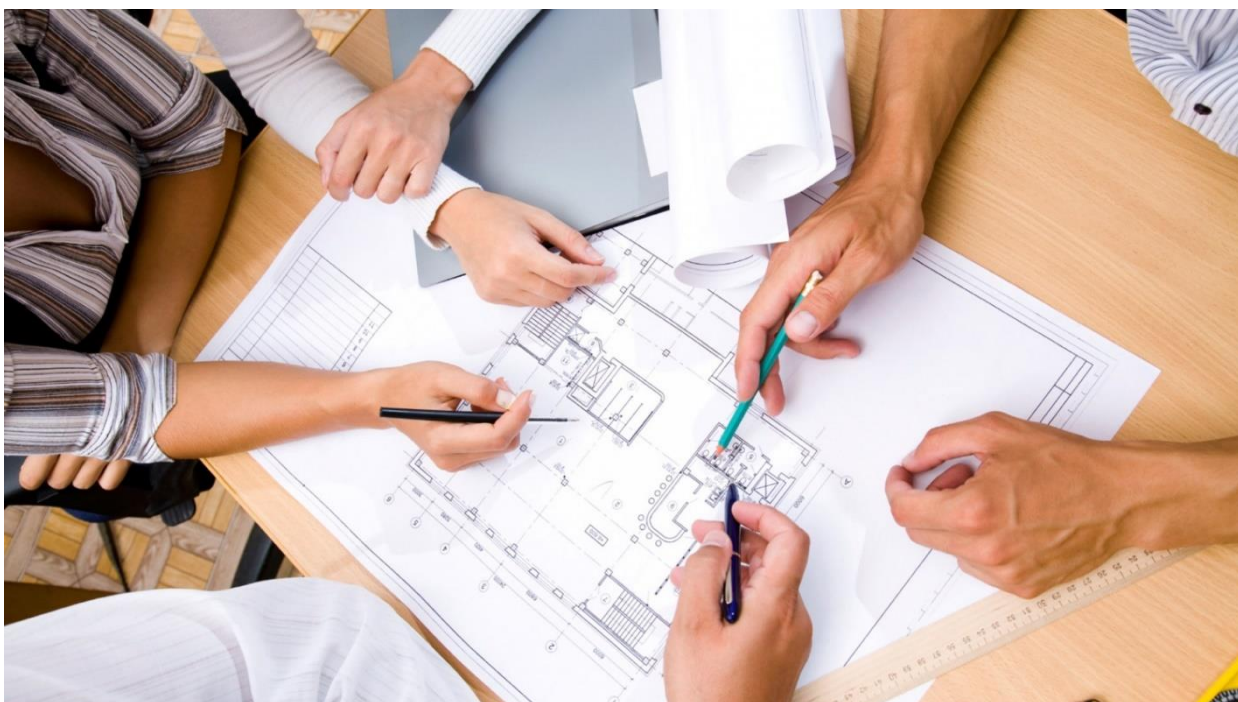


БИЗНЕС -ПЛАН

**Компания по производству и установке
доступного жилья**



Киев – 2019 г.

Содержание

1. Резюме проекта	3
2. Цели проекта и характеристика рынка	5
3. Конкурентная среда и план завоевания рынка	8
4. Организационный план проекта, номенклатура товаров	10
5. Маркетинговый план	13
6. Персонал и кадровая политика	15
7. Инвестиционный план	16
8. Постоянные расходы бизнеса, налогообложение	19
9. Себестоимость и ценообразование	20
10. План продаж	21
11. Финансово-экономическое обоснование, выводы по эффективности проекта	24
12. Анализ рисков и рекомендации по их снижению	35

1. Резюме проекта

Срок проекта: 12 мес.

Дата начала проекта: 10.02.2019 г.

Основная валюта проекта: Гривна (грн.)

Необходимая сумма инвестиций на начало проекта: 1 755 000 грн.

Предполагаемый источник финансирования проекта: вложения инвестора.

Условия кредитования: кредит под 36% годовых с ежемесячной оплатой % и погашением в феврале 2020 года.

Дата начала продаж: с 01.03.2019 г.

Срок окупаемости проекта: 9 мес.



2. Цели проекта и характеристика рынка

Настоящий бизнес-план подготовлен с целью предоставления комплексной информации о проекте, анализа целесообразности его реализации, возможностей достижения максимально высокого уровня показателей экономической эффективности бизнеса, удовлетворения потребностей целевой аудитории. Первоначальными целями менеджеров бизнеса будет обеспечение экономически обоснованного обслуживания клиентов на достойном уровне, завоевание их доверия и дальнейшее расширение занимаемой на рынке доли.

Достижение цели проекта определяет выполнение следующих задач:

- использование современного оборудования;
- обеспечение хода реализации проекта финансовыми ресурсами планируется привлечение частных или банковских кредитных средств;
- формирование системы контроля за ходом реализации проекта и соблюдением временных и стоимостных критериев;
- осуществление маркетинговых мероприятий по продвижению продукции.

Наш проект «xxxxxxx» - производственно-строительная компания, объединяющая в себе два направления строительной отрасли:

1. Производство строительного материала;
2. Оказание услуг строительства жилых и коммерческих зданий.

Ниже приведен перечень услуг и производимых материалов:

№	Производимый материал	Услуги строительства
1	Структурно-изолированные термopанели толщиной от 120 до 300 мм	Работы по обустройству и заливке фундамента
2	Сухой клееный брус	Архитектурные работы
3	Конструкции готовых к монтажу крыш из кровельных панелей толщиной от 200 до 300 мм	Монтаж коробки дома или коммерческой недвижимости
4	Двугавровые деревянные балки высотой от 245 до 325 мм	Монтаж окон, дверей,
5		Комплексные кровельные работы
6		Внутренние чистовые работы
7		Отделка фасада

Большая часть жителей Украины мечтает о собственном жилье, но не имеет достаточно средств для его приобретения. Тарифы на коммунальные услуги также неутешительны. Спрос на доступное, и в тоже время энергоэффективное жилье растет с каждым днем.

Главная цель открытия компании - удовлетворить потребность населения в доступном, и экономичном в эксплуатации загородном жилье. Используя для этого, в эпоху бережного отношения к окружающей среде, только экологически чистые материалы.

Второстепенная цель – занять лидирующую позицию в поставке материалов для строительства коммерческой недвижимости, используя для этого собственное производство.

На сегодняшний день рынок доступных энергоэффективных домов в Украине – это один из самых быстрорастущих сегментов среди предлагаемой недвижимости. Обусловлено это постоянными повышениями цен на коммунальные платежи, и падением дохода у населения. Но к целевой аудитории относятся не только малообеспеченная часть страны – средний класс также предпочитает более рациональный, и экономически выгодный продукт. Интерес, и самое важное, спрос на такие дома, непрерывно растет.

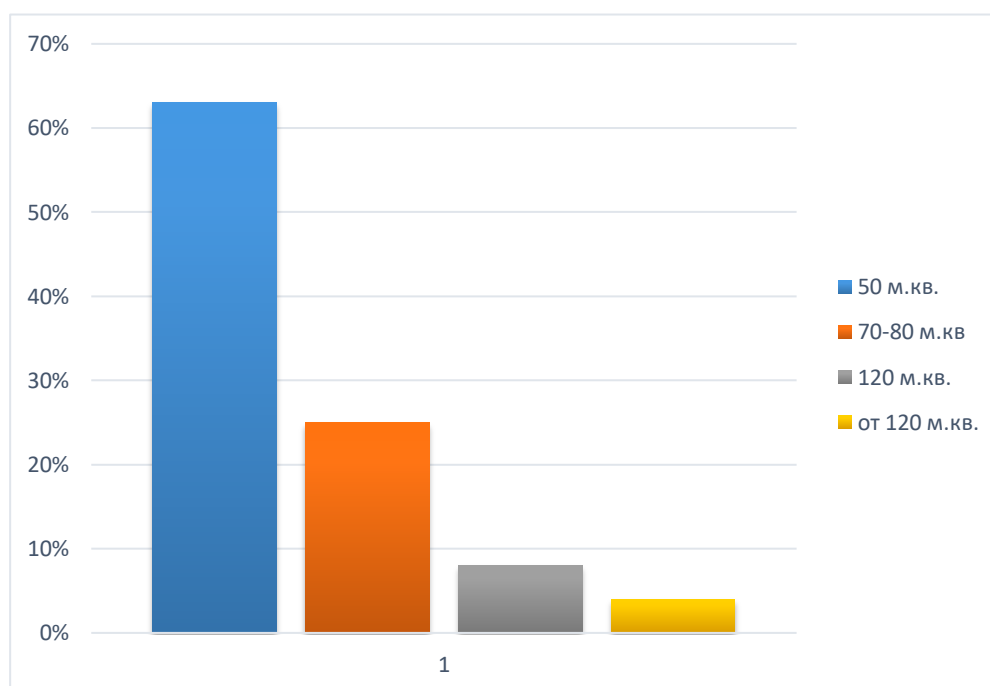
В 2015 году из 100 % потенциальных клиентов только 10-12 % знали о существовании подобных домов, и лишь 1-2 % останавливались на строительстве энергоэффективного жилья. Сегодня же, 30 % из 100 % активно интересуются, и изучают такие дома, в конечном итоге примерно половина делает выбор в пользу энергоэффективности.

Возросший спрос на доступное жилье подтолкнул и рост предложений – на рынке появляется все больше и больше компаний, которые предлагают свои услуги строительства доступного жилья. Как показывают статистика и отзывы потребителей, 15-20% остаются недовольны их работой. С негативной стороны - это существенно подрывает доверие к продукту, с положительной - повышает

интерес к более крупным компаниям, что благоприятно будет влиять на деятельность компании «xxxxxxxxxxxx».

В Украине ежегодно строится порядка 70 000 загородных домов, и с каждым годом доля бюджетного сегмента только увеличивается. Как показывает статистика за 2018 год, самый востребованный размер заказываемого дома – 50 м².

Диаграмма «Размеры заказываемых домов»



Существуют малопопулярные ниши, где еще не очень активно ведут себя действующие конкуренты. Это готовые торговые помещения малого размера, работы по реконструкции действующих зданий, активное участие в государственных тендерах. Чтобы поднять свою долю на рынке и укрепить позиции, компания займется освоением этих направлений.

Поскольку предлагаемый нами продукт появился на рынке сравнительно недавно, и рынок его сбыта уже начинает формироваться, и набирать обороты достаточно сложно абсолютно точно оценить объемы его продаж на ближайшие несколько лет. Тем не менее, можно с уверенностью утверждать, что на рынке уже начался стремительный рост.

На данный момент продажи в денежном выражении увеличиваются на 25-30% ежегодно, а количество реализуемой продукции растет прямо

пропорционально продажам. Замедления в росте на последующие несколько лет не ожидаются. Более того, так как рынок еще не заполнен большим числом крупных производителей, то специалисты прогнозируют дальнейшее увеличение объемов продаж на 30-35 % в год.

3. Конкурентная среда и план завоевания рынка

На сегодняшний день в Украине насчитывается около 50 предприятий, которые позиционируют себя как производственно-строительные компании. Но на самом деле, отнести к ряду конкурентов в области производства энергоэффективных домов можно только четыре из них: «Экопан», «Сервус», «Вауен Хаус», «Домокомплект». Эти компании могут навязать конкуренцию, только в случае получения конфиденциальной информации о технологических процессах производства новых стеновых термопанелей от «xxxxxxxxxx». Все остальные – это лишь застройщики, которые покупают у вышеперечисленных компаний готовые изделия.

Досконально изучив потенциальных конкурентов на рынке, с уверенностью можем сказать, что у всех практически одинаковая политика ведения бизнеса. Поставщики сырья для производства, проведение рекламных акций, и работа с кадрами.

В таблице ниже указаны результаты SWOT – анализа компаний-конкурентов.

	Положительные факторы	Негативные факторы
	Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)	Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)
Внутренняя среда	1) Архитектурное бюро. 2) На рынке Украины минимум 5 лет, доверие среди покупателей. 3) Широкий ассортимент выпускаемой продукции. 4) Постоянные акции и скидки на продукцию. 5) Большой запас сырья. Выпуск продукции в короткие сроки.	1) Отсутствие мотивации у персонала. 2) Некачественная продукция. Частое использование дешевого сырья. 3) Отсутствие долгосрочной гарантии на дом. 4) Отсутствует оплата в рассрочку.

	6) Наличие сертификатов. 7) Собственные производственные мощности. 8) Установившиеся партнерские отношения с поставщиками, поставляющими товар на выгодных условиях.	
	Потенциальные возможности (О)	Имеющиеся угрозы (Т)
Внешняя среда	1) Ненасыщенный рынок Украины дает неограниченные возможности для роста. 2) Филиалы и представительства. 3) Возможности выхода на рынок Европы. 4) Постоянная работа в сфере коммерческого направления. 5) Актуальность продукции и рост спроса на нее.	1) Новый конкурент. 2) Смена предпочтений клиентов.

Каждая компания имеет небольшое отличие друг от друга, но эти факторы никак не влияют на их рыночную позицию и ведение практически одинаковой политики в бизнесе. Данное утверждение основано на реальном факте: один раз в три месяца, наши сотрудники приходят к конкурентам в виде заказчиков. Поэтому для простоты видения общей ситуации на рынке, мы взяли только важные аспекты и позиции.

На основе матрицы были обозначены имеющиеся проблемы на рынке. Согласно этому мы можем назвать основные стратегические направления, и позиционирование компании перед заходом на рынок, а именно:

- 1) Повышение квалификации персонала, систематическая мотивация.
- 2) Разработка нового продукта, и расширение предлагаемых услуг.
- 3) Предоставлять гарантию на дом.
- 4) В ходе деятельности разработать систему беззалоговой рассрочки на дом.
- 5) Наличие собственного производства.

4. Организационный план проекта, номенклатура товаров

Описание основные характеристики производимого продукта. Структурно-изолированная термопанель представляет из себя две влагостойкие плиты OSB-3 толщиной 12 мм, между которыми находится утеплитель в виде немецкого пенополистирола BASF толщиной 150 мм. Каждая из них при изготовлении, вместе с клееным брусом и двутавровой балкой, распиливаются согласно архитектурным чертежам по проекту заказанного дома. В результате, на участок покупатель получает геометрически ровный, экологически чистый, энергоэффективный дом класса А+.

В соответствии с настоящим проектом планируется закупить необходимое оборудование, обустроить арендное помещение, и запустить в работу завод по производству энергоэффективных домов доступного сегмента, мощностью до 500 домов в год (при средней площади - 100 м²), что позволит удовлетворить потребность населения в качественном, современном, и главное – недорогом жилье.

Для эффективной организации и ведения бизнеса нам необходимо офисное и производственное помещение. Офис для сотрудников по работе с клиентами планируется разместить в помещении по адресу: город Киев, переулок Ярослава Хомова,1, второй этаж, оф. 10.

Производственный процесс мы планируем осуществлять в помещении, которое расположено на территории завода «Большевик», по адресу: город Киев, пр-т Победы 49/2.

На начальном этапе планируется произвести косметический ремонт имеющего помещения размером 1500 кв. м., и организовать там производственный завод европейского уровня. Это позволит укрепить и расширить производственную базу, произвести внедрение новых технологий, расширить рынок сбыта и укрепить конкурентоспособность предприятия, обеспечить потребности рынка в продукции и, как следствие, увеличить прибыль компании.

План размещения оборудования в помещении



Планируется, что реализация указанного проекта позволит производить до 15 среднестатистических домов размером 80-100 м² в месяц. При необходимости, ближайшая территория позволяет расширить зоны складирования и производственные помещения. Важнейшим фактором, обеспечивающим устойчивые позиции на рынке, является то, что завод располагает выпуском собственной строительной продукции. Главное в этом виде деятельности - это оборудование. На заводе будет расположена линия полного производства, которая позволяет изготавливать 50 панелей в день, перерабатывать 3 куб. м. леса, и готовить полный комплект будущего дома за 2 рабочих дня. Одним из конкурентных преимуществ завода является его нахождение непосредственно в Киеве (месторасположение указано на карте).



Процесс производства на предприятии представлен следующими этапами:

- поклейка и прессование стеновых панелей;
- закладка деревянных балок в сушильную камеру;
- раскрой панелей согласно чертежам;
- порезка деревянных брусов и двутавров согласно чертежам;
- поклейка и прессовка бруса;
- пропитка всех деревянных изделий антисептическим веществом;
- формирование пазов в панелях и балках;
- контрольная сборка всех стеновых элементов для проверки на геометрическую ровность;
- складирование готовой продукции.

При этом будет производиться следующая готовая продукция: стеновая структурно-изолированная термопанель, клееный брус, деревянная двутавровая балка. Данная продукция будет служить основным материалом для строительства готового дома.

5. Маркетинговый план

Анализ рынка показал острую необходимость в появлении новой производственно-строительной компании, которая удовлетворит рыночный спрос на энергоэффективные дома доступного сегмента.

Целевая аудитория для конечного продукта компании TRUEDOM является достаточно широкой, но её можно разделить на несколько секторов сбыта:

- физические лица, у которых есть земельный участок;
- предприниматели в сфере услуг и торговли;
- застройщики жилых и коммерческих зданий;
- государственные предприятия и структуры.

Поэтому основной посыл нашей компании для рынка будет: «Доступность. Надежность. Энергоэффективность».

Для быстрого и правильного захода на рынок Украины, будет проведена крупная рекламная кампания в социальных сетях Facebook, Instagram, и YouTube. Дополнительно будут размещены информационные баннеры на различных сайтах и форумах в интернете.

Также планируется построить небольшой выставочный экземпляр дома на территории ВДНХ в Киеве, чтоб население смогло воочию увидеть каждый элемент дома в сборном виде.

Участие в тендерах, открытие новых филиалов в крупных городах, договора с другими строительными компаниями, и работа в направлении коммерческого и государственного рынков, будут вести торговые представители, и партнеры компании.

Своей основной маркетинговой задачей в первом квартале 2019 года видим выход компании на уровень масштабной, производственно-строительной компании.

За шесть месяцев, с помощью грамотно спланированной рекламы, новых разработок в сфере домостроения, адекватных цен и профессиональных штатных сотрудников предприятие «xxxxxxxxx» займет свое место в тройке лидеров.

Ниже в таблице приведен состав маркетинговой кампании в первый месяц реализации проекта.

№ п/п	Рекламная площадка	Бюджет на день	Количество дней за месяц	Сумма, грн	Направление средств
1	Facebook	x	20	x	Средства будут направлены на рекламные посты, показаны отображаются исключительно потенциальным клиентам. Такая реклама является самой продуктивной.
2	Instagram	x	20	x	Средства будут направлены на рекламные посты, показаны отображаются исключительно потенциальным клиентам.
3	Youtube	x	30	x	Средства будут направлены на разработку и реализацию концепции рекламного видеоряда.
4	Контекстная реклама Google	x	20	x	Когда человек что-то ищет в интернете, ему Google предлагает зайти на сайт компании, который в момент поиска занимает первое место
5	SEO продвижение сайта	x	1	x	Закупка ссылок для поднятия индексации в поисковой выдаче.
Итого				39 000,00	

В дальнейшем, с третьего квартала 2019 г., наша компания так же планирует ежемесячно выделять средства на маркетинговые расходы в оптимизированных размерах – 19 000,00 грн. Это обеспечит расширение наших позиций на рынке и стабильное привлечение нового покупателя.

6. Персонал и кадровая политика

Для эффективного функционирования бизнеса предусмотрен штат производственного персонала, обеспечивающий непрерывный производственный процесс, а также штат административного персонала для ведения деятельности согласно действующему законодательству, организации взаимодействия с поставщиками и потребителями продукции, с налоговыми органами и финансовыми учреждениями.

В процессе работы компании планируется использовать линейно-функциональную организационную структуру. Основным принципом данного вида структур – распределение различных функций на предприятии между вертикально интегрированными службами. Такой выбор оргструктуры позволит быстро принимать решения, быстро реагировать на изменения во внешней среде и обеспечивать неформальный подход к мотивированию и контролю деятельности сотрудников. Это, несомненно, дает определенные преимущества организации. Штатное расписание с ежемесячным окладом заработной платы представлено в нижеследующей таблице

План по персоналу

№ п/п	Должность	Кол-во, чел.	Оклад, грн./мес.
	<i>Административный персонал</i>		
1	Директор	1	x
2	Бухгалтер	1	x
3	Архитектор	1	x
4	Менеджер по продажам	1	x
	<i>Маркетинговый персонал</i>		
5	Маркетолог	1	x
	<i>Производственный персонал</i>		
6	Прораб	1	x
7	Начальник производства	1	x
8	Сборщик в ЦЕХу	3	x
9	Монтажник	4	x
10	Монолитчик	4	x
	ФОТ ВСЕГО:	18	x

Затраты по выплате заработной платы возникают, начиная с марта 2019 г. (с начала продаж). Все сотрудники будут официально устроены, согласно законодательства на полную ставку. Ежемесячный налог на фонд оплаты труда (ЕСВ), а так же НДФЛ и ВС, учитываются в данном бизнес-плане из расчета средней официальной ставки одного сотрудника в размере 4700,00 грн.

7. Инвестиционный план

Инвестиционный этап длится в течение первого месяца проекта (февраль 2019 г.) и предусматривает закупку необходимых основных средств и расходных материалов для производства и офиса, а также их подготовку и установку для непосредственного запуска и ведения бизнеса.

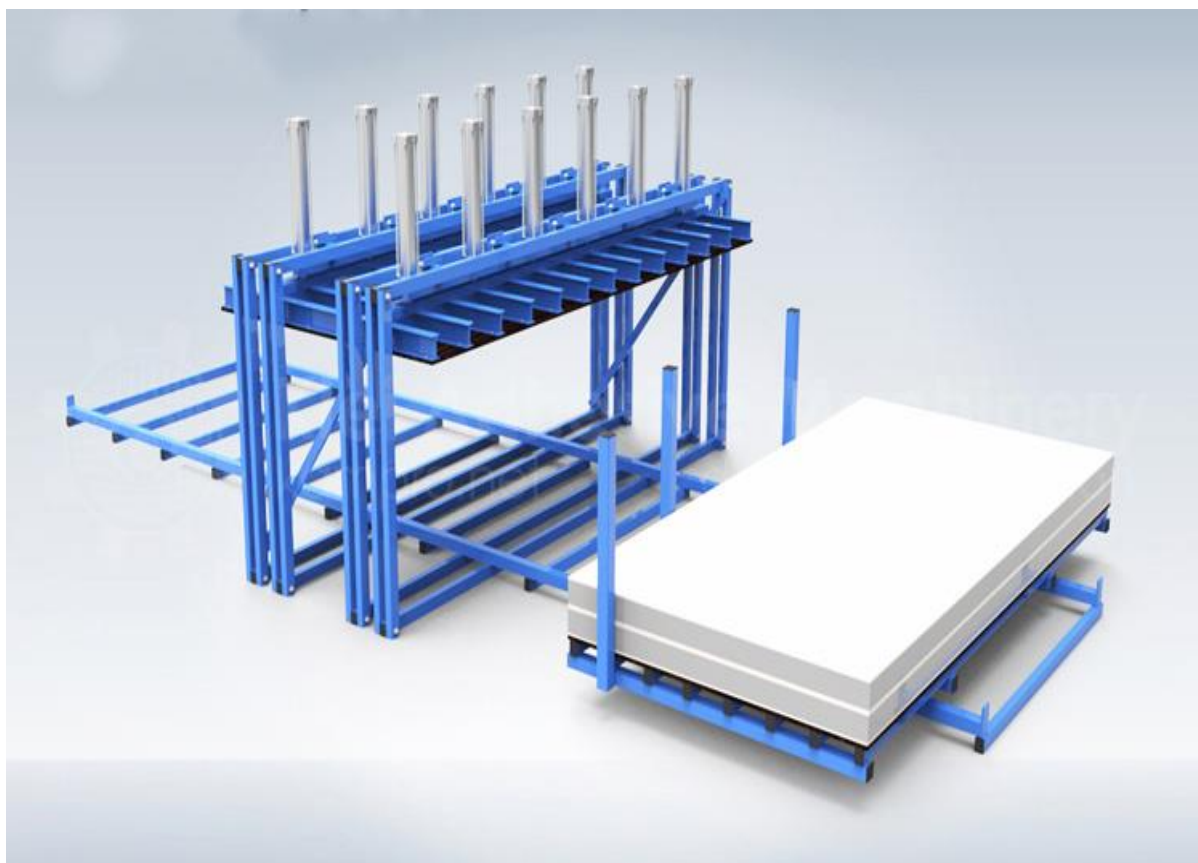


Список этапов инвестирования приведен в таблице ниже.

Перечень этапов инвестирования

Название	Количество, шт	Стоимость, грн	Период (условно)
Покупка и установка металлического пневмопресса (давление 1500 кг/м ²)	2	x	Февраль 2019
Покупка и установка форматно-раскrojного станка с автонастройкой	1	x	Февраль 2019
Покупка и установка клеенаносящей установки с опрыскивателем воды	1	x	Февраль 2019
Покупка и установка станка для выборки пазов в панелях	1	x	Февраль 2019
Покупка и установка сушильной камеры для дерева объемом 5 куб.м.	1	x	Февраль 2019
Покупка двустороннего рейсмус для бруса	1	x	Февраль 2019
Покупка и установка фрезеровочного станка для продольных пазов в балках	1	x	Февраль 2019
Покупка и установка зажимного, горизонтального направления, пневмопресса для дерева	1	x	Февраль 2019
Покупка ручного инструмента (циркулярка, болгарка, дрель, и т.д.)	1	x	Февраль 2019
Покупка разметочного стола рамного типа	2	x	Февраль 2019
Покупка роклы, и перевозного стола	1	x	Февраль 2019
Покупка экипировки и спецодежды	4	x	Февраль 2019
Покупка расходных материалов для ухода за оборудованием	1	x	Февраль 2019
Рекламная кампания перед запуском проекта и в первый месяц продаж	-	x	Февраль – Март 2019
Покупка в офис персонального компьютера HP 15-db0225	2	x	Февраль 2019
Покупка в офис МФУ (принтер) Epson L3070	1	x	Февраль 2019
Покупка в офис WI-FI роутера TP-LINK	1	x	Февраль 2019
Покупка планшета Samsung Galaxy Tab 9,6' E	1	x	Февраль 2019
ВСЕГО:		x	





Кроме перечисленных инвестиционных затрат в сумму, необходимую для запуска бизнеса, будут входить постоянные затраты и расходы на закупку сырья в первый месяц проекта.

8. Постоянные расходы бизнеса, налогообложение

Для целей расчетов в данном бизнес-плане принято допущение касательно политики оптимизации налогообложения: оборот проходит по безналичному расчету частично, закупки сырья по максимуму осуществляются по безналичному расчету с НДС. Налоги к оплате практически «перекрываются», поэтому на оплату Налога на прибыль и НДС заложена ориентировочная сумма.

При расчетах данного проекта учтены следующие планируемые постоянные ежемесячные расходы бизнеса:

Постоянные расходы

Название	Сумма (грн.)/мес.	Оплаты
<i>Управление</i>		
Аренда и содержание офиса	x	В феврале 2019 г. оплачивается в двойном размере
ЕСВ 22% с ФОТ	x	Ежемесячно, с марта 2019 г. до конца проекта, сумма из расчета средней офиц. з/п 4700 грн. для 18 человек.
Налоги	x	Ежемесячно, с марта 2019 г. до конца проекта
<i>Производство</i>		
Электроэнергия	x	Варьируется в зависимости от объема продаж и сезона. (февраль 2019 г. - 5000 грн.; март-июнь 2019 г. – 7000 грн.; июль-август 2019 г. – 8500 грн.; сентябрь-декабрь 2019 г. – 10 000 грн.; январь-март 2020 г. – 8000 грн.)
Плановый техосмотр оборудования	x	В т.числе: 15 000 грн. в октябре 2019 г. и 20 000 грн. в январе 2020 г.
Аренда помещения	x	В феврале 2019 г. уплачивается в двойном размере
<i>Маркетинг</i>		
Реклама и продвижение	x	Ежемесячно, с апреля 2019 г. до конца проекта

9. Себестоимость и ценообразование

Каждый дом имеет свои особенности, конфигурацию, и составляющие. Нами разработан готовый типовой проект дома площадью 50 кв. м. В таблице ниже наведена себестоимость такого проекта («Проект 001»), которая будет взята за основу формирования себестоимости одного метра квадратного готовой продукции нашей компании.

Прямые расходы на 1 типовой проект дома

	Наименование расходов	Стоимость, грн./1м ² ,шт.	К-во единиц на типовой проект	Себестоимость за проект
1	Дверь	x	1 шт.	x
2	Фундамент	x	50 м ²	x
3	Стены	x	50 м ²	x
4	Окна	x	6 м ²	x
5	Крыша	x	95 м ²	x
6	Фасад	x	78 м ²	x
	Себестоимость проекта в 50 м²:	x	-	x

Визуализация типового проекта



На рынке недвижимости дома в подобной комплектации различные компании строят по цене 350 000 - 400 000,00 грн. Компания «TRUEDOM», за счет собственных производственных мощностей, будет реализовывать этот проект для покупателя за 275 000,00 грн., что даст возможность в кратчайшие сроки выйти на лидирующие позиции на рынке. Соответственно, планируемая цена реализации 1 м² жилья – 5 500,00 гривен.

10. План продаж

При проведении анализа рынка, нами сделан вывод об отсутствии резких колебаний выручки в течение всего года, однако присутствует сезонность.

Для целей расчетов данного бизнес-плана были приняты следующие исходные условия:

1) Вся выручка от реализации поступает в течение одного и того же месяца без отсрочек платежа.

2) Оплата поставщикам за сырье и материалы осуществляется в месяц их поставки для производства.

3) Спад продаж наступает с января по март включительно, пиковым для продаж является период с сентября по декабрь.

Планируемый объём продаж по месяцам

Товар	Ед. изм.	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020	2.2020
Готовое жильё	кв.м	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

Товар	Ед. изм.	3.2020
Готовое жильё	кв.м	x

11. Финансово-экономическое обоснование, выводы по эффективности проекта

Прибыли-убытки (грн.)

Строка	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019
Валовый объем продаж	x	x	x	x	x	x	x
Потери	x	x	x	x	x	x	x
Налоги с продаж	x	x	x	x	x	x	x
Чистый объем продаж	x	x	x	x	x	x	x
Материалы и комплектующие	x	x	x	x	x	x	x
Сдельная зарплата	x	x	x	x	x	x	x
Суммарные прямые издержки	x	x	x	x	x	x	x
Валовая прибыль	x	x	x	x	x	x	x
Налог на имущество	x	x	x	x	x	x	x
Административные издержки	x	x	x	x	x	x	x
Производственные издержки	x	x	x	x	x	x	x
Маркетинговые издержки	x	x	x	x	x	x	x
Зарплата административного персонала	x	x	x	x	x	x	x
Зарплата производственного персонала	x	x	x	x	x	x	x
Зарплата маркетингового персонала	x	x	x	x	x	x	x
Налог на ФОТ (ЕСВ)	x	x	x	x	x	x	x
Суммарные постоянные издержки	x	x	x	x	x	x	x
Амортизация	x	x	x	x	x	x	x
Проценты по кредитам	x	x	x	x	x	x	x
Суммарные непроизводственные издержки	x	x	x	x	x	x	x
Другие доходы	x	x	x	x	x	x	x
Другие издержки	x	x	x	x	x	x	x
Убытки предыдущих периодов	x	x	x	x	x	x	x
Прибыль до выплаты налога	x	x	x	x	x	x	x
Прибыль от курсовой разницы	x	x	x	x	x	x	x
Налогооблагаемая прибыль	x	x	x	x	x	x	x
Налог на прибыль	x	x	x	x	x	x	x
Чистая прибыль	x	x	x	x	x	x	x

Прибыли-убытки (грн.) (Продолжение)

Строка	3.2020
Валовый объем продаж	x
Потери	x
Налоги с продаж	x
Чистый объем продаж	x
Материалы и комплектующие	x
Сдельная зарплата	x
Суммарные прямые издержки	x
Валовая прибыль	x
Налог на имущество	x
Административные издержки	x
Производственные издержки	x
Маркетинговые издержки	x
Зарплата административного персонала	x
Зарплата производственного персонала	x
Зарплата маркетингового персонала	x
Налог на ФОТ (ЕСВ)	x
Суммарные постоянные издержки	x
Амортизация	
Проценты по кредитам	
Суммарные непроизводственные издержки	
Другие доходы	
Другие издержки	
Убытки предыдущих периодов	
Прибыль до выплаты налога	x
Прибыль от курсовой разницы	x
Налогооблагаемая прибыль	x
Налог на прибыль	x
Чистая прибыль	x

Кеш-фло (грн.)

Строка	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019
Поступления от продаж	x	x	x	x	x	x	x
Затраты на материалы и комплектующие	x	x	x	x	x	x	x
Затраты на сдельную заработную плату	x	x	x	x	x	x	x
Суммарные прямые издержки	x	x	x	x	x	x	x
Общие издержки	x	x	x	x	x	x	x
Затраты на персонал	x	x	x	x	x	x	x
Суммарные постоянные издержки	x	x	x	x	x	x	x
Вложения в краткосрочные ценные бумаги							
Доходы по краткосрочным ценным бумагам							
Другие поступления							
Другие выплаты							
Налоги	x	x	x	x	x	x	x
Кэш-фло от операционной деятельности	x	x	x	x	x	x	x
Затраты на приобретение активов	x	x	x	x	x	x	x
Другие издержки подготовительного периода	x	x	x	x	x	x	x
Поступления от реализации активов							
Приобретение прав собственности (акций)							
Продажа прав собственности							
Доходы от инвестиционной деятельности							
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	x	x	x	x	x	x	x
Собственный (акционерный) капитал	x	x	x	x	x	x	x
Займы	x	x	x	x	x	x	x
Выплаты в погашение займов	x	x	x	x	x	x	x
Выплаты процентов по займам	x	x	x	x	x	x	x
Лизинговые платежи	x	x	x	x	x	x	x
Выплаты дивидендов	x	x	x	x	x	x	x
Кэш-фло от финансовой деятельности	x	x	x	x	x	x	x
Баланс наличности на начало периода	x	x	x	x	x	x	x
Баланс наличности на конец периода	x	x	x	x	x	x	x

Кеш-фло (грн.) (Продолжение)

Строка	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020	2.2020
Поступления от продаж	x	x	x	x	x	x
Затраты на материалы и комплектующие	x	x	x	x	x	x
Затраты на сдельную заработную плату	x	x	x	x	x	x
Суммарные прямые издержки	x	x	x	x	x	x
Общие издержки	x	x	x	x	x	x
Затраты на персонал	x	x	x	x	x	x
Суммарные постоянные издержки	x	x	x	x	x	x
Вложения в краткосрочные ценные бумаги						
Доходы по краткосрочным ценным бумагам						
Другие поступления						
Другие выплаты						
Налоги	x	x	x	x	x	x
Кэш-фло от операционной деятельности	x	x	x	x	x	x
Затраты на приобретение активов						
Другие издержки подготовительного периода						
Поступления от реализации активов						
Приобретение прав собственности (акций)						
Продажа прав собственности						
Доходы от инвестиционной деятельности						
Кэш-фло от инвестиционной деятельности						
Собственный (акционерный) капитал						
Займы	x	x	x	x	x	x
Выплаты в погашение займов	x	x	x	x	x	x
Выплаты процентов по займам	x	x	x	x	x	x
Лизинговые платежи	x	x	x	x	x	x
Выплаты дивидендов	x	x	x	x	x	x
Кэш-фло от финансовой деятельности	x	x	x	x	x	x
Баланс наличности на начало периода	x	x	x	x	x	x
Баланс наличности на конец периода	x	x	x	x	x	x

Кеш-фло (грн.) (Продолжение)

Строка	3.2020
Поступления от продаж	x
Затраты на материалы и комплектующие	x
Затраты на сдельную заработную плату	x
Суммарные прямые издержки	x
Общие издержки	x
Затраты на персонал	x
Суммарные постоянные издержки	x
Вложения в краткосрочные ценные бумаги	x
Доходы по краткосрочным ценным бумагам	x
Другие поступления	x
Другие выплаты	x
Налоги	x
Кэш-фло от операционной деятельности	x
Затраты на приобретение активов	
Другие издержки подготовительного периода	
Поступления от реализации активов	
Приобретение прав собственности (акций)	
Продажа прав собственности	
Доходы от инвестиционной деятельности	
Кэш-фло от инвестиционной деятельности	
Собственный (акционерный) капитал	
Займы	
Выплаты в погашение займов	
Выплаты процентов по займам	
Лизинговые платежи	
Выплаты дивидендов	
Кэш-фло от финансовой деятельности	
Баланс наличности на начало периода	x
Баланс наличности на конец периода	x

Финансовые показатели

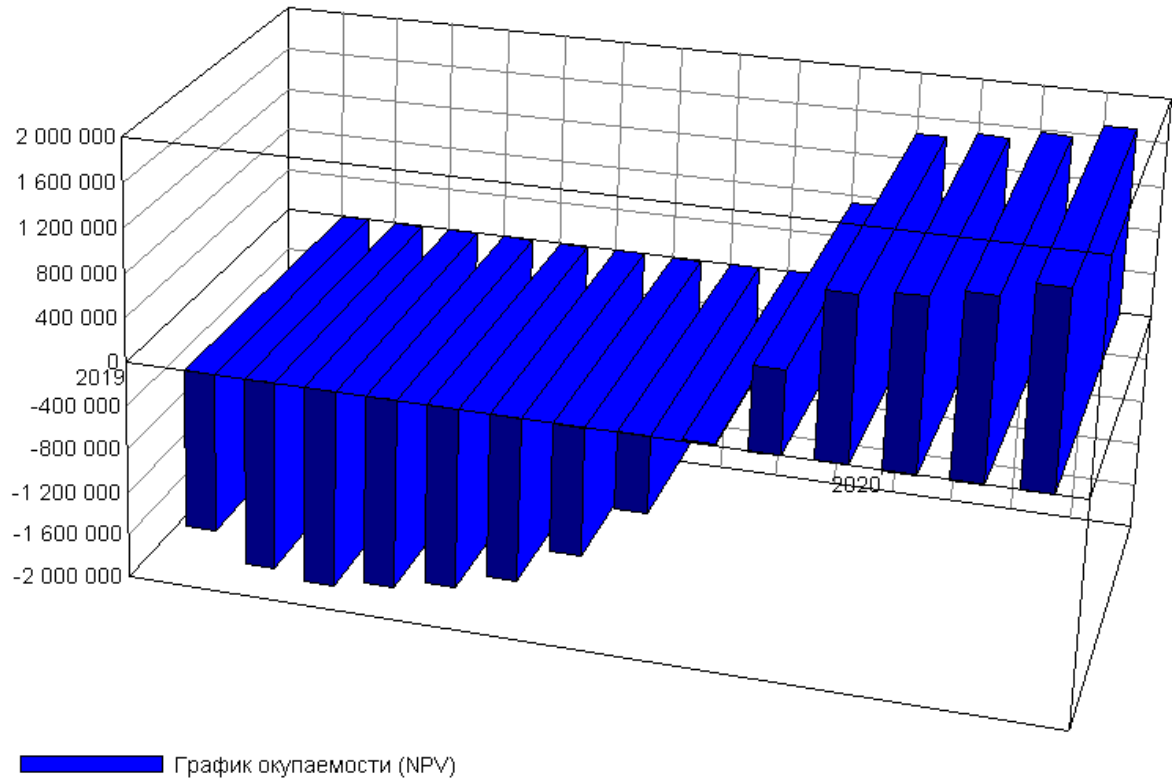
Строка	2.2019	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019
Чистый оборотный капитал (NWC), грн.	x	x	x	x	x	x
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность инвестиций (ROI), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	x	x	x	x	x	x

Строка	8.2019	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020
Чистый оборотный капитал (NWC), грн.	x	x	x	x	x	x
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	x	x	x	x	x	x
Козфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность инвестиций (ROI), %	x	x	x	x	x	x
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	x	x	x	x	x	x

Финансовые показатели (Продолжение)

Строка	2.2020	3.2020
Чистый оборотный капитал (NWC), грн.	x	x
Чистый оборотный капитал (NWC), \$ US	x	x
Коэфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %	x	x
Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %	x	x
Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %	x	x
Рентабельность оборотных активов (RCA), %	x	x
Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %	x	x
Рентабельность инвестиций (ROI), %	x	x
Рентабельность собственного капитала (ROE), %	x	x

График окупаемости проекта (грн.)



Точка безубыточности (грн.)

	3.2019	4.2019	5.2019	6.2019	7.2019	8.2019
Сумма продаж	x	x	x	x	x	x

	9.2019	10.2019	11.2019	12.2019	1.2020	2.2020
Сумма продаж	x	x	x	x	x	x

	3.2020
Сумма продаж	x

Эффективность инвестиций

Показатель	Гривна
Период окупаемости - РВ, мес.	x
Средняя норма рентабельности - ARR, %	x
Чистый приведенный доход - NPV	x
Индекс прибыльности - PI	x
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	x

Период расчета интегральных показателей - 14 мес.

Оценка проекта

Данный проект предусматривает его финансирование в первые месяцы его реализации, включая как инвестиции в необоротные активы, так и покрытие прямых и, частично, постоянных затрат на первых этапах функционирования. Для того, чтобы учесть возможные риски начального этапа существования нового бизнеса и следуя принципу не занижения дохода, мы запланировали достаточно скромные объемы продаж в первые месяцы продаж. В связи с этим, в период с марта по май 2019 года наблюдается минусовое значение чистой прибыли бизнеса, которое постепенно уменьшается (с ростом продаж). Это говорит о том, что на данных этапах бизнес пока не достигает точки безубыточности. О такой же тенденции свидетельствует и таблица «Точка безубыточности». Она показывает нам, что минимально необходимый объем реализации в марте 2019 г. (для того, чтобы бизнес не понес убыток, но и не получил прибыль) составляет xxxx грн. А мы планируем минимальные продажи в марте всего на уровне xxxxx грн.

Проект начинает приносить чистую прибыль с четвертого месяца продаж. Так, в отчете «Прибыли-убытки» мы можем видеть, что уже за июнь 2019 года чистая прибыль бизнеса составила xxxxxxx грн. и в дальнейшем колеблется в зависимости от сезона. При пиковой загрузке чистая прибыль за месяц составляет xxxxxxxxxx грн. (с учетом погашения процентов по кредиту). Это высокий показатель, говорящий о выгодности вложений в данный проект и о способности к

быстрой окупаемости. Кроме того, он говорит и о беспрепятственной способности бизнеса погашать кредит, а также накапливать денежные средства для возврата его тела.

Данные отчет «Кеш-Фло» демонстрируют нам остаток свободных денежных средств на конец каждого месяца. Так, мы видим, что при взятом кредите в xxxxxxxx грн. у бизнеса на конец мая 2019 года остаются резервные свободные средства в размере 59 444 грн. (последняя строка отчета). В последующие же месяцы, когда чистая прибыль выходит в «плюс» мы видим стабильный рост остатка свободных денежных средств, которые формируют актив для погашения взятого кредита.

Окупаемость бизнеса можно проследить по данным «Графика окупаемости», таблицы «Эффективность инвестиций», а детально по месяцам – в отчете «Кеш-фло». Таким образом, согласно плановым данным бизнес-плана, проект окупится на 9-й месяц с момента начала инвестиций (в октябре 2019 года). Это очень хороший показатель, в особенности с учетом того, что идет ежемесячное погашение процентов по кредиту. Он свидетельствует о высоком уровне привлекательности инвестиционного проекта.

Если посмотреть на последнюю строку отчета «Кеш-фло» за март 2020 г., то можно увидеть, что на конец периода расчета данного проекта (14 месяцев) собственник имеет свободную сумму чистой прибыли в своем распоряжении в размере xxxxxxxx грн., с учетом того, что уже будут возвращены кредитные средства и оплачены все проценты по кредиту. Это же иллюстрирует показатель таблицы «Эффективность инвестиций» с наименованием «Чистый приведенный доход – NPV».

Значения коэффициентов рентабельности валовой, операционной и чистой прибыли, а также рентабельности оборотных активов, инвестиций и собственного капитала («Финансовые показатели») показывают, что проект является рентабельным и напрямую чувствительным к объему продаж. При расширении бизнеса его рентабельность будет увеличиваться.

Таблица «Эффективность инвестиций» свидетельствует об эффективности инвестиционного проекта. Так, среднегодовая норма рентабельности за 14 месяцев составила xxxxxxxx% - она показывает, сколько чистой прибыли принесет каждая вложенная единица инвестиций за период проекта.

Индекс прибыльности (PI), имея значение больше «1», уже свидетельствует о привлекательности инвестиционного проекта, поскольку показывает наличие прибыли, приносимой в результате затрат на проект (инвестиций). А значение показателя 2,0 – подтверждает высокий уровень привлекательности бизнеса.

Внутренняя норма рентабельности составила xxxxxxxx%. Этот показатель подлежит сравнению со ставками рентабельности других альтернативных вариантов вложения инвестиций, например, депозиты в банке. На данный момент в Украине максимальная ставка по депозиту в гривне может составлять до 20% годовых. Мы видим, что вложения в рассматриваемый бизнес будут гораздо более эффективным способом использования свободных денежных средств.

Основываясь на представленных выше расчетах и показателях, можно сделать заключение, что данный проект имеет высокий уровень инвестиционной привлекательности и рекомендован к реализации.

12. Анализ рисков и рекомендации по их снижению

Будучи рентабельным бизнесом, анализируемый вид деятельности высокочувствителен к объему продаж. Поэтому важнейшим аспектом ведения бизнеса будет являться обеспечение стабильно высоких объемов продаж и их роста в периоде. Риски, связанные с реализацией проекта, можно разделить на следующие группы:

1. Инвестиционный риск

1.1. Увеличение срока реконструкции и запуска против расчетного по организационным и техническим причинам. Планируется завершить

реконструкцию по проекту в сжатые сроки. Мастера, электрики и обслуживающий персонал уже провели дефектовку и начали работы. Срок ремонта составит 1 месяц, по истечении данного срока завод будет запущен, все незавершенные работы будут доделываться в процессе. Все расчетные сроки утверждены с запасом.

1.2. Увеличение затрат против плановых. Увеличения затрат не планируется, если возникнет ситуация с нехваткой средств для определенных статьей затрат, она будет пересмотрена на более экономичную.

2. Специальный риск

2.1. Перебои в снабжении электроэнергией. Перебои в электроснабжении маловероятны, поскольку через заводской трансформатор питается поселок. Все инженерные коммуникации многократно продублированы. В случае внештатных ситуаций предприятие планирует организовать их оперативное устранение.

2.2. Сбои в работе техники. Сбои возможны всегда, для этого на заводе задействован квалифицированный персонал, который в кратчайшие сроки на месте устраняет поломки.

3. Общий риск

3.1. Природный (пожары, наводнения и т.п.). От подобных явлений, к сожалению, не застрахован никто. Наводнения в регионе исключены, а возможный пожар не нанесет каких-либо сильных последствий. Здания завода представляют собой кирпично-монолитные конструкции, металлические перекрытия и основания. Будут приняты усиленные меры по пожарной безопасности. Есть возможность после ремонта предприятие застраховать.

3.2. Ограбление. Денежные средства на территории предприятия не хранятся. Касса изолирована металлическими решетками. Все оборудование прикреплено и приварено к рабочим местам. Территория завода постоянно охраняется. 3.3. Политические (изменение законодательства, нормативов и проч.

Данный проект является целесообразным к внедрению, поскольку имеет ряд неоспоримых преимуществ:

- Предлагаемое соединение в данном проекте известных и проверенных на практике технологий в единую технологическую цепь позволяет осуществить эффективное и полное использование дерева, и OSB-3 плит для достижения максимального результата.

- Основные элементы выпускаемой продукции и примененные технологии защищены отечественными и зарубежными патентами, и экологически безопасны.

- Рациональное комплексное использование передовых технологий решает задачу бюджетного жилья и минимизирует воздействие на окружающую среду.

- Предложенный комплекс оборудования и верные пропорции использования различных технологий обеспечивают высокорентабельное производство стеновых панелей, и прочей продукции.

- Проект позволяет городским властям, предприятиям и организациям, предпринимателям и общественности в короткие сроки решить актуальную проблему энергоэффективного жилья, или коммерческого здания.

Учитывая всю вышеизложенную информацию бизнес-плана, данный проект можно считать рекомендованным к инвестированию и реализации.

