денежные оттоки	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Итог по финансовой деятельности	XX XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX
Сальдо за период	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX
Денежные средства на конец периода	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

## Оценка инвестиционной привлекательности проекта

Для оценки инвестиционной эффективности рассматриваемого проекта необходимо построить его денежный поток. Денежный поток проекта – это сумма денежного потока по операционной и инвестиционной деятельности компании-инициатора, которые взяты из прогнозного отчета о движении денежных средств. Таким образом, месячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток в течение X лет будут выглядеть следующим образом.

Таблица 51. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X)

Месяц	X	X	X	X	X	X
Денежный поток	-xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx
Накопленный денежный поток	-xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx

Таблица 52. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.X)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
Денежный поток	-x xxx xxx.xx	-xxx xxx.xx	-xxx xxx.xx	-xxx xxx.xx	-xxx xxx.xx	-x xxx xxx.xx
Накопленный денежный поток	-xx xxx xxx.xx	-xx xxx xxx.xx	-xx xxx xxx.xx	-xx xxx xxx.xx	-xx xxx xxx.xx	-xx xxx xxx.xx

Таблица 53. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	-XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX

Таблица 54. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX

Таблица 55. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Накопленный денежный поток	-XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
----------------------------	----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Таблица 56. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 57. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 58. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----

Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 59. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 60. Помесячный денежный поток проекта и его накопленный денежный поток (ч.ХХ)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Для оценки инвестиционной привлекательности проекта использовалась годовая ставка дисконтирования на уровне XX% годовых (X,XX% в месяц), так как данная ставка учитывает как стоимость капитала, так и премию за риск. На основе это можно построить ежемесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток на X лет, которые выглядят следующим образом.

Таблица 61. Ежемесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.X)

Месяц	X	X	X	X	X	X
Дисконтированный денежный поток	-XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	-XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX

Таблица 62. Ежемесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.X)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	-X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX

Таблица 63. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	-XX XXX.XX	XX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX

Таблица 64. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-XX XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX

Таблица 65. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Накопленный дисконтированный денежный поток	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
---	------------------	------------------	------------------	------------------	----------------	---------------

Таблица 66. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 67. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 68. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----



Дисконтированный денежный поток	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 69. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.X)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Таблица 70. Помесячный дисконтированный денежный поток и накопленный дисконтированный денежный поток (ч.XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Дисконтированный денежный поток	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX
Накопленный дисконтированный денежный поток	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX	XX XXX XXX.XX

Основные показатели инвестиционной привлекательности анализируемого проекта представлены ниже:

Таблица 71. Основные показатели инвестиционной привлекательности проекта

Название	Обозначение	Единица измерения	Значение
Накопленный денежный поток	-	Руб.	XX XXX XXX.XX
Чистая приведенная стоимость	NPV	Руб.	XX XXX XXX.XX
Модифицированная внутренняя норма доходности	IRR	%	XX.XX%
Индекс прибыльности	PI	-	X.XX
Период окупаемости	PP	Месяц	XX
Дисконтированный период окупаемости	DPP	Месяц	XX
Рентабельность продаж	ROS	%	X.XX%

На основе этих данных можно сделать вывод об инвестиционной привлекательности рассматриваемого проекта.

Помимо инвестиционных показателей также необходимо продемонстрировать показатели по выплате займа и процентов по нему. Для нескольких из таких показателей необходимо построить денежный поток, доступный для обслуживания долга (Cash Flow Available for Debt Service – CFADS). В рамках данного проекта этот показатель является суммой денежного потока проекта и уплачиваемых процентов. Таким образом, ежемесячный

план денежных потоков компании-инициатора, доступных для обслуживания долга до XX месяца, представлен ниже.

Таблица 72. Помесечный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	X	X	X	X	X	X
CFADS	-XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX

Таблица 73. Помесечный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
CFADS	-X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	-X XXX XXX.XX

Таблица 74. Помесечный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	-XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 75. Помесечный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 76. Помесечный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX

CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX
-------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------	-----------------

Таблица 77. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 78. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 79. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 80. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Таблица 81. Помесячный план денежных потоков, доступных для обслуживания долга (ч. XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
CFADS	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX	X XXX XXX.XX

Теперь можно построить месячный план таких показателей, относящихся к выплате долга, как коэффициент покрытия процентов по долгу (Interest Coverage Ratio), коэффициент покрытия обслуживания долга (Debt Service Coverage Ratio) и коэффициент покрытия обязательств на протяжении срока действия займа (Loan Life Coverage Ratio). Месячные значения этих показателей представлены ниже.

Таблица 82. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч. X)

Месяц	X	X	X	X	X	X
Interest coverage ratio	-	-	-	-	-	-
Debt service coverage ratio (DSCR)	-	-	-	-	-	-
Loan life coverage ratio (LLCR)	-	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 83. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	X	X	X	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	-	-	-	-	-	-
Debt service coverage ratio (DSCR)	-	-	-	-	-	-
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 84. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	-	X.XX
Loan life coverage ratio	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

ratio (LLCR)						
-----------------	--	--	--	--	--	--

Таблица 85. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 86. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

ratio (DSCR)						
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 87. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 88. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
-------	----	----	----	----	----	----



Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 89. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.Х)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 90. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.X)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Таблица 91. Помесячный план показателей, относящихся к выплате долга (ч.XX)

Месяц	XX	XX	XX	XX	XX	XX
Interest coverage ratio	XX.XX	XX.XX	XX.XX	XXX.XX	XXX.XX	XXX.XX
Debt service coverage ratio (DSCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX

Loan life coverage ratio (LLCR)	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX	X.XX
---------------------------------	------	------	------	------	------	------

Значения данных показателей показывают, что денежных потоков, генерируемых данным проектом, всегда хватает как на выплату основной суммы долга, так и на уплату процентов по займу. Это позволяет компании-инициатору проекта оставаться платежеспособной и финансово устойчивой и не срывать установленный график соответствующих выплат. Всё это говорит о достаточной степени надежности данного проекта.

## Анализ рисков

### Факторы риска проекта

Таблица 92. Анализ рисков проекта

Название риска	Описание риска	Степень влияния	Фактор решения
Персональный	Проблемы с поиском подходящих сотрудников для работы	Средний	<p>В компании сейчас работает необходимое количество персонала, и его расширение сегодня не планируется.</p> <p>В случае если кто-то из текущих сотрудников покинет компанию, она сможет предложить достойные условия труда для интересных соискателей.</p>
Арендный	Вероятность разрыва договора аренды или поднятия арендных ставок	Средний	<p>Заключение договора, жестко и четко регламентирующего возможные причины поднятия арендной стоимости или разрыва договора</p>
Производственный	Возникновение проблем в ходе производства продукции	Средний	<p>Наличие у компании опыта производственной деятельности, который позволяет оперативно решать любые сложности в процессе производства.</p> <p>Наличие у компании опытного персонала с высоким уровнем знаний и навыков.</p>

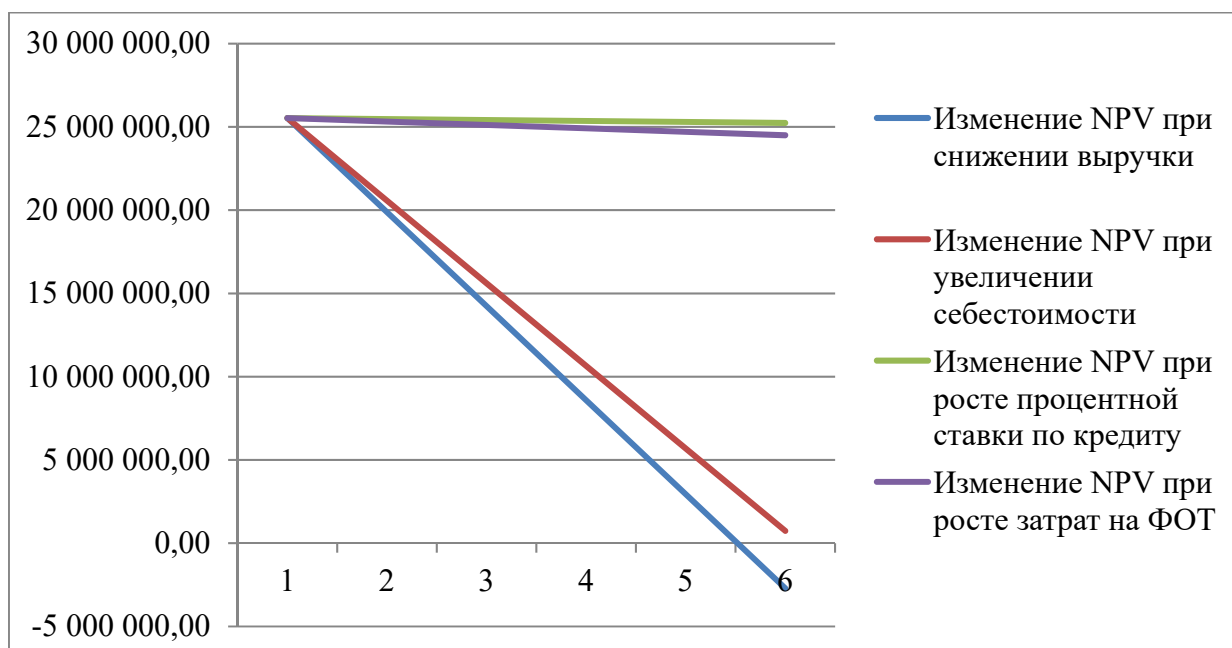
Финансовый	Отсутствие инвестиций для развития проекта	Высокий	Бизнес-план разработан для минимизации данного риска. Обращение в банк для получения требуемых инвестиций позволит компании развиваться высокими темпами.
Коммерческий	Отсутствие продаж по заявленным ценам	Средний	Несмотря на имеющиеся кризисные явления в экономике, тенденция на развитие отечественного производства на лицо. Это позволяет прогнозировать наличие спроса на продукцию предприятия. Кроме того, компания уже сейчас имеет договоренности с рядом компаний относительно приобретения продукции.

### Анализ чувствительности

Данный анализ позволяет определить степень влияния тех или иных факторов на инвестиционную эффективность данного проекта.

В рамках исследования была проанализирована степень влияния факторов на чистую приведенную стоимость проекта развития компании по производству гофротары. Во-первых, снижение объемов выручки компании (на X%, X%, X%, X%, X%). Во-вторых, рост себестоимости продаж, рост расходов на заработные платы и социальные отчисления и рост процентной ставки по кредиту (на X%, X%, X%, X%, X%). Результаты проведенного анализа чувствительности продемонстрированы на рисунке.

Рисунок 11. Результаты анализа чувствительности



На рисунке видно, что наибольшее влияние на NPV данного проекта оказывают возможное снижение выручки. Одним из главных механизмов минимизации данной угрозы является грамотная маркетинговая политика, а также высокий уровень продаваемой продукции. Кроме того, важным фактором влияния на NPV проекта, в соответствии с рисунком, является возможное увеличение себестоимости продаж. Для снижения уровня данного риска необходимо проводить устойчивую политику с поставщиками материалов. В частности, необходимо иметь хорошо проработанные договоры с подобными контрагентами. На минимизацию данного риска, в частности, и направлены планы по закупке дополнительного сырья.

Если говорить о расходах на заработную плату и социальные отчисления и процентной ставке по кредиту, то они оказывают менее серьезное влияние на данный проект. В любом случае, всегда необходимо быть готовым к изменениям и в этих сферах, чтобы нивелировать возможные отрицательные эффекты для компании и проекта.

### Точка безубыточности

Точка безубыточности – это такой объем продаж в натуральном исчислении, при котором прибыль компании составляет ноль. Т.е. это такой объем продаж, при котором

маржа (разница между ценой и переменными расходами) от проданной продукции совпадает с объемом постоянных расходов.

В рамках рассматриваемой компании необходимо выделить следующие переменные расходы:

- Себестоимость продаж
- Налоги в себестоимость
- Налог на прибыль

Если говорить о постоянных расходах, то они такие:

- Аренда
- Коммунальные расходы
- Маркетинговые расходы
- Транспортные расходы
- Прочие расходы
- Заработные платы
- Социальные отчисления
- Проценты к уплате

В случае рассматриваемого проекта компании-инициатора точка безубыточности составляет XXX XXX изделий. К этому уровню продаж компания при запланированном развитии придет на XX месяц проекта.