



DEMO

Бизнес-план
«Полиграфическое
предприятие»



www.blank.com.ua
finn@stan.com.ua

г. К-ск, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|-----------|
| РЕЗЮМЕ | 4 |
| АКТУАЛЬНОСТЬ ПРОЕКТА | 5 |
| АНАЛИЗ РЫНКА | 5 |
| Конкурентная среда..... | 5 |
| Потенциальные заказчики (клиенты) | 6 |
| Газеты | 6 |
| Рекламный рынок..... | 7 |
| Политические партии, благотворительные организации..... | 7 |
| Частные заказы..... | 7 |
| МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН | 8 |
| Миссия..... | 8 |
| Стратегия | 8 |
| Ассортимент..... | 8 |
| Сырье | 8 |
| Реклама и продвижение | 10 |
| Целевая аудитория | 10 |
| Рекламная стратегия..... | 10 |
| Рекламный бюджет | 10 |
| Интернет-сайт | 11 |
| Бренд..... | 11 |
| SWOT –АНАЛИЗ ПРОЕКТА | 11 |
| ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН | 12 |
| Подготовительный | 12 |
| Инвестиционный | 12 |
| Эксплуатационный..... | 12 |
| Организационная структура и штатное расписание | 12 |
| Юридическое, налоговое и информационное обеспечение проекта..... | 13 |
| ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН | 14 |
| Оборудование..... | 14 |
| Ризографы | 14 |
| Офсетная печать..... | 14 |
| • ЛАЗЕРНОЕ ФИОЛЕТОВОЕ СТРУКТУРНО-ЭКСПОНИРУЮЩЕЕ УСТРОЙСТВО ЭКСПОНИРОВАНИЯ ОФСЕТНЫХ ПЛАСТИН HEIDELBERG PROSETTER | 14 |
| • ФАЛЬЦЕВАЛЬНЫЕ МАШИНЫ STANL | 14 |
| Помещение | 14 |
| Транспортные средства..... | 14 |
| Нематериальные активы..... | 14 |
| ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН | 26 |
| Инвестиции по категориям | 26 |
| План продаж..... | 27 |
| Анализ структуры общих (условно-постоянных) затрат | 28 |
| Анализ налоговой нагрузки..... | 28 |
| Анализ обслуживания кредита..... | 29 |
| Амортизация оборудования..... | 29 |
| ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА | 30 |
| Отчет о движении денежных средств | 31 |
| Расчет ставки дисконтирования | 32 |
| Показатели инвестиционной эффективности | 32 |
| Период окупаемости РВ | 32 |
| Дисконтированный период окупаемости DPВ | 33 |

| | |
|---|-----------|
| Чистый приведенный доход (NPV)..... | 33 |
| Индекс прибыльности PI (Profitability Index) | 33 |
| Внутренняя норма рентабельности IRR (Internal rate of return) | 34 |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности MIRR..... | 34 |
| Окупаемость проекта..... | 35 |
| Финансово-экономические показатели проекта..... | 35 |
| АНАЛИЗ БЕЗУБЫТОЧНОСТИ | 36 |
| АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ..... | 37 |
| ВЫВОДЫ О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТА..... | 37 |
| АНАЛИЗ РИСКОВ..... | 37 |
| ОПИСАНИЕ И СПОСОБЫ МИНИМИЗАЦИИ РИСКОВ..... | 37 |
| Риск начала бизнеса..... | 37 |
| Риск невостребованности услуги..... | 38 |
| Риск недофинансирования..... | 38 |
| Юридические и репутационные риски..... | 38 |
| Технические и технологические риски..... | 38 |
| Политический и административный риск..... | 39 |
| Коммерческий риск..... | 39 |
| Риск превышения стоимости и сроков строительства (установки оборудования) | 39 |
| Финансовые риски..... | 39 |
| Риск срыва поставок расходных материалов (сырья) | 40 |
| ПРОФИЛЬ РИСКОВ | 40 |

Резюме

Целью проекта является создание современного полиграфического предприятия широкого ассортимента печатной продукции.

Основным рынком являются потребители города К. (население 300 тыс.чел)- газеты, рекламные агентства, общественные и политические организации, частные лица.

Основное сырье- полиграфическая бумага, картон и различные полимерные носители, расходные лако-красочные материалы.

Место реализации: город К.

Социальная составляющая: создание высокооплачиваемых квалифицированных рабочих мест, сдерживание миграции молодого населения из города. Обеспечение населения и организаций высококачественной современной печатной продукцией.

Объем инвестиций в проект составляет *** тыс.грн, в т.ч.:**

| №пп | Категория | тыс.грн. |
|-----|------------------------------|--------------|
| | Административный персонал | |
| | Коммерческий персонал | |
| | Производственный персонал | |
| | Оборудование | |
| | Транспорт | |
| | Аренда, коммунальные | |
| | Нематериальные активы | |
| | Представительские, рекламные | |
| | Запасы сырья | |
| | непредвиденные | |
| | прочие | |
| | ИТОГО: | ***** |

Предполагаемая схема финансирования выглядит следующим образом:

15% - собственные средства

85% - заемные средства (инвестиционный банковский кредит)

Основные поставщики оборудования: производители полиграфического оборудования с мировым именем: RISO, Duplo, Ricon, Glunz&Jensen, Heidelberg, POLAR, Stahl.

Период подготовки, установки и запуска оборудования – 6 месяцев со дня начала финансирования.

Выход на проектную мощность – 20 месяцев со дня запуска

Основные показатели проекта:

- площадь необходимых помещений 100-150 кв.м.

- персонал 23 чел

Проект начинает приносить прибыль ко 2-му кварталу 2-го года, и в течение первых 4 лет объем чистой прибыли после уплаты налогов составит *****, что позволит погасить кредит и проценты по нему.

Вся продукция реализуется на локальном рынке города К., при больших заказах возможен экспорт.

Финансово-экономические показатели проекта

| Показатель | Значение | размерность |
|---|----------------------|-------------|
| Чистый доход NV | | тыс.грн |
| Чистый приведенный доход (NPV) | | тыс.грн |
| Индекс прибыльности PI (Profitability Index) | 16,8% | % |
| Простой период окупаемости PB | 4,0 | лет |
| Дисконтируемый период окупаемости DPB | 4,8 | лет |
| Внутренняя норма рентабельности IRR | 86,44 | % |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности MIRR | 17,4 | % |
| Источники финансирования | | тыс.грн |
| | в т.ч. | |
| | Собственные средства | тыс.грн |
| | Заемные средства | тыс.грн |

Актуальность проекта

В современном мире, несмотря на бурное развитие электронно-цифровых технологий, бумажные носители информации играют преобладающую роль, и в ближайшем обозримом будущем ситуация существенно не изменится. Газеты, журналы, рекламные буклеты, книги, путеводители, и уж тем более упаковка- без этого всего невозможно представить современную жизнь, бизнес, обучение.

Кажущееся изобилие всевозможной печатной продукции – обманчиво, потому что ужесточение конкуренции между, например, газетами – ведет к стремлению их создателей повысить качество выпускаемого материала не только в содержании, но и в качестве печати, удешевлении стоимости и оперативности изготовления.

Значительная часть существующих полиграфических мощностей – исчерпала (или близко к этому) свой технический и моральный ресурс, имеет неудовлетворительную организацию производства, и, как следствие- недовольство клиентов, несоответствие их растущим потребностям.

Мощные и современные полиграфические предприятия, как правило, расположены в городах- миллионниках, что для клиентов из небольших (до 300,000 жителей) городов во-первых, приводит к значительному росту стоимости логистики (транспортировки) – а при небольших тиражах это существенно снижает конкурентоспособность предлагаемой цены, а во-вторых, к снижению оперативности исполнения заказов.

Таким образом, можно сделать вывод, что на рынке полиграфической продукции, особенно, как сказано выше, в небольших городах- существуют конкурентные ниши, занять которые вполне возможно при относительно невысоких затратах.

www.blank.com.ua

Анализ рынка

Конкурентная среда

В городе К. существует несколько полиграфических предприятий. Рассмотрим их подробнее.

Сотрудничество с газетами позволит размещать собственную рекламу по бартеру-взаимозачету, за счет предоставления скидок газетам на печать.

Таким образом, рекламный бюджет может ограничиться **ок.****000 грн в месяц**

Интернет-сайт

Поскольку одним из основных презентационных критериев (кроме собственно качества печати и широты ассортимента предоставляемых полиграфических услуг) является креативно-дизайнерский уровень персонала предприятия - создание сайта требует достаточно внимательного подхода и относительно высоких затрат при небольшом объеме собственно сайта и подаваемого материала.

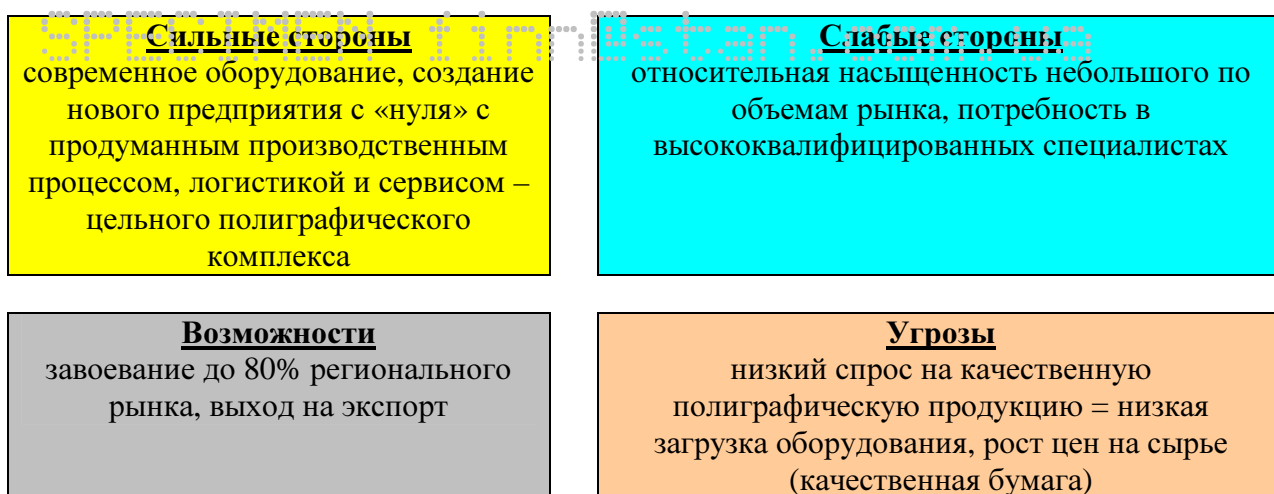
Ориентировочный бюджет – **** ,000 грн** единоразово и ****** грн в мес** на поддержку и хостинг.

Бренд

Важным моментом рекламной стратегии и позиционирования предприятия является создание и продвижение бренда. При невозможности самостоятельно решить эту позицию есть смысл обратиться к профессиональным брендовым агентствам. Здесь мы это подробно рассматривать не будем- это является предметом отдельного, довольно объемного исследования.

Ориентировочный бюджет – ******* грн**

SWOT –анализ проекта



Производственный план.

Оборудование

Ризографы

На российском рынке оборудование для трафаретной печати представлено тремя основными производителями (все- Япония):

Riso

Duplo

Ricon (Rex-Rotary)



востребованы, в основном, аппараты начального уровня ф.А4 и ф.А3

При приблизительно равном уровне цен на предлагаемое оборудование, исходя из анализа доступности сервиса, комплекса услуг, требуемой производительности и проч, предлагается выбор остановить на следующей модели:

Ricon Pro™ 1107



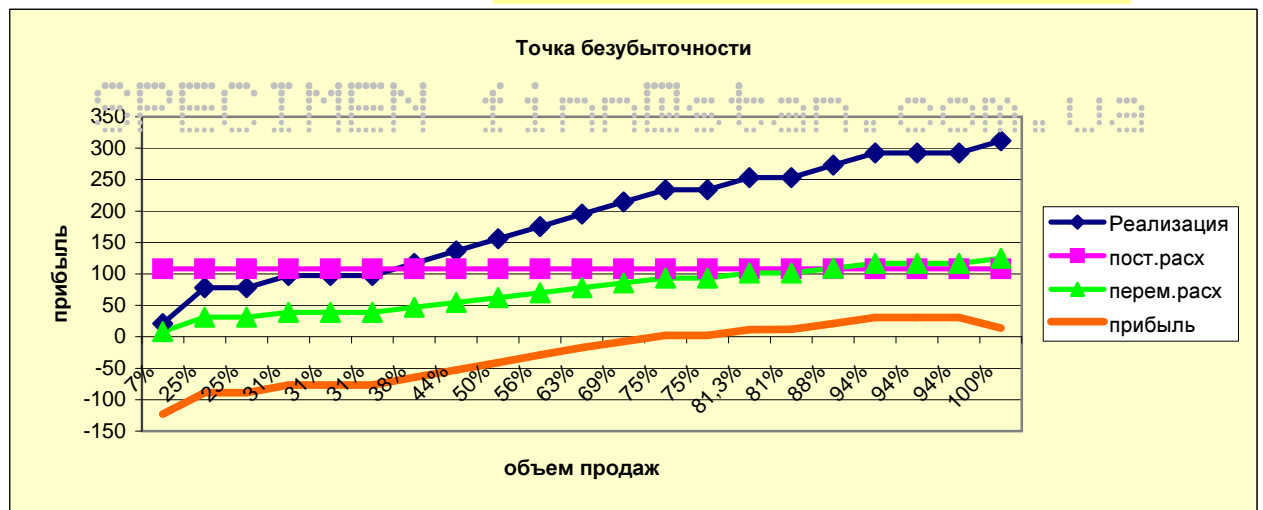
Спецификации

ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Технологии

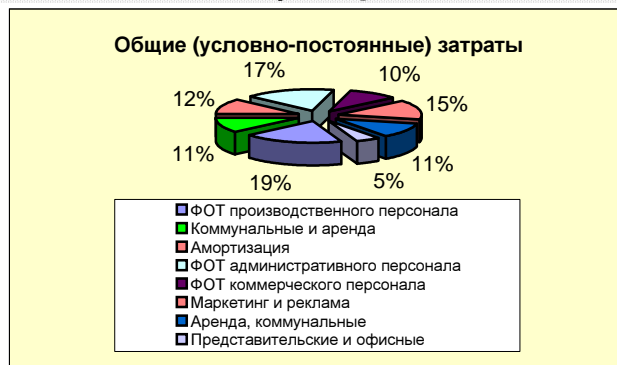
2 x 4-лучевая лазерная светодиодная технология и

| | | Амортиз 15% | % по Кт | Налоги НП | ФСС | Ч.приб | ТПЕ |
|-----------------------|----------|----------------|----------------|--------------|--------------|----------------|------|
| 1 кв | январь | 12,5 | | | 15,2 | -123,1 | |
| | февраль | 12,5 | | | 15,2 | -88,9 | |
| | март | 12,5 | | | 15,2 | -88,9 | |
| 2 кв | апрель | 12,0 | | | 15,2 | -76,7 | |
| | май | 12,0 | | | 15,2 | -76,7 | |
| | июнь | 12,0 | | | 15,2 | -76,7 | |
| 3 кв | июль | 11,6 | | | 15,2 | -64,5 | |
| | август | 11,6 | | | 15,2 | -52,8 | |
| | сентябрь | 11,6 | | | 15,2 | -41,1 | |
| 4 кв | октябрь | 11,1 | | | 15,2 | -29,0 | |
| | ноябрь | 11,1 | | | 15,2 | -17,3 | |
| | декабрь | 11,1 | | 1,9 | 15,2 | -7,5 | |
| ИТОГО | | 141,8 | | | | | |
| 1 кв 2 год | январь | 10,7 | | 4,3 | 15,2 | 2,2 | |
| | февраль | 10,7 | | 4,3 | 15,2 | 2,2 | |
| | март | 10,7 | | 6,7 | 15,2 | 11,5 | |
| 2 кв | апрель | 10,3 | | 6,8 | 15,2 | 11,9 | |
| | май | 10,3 | | 9,1 | 15,2 | 21,2 | |
| | июнь | 10,3 | | 11,4 | 15,2 | 30,6 | |
| 3 кв | июль | 9,9 | | 11,5 | 15,2 | 30,9 | |
| | август | 9,9 | | 11,5 | 15,2 | 30,9 | |
| | сентябрь | 9,9 | 33,0 | 7,2 | 15,2 | 13,8 | 2,40 |
| 4 кв | октябрь | 9,6 | 33,0 | 7,3 | 15,2 | 14,1 | 2,40 |
| | ноябрь | 9,6 | 33,0 | 7,3 | 15,2 | 14,1 | 2,40 |
| | декабрь | 9,6 | 33,0 | 7,3 | 15,2 | 14,1 | 2,40 |
| ИТОГО | | 121,7 | | | | | |
| 1 кв 3 год | | 27,6 | 99,1 | 65,4 | 45,5 | 216,1 | 4,58 |
| 2 кв | | 26,6 | 99,1 | 65,6 | 45,5 | 216,9 | 4,58 |
| 3 кв | | 25,6 | 99,1 | 65,8 | 45,5 | 217,7 | 4,58 |
| 4 кв | | 24,6 | 99,1 | 66,0 | 45,5 | 218,5 | 4,58 |
| ИТОГО | | 104,4 | | | | | |
| 1 кв 4 год | | 23,7 | 99,1 | 66,2 | 45,5 | 219,2 | 4,58 |
| 2 кв | | 22,8 | 99,1 | 66,3 | 45,5 | 219,9 | 4,58 |
| 3 кв | | 22,0 | 99,1 | 66,5 | 45,5 | 220,6 | 4,58 |
| 4 кв | | 21,1 | 99,1 | 66,7 | 45,5 | 221,3 | 4,58 |
| ИТОГО | | 89,6 | | | | | |
| 1 кв 5 год | | 20,3 | 99,1 | 66,8 | 45,5 | 221,9 | 4,58 |
| 2 кв | | 19,6 | 99,1 | 67,0 | 45,5 | 222,5 | 4,58 |
| 3 кв | | 18,8 | 99,1 | 67,1 | 45,5 | 223,1 | 4,58 |
| 4 кв | | 18,1 | 99,1 | 67,3 | 45,5 | 223,7 | 4,58 |
| ИТОГО | | 76,9 | 1 320,8 | 860,4 | 909,0 | 2 096,1 | |
| Итого за 5 лет | | 534,4 | | | | | |



Анализ структуры общих (условно-постоянных) затрат

| | тыс.грн |
|---------------------------------|--------------|
| ФОТ производственного персонала | 21,1 |
| Коммунальные и аренда | 12,0 |
| Амортизация | 12,5 |
| ФОТ административного персонала | 18,9 |
| ФОТ коммерческого персонала | 10,5 |
| Маркетинг и реклама | 16,0 |
| Аренда, коммунальные | 12,0 |
| Представительские и офисные | 5,0 |
| | 108,0 |



Анализ налоговой нагрузки

| | |
|--|-------------|
| Основная налоговая нагрузка - налог на прибыль | 860 тыс.грн |
| и отчисления в социальные фонды на зарплату работников | 909 тыс.грн |

Анализ обслуживания кредита

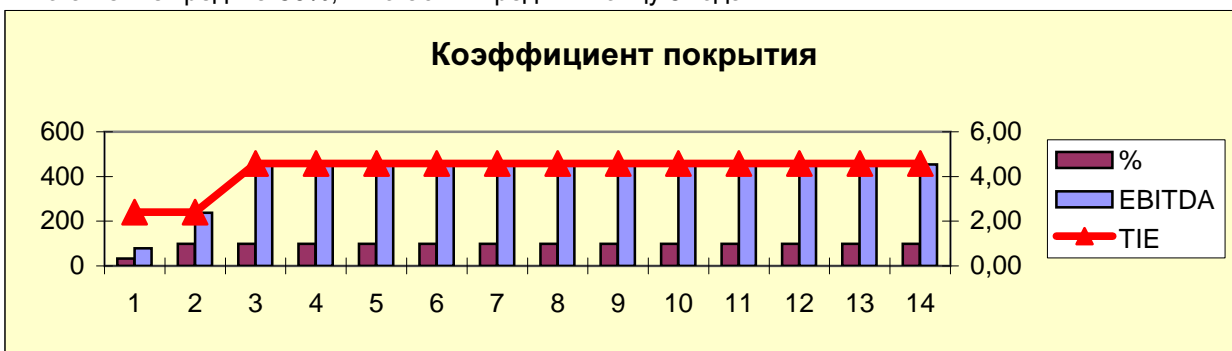
| | | |
|-----------------------------|----------------------------|-----|
| Кредит привлекается на срок | 5 лет с процентной ставкой | 15% |
| Общая сумма кредита | 1 761 000 грн | |
| Выплата по процентам | 1 320 750 грн | |
| с отсрочкой погашения | 20 месяцев | |
| | 33 019 грн в месяц | |

Коэффициент покрытия процентов (*Interest Coverage Ratio, Times Interest Earned, TIE*) - финансовый показатель, рассчитываемый как прибыль до налогов и процентов, деленная на начисленные проценты по кредитам

| Кредит планируется брать 2-мя частями | период | |
|--|----------------------|----------|
| 1. на приобретение оборудования | 1 000 000 грн | 1 кв 1 г |
| 2. четырьмя траншами на пополнение оборотных средств | | |
| | 250 000 грн | 1 кв 1 г |
| | 230 000 грн | 2 кв 1 г |
| | 155 000 грн | 3 кв 1 г |
| | 55 000 грн | 4 кв 1 г |
| <i>Итого 2 часть</i> | 690 000 грн | |
| Всего кредитных средств | 1 761 000 грн | |

Полное погашение кредита теоретически возможно к концу 4 года (фиол.поле) что позволит сэконоить на уплате % **396** однако полностью лишит предприятия оборотных средств а, следовательно, возможности к развитию и реакции на непредвиденные ситуации

Поэтому наиболее рациональным было бы на протяжении 5-го года разделить накапливаемые оборотные средства на страховой фонд 50% и погашение кредита 50%, и погасить кредит к концу 5 года



Финансовые результаты проекта

| | тыс.грн |
|--|----------|
| Совокупная выручка (за 5 лет) составит | 16 069,5 |
| ЕВITDA (прибыль+проценты+налог) | 5 753,7 |
| Чистая прибыль | 2 096,1 |

| | выручка | Чистая | | накопл.ЧДП |
|-------|---------|--------------------|---------|------------|
| | | ЕВITDA (п/прибыль) | прибыль | |
| 1 год | | | | |
| 1 кв | 177 | -217,8 | -300,8 | -300,8 |
| 2 кв | 293 | -148,5 | -230,0 | -530,8 |
| 3 кв | 410 | -78,3 | -158,5 | -689,3 |
| 4 кв | 585 | 27,0 | -53,8 | -743,1 |
| 2 год | | | | |
| 1 кв | 722 | 108,9 | 15,9 | -727,2 |
| 2 кв | 819 | 167,4 | 63,7 | -663,5 |
| 3 кв | 897 | 214,2 | 75,6 | -587,8 |
| 4 кв | 936 | 237,6 | 42,4 | -545,4 |
| 3 год | | | | |
| 1 кв | 936 | 453,6 | 216,1 | -329,3 |
| 2 кв | 936 | 453,6 | 216,9 | -112,4 |
| 3 кв | 936 | 453,6 | 217,7 | 105,3 |
| 4 кв | 936 | 453,6 | 218,5 | 323,8 |
| 4 год | | | | |
| 1 кв | 936 | 453,6 | 219,2 | 543,0 |
| 2 кв | 936 | 453,6 | 219,9 | 763,0 |
| 3 кв | 936 | 453,6 | 220,6 | 983,6 |
| 4 кв | 936 | 453,6 | 221,3 | 1 204,8 |
| 5 год | | | | |
| 1 кв | 936 | 453,6 | 221,9 | 1 426,8 |
| 2 кв | 936 | 453,6 | 222,5 | 1 649,3 |
| 3 кв | 936 | 453,6 | 223,1 | 1 872,4 |
| 4 кв | 936 | 453,6 | 223,7 | 2 096,1 |



Дисконтированный период окупаемости DPP

Дисконтированный период окупаемости DPB (Discounted Payback period) рассчитывается аналогично PB, однако в этом случае инвестиции и чистые поступления дисконтируются.

$$\sum_{t=1}^{DPB} \frac{Investment\ s_t}{(1+r)^{t-1}} = \sum_{t=1}^{DPB} \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}}$$

где
 Investment_t – инвестиции в
 месяце t
 CF_t – чистые поступления в
 месяце t
 r – ставка дисконтирования

Этот показатель дает более реалистичную оценку периода окупаемости, чем PB- при условии корректного выбора ставки дисконтирования.

4,8

лет

Чистый приведенный доход (NPV)

Показатель представляет собой абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. Обязательным условием реализации проекта является неотрицательное значение чистого приведенного дохода.

$$NPV = \sum_{t=1}^N \frac{CF_1}{(1+r)^{t-1}} - \sum_{t=1}^N \frac{Investments_t}{(1+r)^{t-1}}$$

где:
 Investment_t – инвестиции в
 месяце t
 CF_t – чистые поступления в
 месяце t
 N – длительность проекта в
 месяцах
 r – ставка дисконтирования

1 676,2

тыс.грн

Индекс прибыльности PI (Profitability Index)

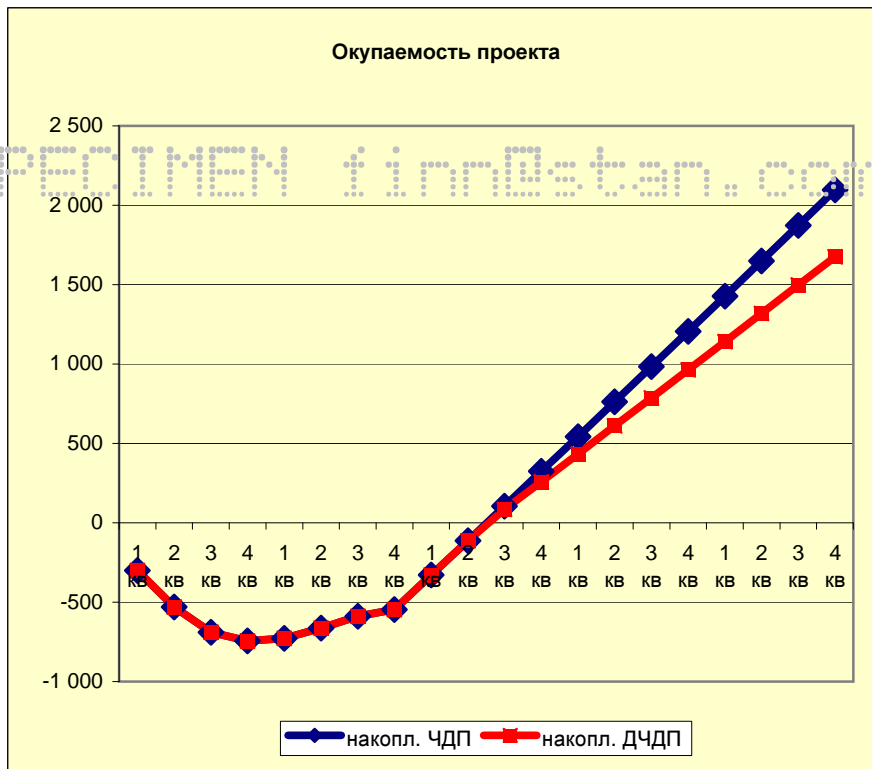
Показатель демонстрирует относительную величину доходности проекта. Он определяет сумму чистых поступлений на единицу инвестированных средств. Обязательное условие реализации проекта: Индекс прибыльности должен быть не меньше 1

$$PI = \frac{\sum_{t=1}^N \frac{CF_t}{(1+r)^{t-1}}}{\sum_{t=1}^N \frac{Investment\ s_t}{(1+r)^{t-1}}}$$

где:
 Investment_t – инвестиции в месяце t
 CF_t – чистые поступления в месяце t
 N – длительность проекта в месяцах
 r – ставка дисконтирования

 $\frac{282,0}{1\ 684,1}$ **16,7%**

Окупаемость проекта



| | накопл. ЧДП | накопл. ДЧДП |
|------|----------------|-----------------|
| 1 кв | -300,8 | -300,8 |
| 2 кв | -530,8 | -530,8 |
| 3 кв | -689,3 | -689,3 |
| 4 кв | -743,1 | -743,1 |
| 1 кв | -727,2 | -727,2 |
| 2 кв | -663,5 | -663,5 |
| 3 кв | -587,8 | -587,8 |
| 4 кв | -545,4 | -545,4 |
| 1 кв | -329,3 | -329,3 |
| 2 кв | -112,4 | -112,4 |
| 3 кв | 105,3 | 84,2 |
| 4 кв | 323,8 | 258,9 |
| 1 кв | 543,0 | 434,3 |
| 2 кв | 763,0 | 610,1 |
| 3 кв | 983,6 | 786,6 |
| 4 кв | 1 204,8 | 963,5 |
| 1 кв | 1 426,8 | 1 141,0 |
| 2 кв | 1 649,3 | 1 318,9 |
| 3 кв | 1 872,4 | 1 497,3 |
| 4 кв | 2 096,1 | 1 676,2 |

Финансово-экономические показатели проекта

| Показатель | Значение | размерность |
|---|----------------------|-----------------|
| Чистый доход NV | 2 096,1 | тыс.грн |
| Чистый приведенный доход (NPV) | 1 676,2 | тыс.грн |
| Индекс прибыльности PI (Profitability Index) | 16,7% | % |
| Простой период окупаемости PP | 4,0 | лет |
| Дисконтируемый период окупаемости DPP | 4,8 | лет |
| Внутренняя норма рентабельности IRR | 86,44 | % |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности MIRR | 16,7 | % |
| Источники финансирования | 1 961,0 | тыс.грн |
| | В т.ч. | |
| | Собственные средства | 200,0 тыс.грн |
| | Заемные средства | 1 761,0 тыс.грн |

Анализ безубыточности

Анализ безубыточности является инструментом управления издержками предприятия. Конечной целью является максимизация прибыли.

Процесс управления издержками включает:

- понимание причины их возникновения
- анализ и измерение издержек
- принятие мер для улучшения структуры издержек

Для решения этих задач используется модель калькулирования по переменным издержкам, как наиболее простой и эффективный способ точного анализа издержек предприятия.

Оценить влияние каждой издержки в отдельности представляется весьма трудоемким занятием, поэтому производится их классификация - объединение в группы на основе схожести поведения и влияния.

Т.к. рассматриваемая модель изучает изменение объема выпуска, важнейшим критерием является зависимость величины данного вида издержек от объема

- **переменные издержки** - изменяются при изменении объема
- **постоянные (условно-постоянные) издержки** - не изменяющиеся на определенном промежутке времени при изменении объема

Точка безубыточности определяет значение объема сбыта в натуральном или денежном выражении, при котором операционная прибыль равно 0.

Превышение объемом продаж точки безубыточности называется **запасом финансовой прочности**. Может выражаться в валюте или процентах от значения объема продаж.

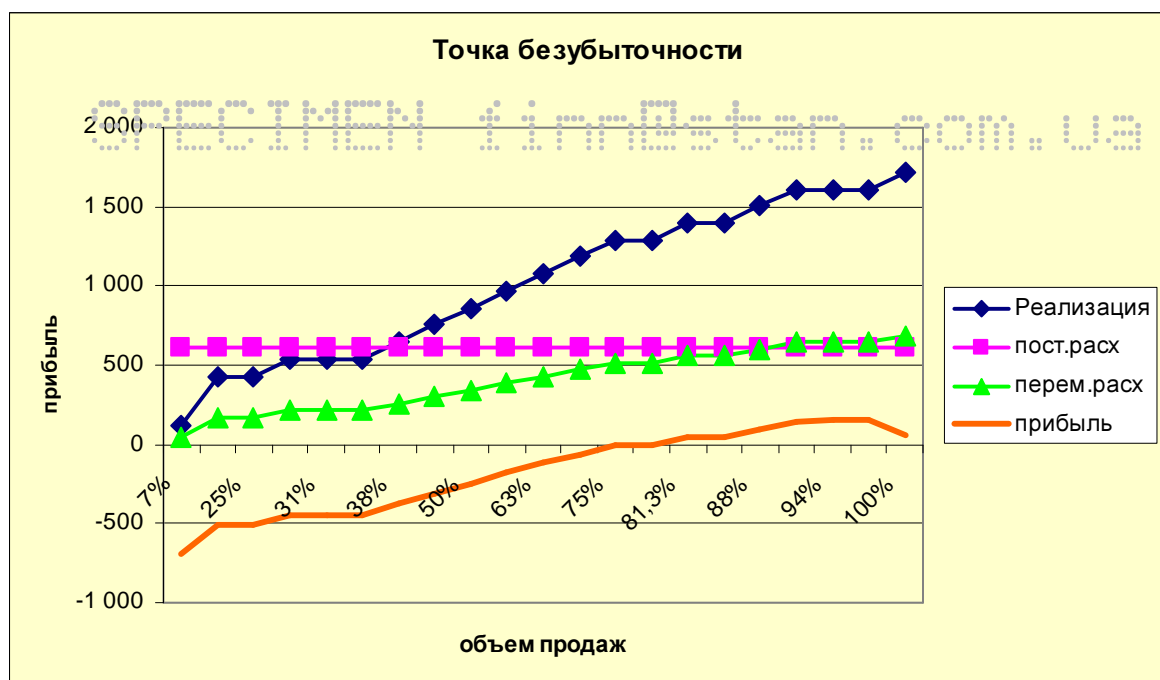
ЗФП вычисляется по формуле:

$$\text{ЗФП}_{\text{руб}} = V - \text{ТБ}_{\text{руб}}$$

Анализ безубыточности проведен по среднегодовым показателям проекта.

Среднее значение **точки безубыточности** составляет *** тыс.грн, или **81,3%**

Среднее значение **запаса финансовой прочности** составляет *** тыс.грн (на протяжении 2-го года, до начала выплаты процентов по кредиту)



Анализ чувствительности

Наиболее чувствительным фактором при реализации проекта является **объем продаж** (реализация), поскольку цена на готовую продукцию достаточно унифицирована и не подвержена сколь-либо значительным колебаниям, и цены на расходные материалы достаточно стабильны.

Выводы о целесообразности внедрения проекта

В целом проект характеризуется высоким уровнем инвестиционной эффективности, высоким уровнем NPV, IRR и быстрым сроком окупаемости. Серьезным фактором является достижение необходимого уровня продаж.

По результатам финансово-экономического анализа сделан вывод о целесообразности его реализации.

Анализ рисков

Описание и способы минимизации рисков

Риск - возможность получения результата, отличного в неблагоприятную сторону от ожидаемого развития ситуации или получение потерь в ходе выполнения определенной деятельности. Риск связан с наступлением потенциально нежелательных или ухудшающих ситуацию событий. Риски необходимо предвидеть и оценивать для своевременного принятия эффективных мер по их минимизации. С этой целью проводится качественная индивидуальная оценка наиболее значимых рисков и определяются способы их минимизации.

Риск начала бизнеса

Обусловлен:

- неналаженностью производственного процесса
- неотлаженность оборудования
- отсутствием четких установленных связей с поставщиками
- неопытность персонала
- отсутствие кредитной истории
- отсутствие репутации у клиентов, неизвестный бренд

Минимизация:

- тщательная подготовка
- обучение персонала
- пробный прогон оборудования
- создание запасов расходных материалов «рабочий цикл» +2 дня
- тщательная подготовка бизнес-плана, убедительного для инвесторов
- мощная рекламная кампания

Примечание.

Данный бизнес-план является демонстрационной версией, содержит эмпирические данные по изучению несуществующего (воображаемого) рынка, неполный (неточный) состав оборудования, ориентировочные цены на оборудование и сырье и не может служить основанием для внедрения реального проекта.

Однако, модель расчета финансово-экономических показателей, методика оценки, взаимосвязь показателей, формулы и выводы- соблюдены.

При наличии реальных данных по реальному рынку и реальному составу оборудования с уточненными ценами – проект легко пересчитывается и может служить готовым инструментом для оценки и внедрения реального проекта полиграфического предприятия, а также предприятий других отраслей.

С уважением,

разработчик бизнес-плана

Дворжак Антон, finn@stan.com.ua