

БИЗНЕС-ПЛАН ТУРИСТИЧЕСКОГО АГЕНСТВА

2014

Выпуск 3 (Демо-версия)



КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О БИЗНЕС-ПЛАНЕ

Бизнес-план туристического агентства разработан с целью привлечения кредитных средств для организации туристического агентства по продаже туристических путевок.

Вместе с бизнес-планом Вы получаете автоматизированную финансовую модель в формате Excel, которую можете корректировать самостоятельно. Полностью автоматизированная финансовая модель исключает возможность допущения ошибки в расчетах. Достаточно поменять основные параметры проекта, и вся модель будет изменена автоматически.

Цель проекта:

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств для организации туристического агентства.

Объем и формат исследования

Количество страниц – 160 стр.

Язык отчета – русский

Исследование содержит: 45 таблиц, 47 диаграмм, 9 графиков, 5 схем

Дата выхода исследования: 27 января 2014 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

2. ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

2.1. Этапы создания туристического агентства

2.2. Оформление документов

- 2.2.1. Регистрация юридического лица
- 2.2.2. Подбор и аренда (покупка) помещения
- 2.2.3. Заключение на помещение
- 2.2.4. Лицензирование
- 2.2.5. Сертификация продукции
- 2.2.6. Смета на получение документов

3. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

3.1. Основные понятия и термины

3.2. Классификация туризма

3.3. Мировой рынок туристических услуг

- 3.3.1. Динамика туристического потока
- 3.3.2. Структура туристического потока по целям визита и видам транспорта
 - По целям визита
 - По видам транспорта
- 3.3.3. Структура туристического потока по географическому распределению
 - Общие параметры
 - Европа
 - Азия и Тихоокеанский регион
 - Америка
 - Африка
 - Ближний восток
- 3.3.4. Прогноз развития мирового турпотока до 2030 г.

3.4. Российский рынок туристических услуг

- 3.4.1. Объем и динамика рынка
- 3.4.2. Сегментация рынка
 - Структура в стоимостном выражении
 - Структура туристического потока
- 3.4.3. Участники рынка туристических услуг РФ
 - Структура участников
 - Количество и структура туроператоров
- 3.4.4. Цены на рынке туристических услуг РФ

- Выездной туризм
- Внутренний рынок: динамика и сезонность цен
- 3.4.5. Перспективы развития
 - Проблемы туристического рынка РФ
 - Тенденции развития
- 3.5. Показатели въезда-выезда граждан в России**
 - 3.5.1. Въезд иностранных граждан на территорию РФ
 - 3.5.2. Выезд российских граждан за рубеж
- 4. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНЦЕПЦИИ**
 - 4.1. Основные параметры концепции**
 - 4.2. Техническая часть организации туристического агентства**
- 5. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН**
 - 5.1. Объем инвестиций**
 - 5.2. Финансирование проекта**
- 6. ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН**
 - 6.1. План продаж и стоимость услуг**
 - 6.2. Персонал проекта**
 - 6.2.1. Штатное расписание
 - 6.2.2. Обязанности и характеристика персонала
 - 6.3. Нормы текущих затрат**
 - 6.3.1. Продвижение продукта
- 7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН**
 - 7.1. Общие сведения**
 - 7.2. Налоговое окружение и бюджет**
 - 7.3. Расчет выручки**
 - 7.4. Отчет о движении денежных средств**
 - 7.5. Отчет о прибылях и убытках**
 - 7.6. Бухгалтерский баланс**
- 8. АНАЛИЗ ПРОЕКТА**
 - 8.1. Анализ эффективности проекта**
 - 8.1.1. Эффективность инвестиций
 - Метод дисконтированного периода окупаемости (DPB)
 - Метод чистой приведенной стоимости (NPV - метод)
 - Внутренняя норма рентабельности (IRR)
 - Средняя норма рентабельности (ARR)
 - 8.1.2. Основные показатели эффективности
 - 8.1.3. Финансовая состоятельность проекта

8.2. Анализ рисков

8.2.1. Общая характеристика методов оценки рисков

8.2.2. Качественный анализ рисков

8.2.3. Количественный анализ рисков

8.3. Анализ безубыточности**О КОМПАНИИ GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)**

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1.** Этапы открытия туристического агентства
- Таблица 2.** Стоимость оформления разрешительной документации
- Таблица 3.** Динамика мирового туристического потока по основным регионам мира, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Таблица 4.** Рейтинг самых посещаемых стран по результатам 2012 г., млн. прибытий и %
- Таблица 5.** Наиболее популярные пункты назначения в мире в 2012 г., млн. чел.
- Таблица 6.** Региональная динамика туристического потока в Европу, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Таблица 7.** Динамика туристического потока по странам в Европу, 2010-2012, тыс. чел.
- Таблица 8.** Региональная динамика туристического потока в Азию и Тихоокеанский регион, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Таблица 9.** Динамика турпотока в Азию и Тихоокеанский регион, 2010-2012 гг., тыс. чел. и %
- Таблица 10.** Региональная динамика туристического потока в Америку, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Таблица 11.** Динамика туристического потока по странам Америки, 2010-2012 гг., тыс. чел. и %
- Таблица 12.** Региональная динамика туристического потока в Африку, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Таблица 13.** Динамика туристического потока по странам Африки, 2010-2012 гг., тыс. чел. и %
- Таблица 14.** Динамика туристического потока по странам Ближнего Востока, 2010-2012, тыс. чел.
- Таблица 15.** Прогноз развития мирового туристического рынка до 2030 года по регионам мира, млн. чел. и %
- Таблица 16.** Динамика российского рынка туристических услуг в разрезе сегментов, 2007-2012 гг., млрд. долл. и %
- Таблица 17.** Различительные характеристики основных участников туристского рынка
- Таблица 18.** Динамика средней цены путевки в Турцию в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
- Таблица 19.** Динамика средней цены путевки в Финляндию в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
- Таблица 20.** Динамика средней цены путевки во Францию в регионах РФ, 2007-7М

	2013 г., руб. и %
Таблица 21.	Динамика средней цены путевки в Германию в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
Таблица 22.	Динамика средней цены путевки в Китай в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
Таблица 23.	Динамика средней цены путевки в Испанию в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
Таблица 24.	Динамика средней цены на автобусные туры в регионах РФ, 2007-7М 2013 г., руб. и %
Таблица 25.	Въезд иностранных граждан на территорию РФ в разрезе стран мира и целей поездки, 2011 - 1 кв. 2013 гг., ед. и %
Таблица 26.	Выезд граждан РФ за рубеж в разрезе стран мира и целей поездки, 2011 - I пол. 2013 гг., поездок и %
Таблица 27.	Характеристика концепции организуемого туристического агентства
Таблица 28.	Общие затраты и количество оборудования и мебель
Таблица 29.	Инвестиционные издержки по проекту
Таблица 30.	Схема финансирования проекта
Таблица 31.	Цены на услуги туристического агентства
Таблица 32.	Параметры поступлений по проекту
Таблица 33.	Штатное расписание по проекту
Таблица 34.	Нормы текущих затрат по проекту
Таблица 35.	Ставки налогов и суммы выплат за период планирования
Таблица 36.	Расчет выручки проекта, тыс. руб.
Таблица 37.	Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.
Таблица 38.	Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
Таблица 39.	Бухгалтерский баланс по проекту, тыс. руб.
Таблица 40.	Показатели эффективности по проекту
Таблица 41.	Показатели финансовой состоятельности по проекту
Таблица 42.	Характеристики методов оценки рисков проектов
Таблица 43.	Качественный анализ рисков
Таблица 44.	Анализ чувствительности проекта
Таблица 45.	Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1.	Динамика мирового туристического потока, 1990-2013 (П) гг., млн. чел. и %
Диаграмма 2.	Цели визита в мировом въездном туризме, 2012 г., %

- Диаграмма 3.** Прибытия международных туристов по видам транспорта, 2012 г., %
- Диаграмма 4.** Динамика доли развитых и развивающихся стран в мировом туристическом потоке, 1990-2012 гг., %
- Диаграмма 5.** Динамика структуры мирового туристического потока по регионам мира, 1990-2012 гг., %
- Диаграмма 6.** Динамика международных прибытий в Европу, 1990-2012 гг., млн. чел. и %
- Диаграмма 7.** Структура регионального туристического потока в Европу, 1990-2012 гг., %
- Диаграмма 8.** Структура регионального туристического потока в Азии и Тихоокеанском регионе, 1990-2012 гг., %
- Диаграмма 9.** Структура туристического потока в Азии и Тихоокеанском регионе по странам, 2012 г., %
- Диаграмма 10.** Структуры регионального туристического потока в Америку, 2012 г., %
- Диаграмма 11.** Структуры регионального туристического потока в Америку по странам, 2012 г., %
- Диаграмма 12.** Структура регионального туристического потока в Африку, 1990-2012 г., %
- Диаграмма 13.** Структура регионального туристического потока в Африку по странам, 2012 г., %
- Диаграмма 14.** Динамика регионального туристического потока на Ближний Восток, 1990-2012 г., млн. прибытий и %
- Диаграмма 15.** Структуры регионального туристического потока на Ближний Восток по странам, 2012 г., %
- Диаграмма 16.** Прогноз мирового туристического потока до 2030 г., млн. прибытий и %
- Диаграмма 17.** Прогноз доли развивающихся стран в структуре мирового туристического потока до 2030 г., %
- Диаграмма 18.** Прогноз структуры международного туристического потока по регионам мира на 2030 г., %
- Диаграмма 19.** Динамика российского рынка туристических услуг, 2007-2012, млрд. долл. и %
- Диаграмма 20.** Структура российского рынка туризма по видам услуг, 2012 г., %
- Диаграмма 21.** Динамика структуры российского рынка туристических услуг в стоимостном выражении по сегментам, 2007-2012, %
- Диаграмма 22.** Сравнительная динамика въезда иностранных граждан в РФ и выезда российских граждан за рубеж с туристическими целями, 2007-2012 гг.,

чел.

- Диаграмма 23.** Сравнительная динамика темпов роста въезда иностранных граждан в РФ и выезда российских граждан за рубеж с целью туризма, 2008-2012, %
- Диаграмма 24.** Сравнительная динамика туристического потока по сегментам, 2007-2012 гг., млн. чел.
- Диаграмма 25.** Динамика структуры туристического потока на российском рынке по сегментам, 2007-2012 гг., %
- Диаграмма 26.** Количество туроператоров на российском рынке по сферам туризма, 2010-2012 гг., ед.
- Диаграмма 27.** Структура туроператоров на российском рынке по объему финансового обеспечения, 2012 г., %
- Диаграмма 28.** Динамика цен на турпакет на выезд за границу, 2004-2011 гг., руб. и %.
- Диаграмма 29.** Динамика цен на турпакеты на выезд за границу по популярным странам, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 30.** Динамика средней цены путевки в Турцию, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 31.** Динамика средней цены путевки в Финляндию, 2007-7М 2013 гг., тыс. руб. и %
- Диаграмма 32.** Динамика средней цены путевки во Францию, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 33.** Динамика средней цены путевки в Германию, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 34.** Динамика средней цены путевки в Китай, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 35.** Динамика средней цены путевки в Испании, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 36.** Динамика средней цены путевки на автобусные туры по городам Европы, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 37.** Динамика цен на турпакет на внутренний туризм, 2004-2011 гг., руб. и %.
- Диаграмма 38.** Динамика средней цены за ночь в гостинице, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 39.** Динамика средней цены за сутки в доме отдыха, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 40.** Динамика средней цены за день в санатории, 2007-7М 2013 гг., руб. и %
- Диаграмма 41.** Структура инвестиционных издержек по проекту, %
- Диаграмма 42.** Структура инвестиционных издержек на оборудование и мебель, %
- Диаграмма 43.** Динамика коэффициентов сезонности для расчета выручки

турагентства

Диаграмма 44. Динамика количества реализованных туристических путевок по проекту

Диаграмма 45. Структура выручки проекта от реализации турпутевок по основным видам, %

Диаграмма 46. Движение денежных средств по проекту, тыс. руб.

Диаграмма 47. Динамика чистой прибыли по проекту, тыс. руб.

СПИСОК ГРАФИКОВ

График 1. Прогноз развития мирового туристического потока по регионам мира до 2030 г., тыс. чел.

График 2. Динамика доли российского рынка туристических услуг в ВВП страны, %

График 3. Динамика количества туроператоров на российском рынке туристических услуг, 2002-2012 гг., ед.

График 4. Динамика поступлений по проекту, тыс. руб.

График 5. Остаток денежных средств по проекту, тыс. руб.

График 6. Выручка проекта, валовая прибыль и прибыль до налогообложения, тыс. руб.

График 7. График окупаемости проекта, тыс. руб.

График 8. Анализ чувствительности по проекту (NPV), тыс. руб.

График 9. Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.

СПИСОК СХЕМ

Схема 1. Определение основных понятий и терминов в сфере туристической деятельности

Схема 2. Определение основных видов туризма согласно законодательству РФ

Схема 3. Классификация туризма

Схема 4. Структура участников российского рынка туристических услуг

Схема 5. Классификация средств продвижения услуг туристического агентства



1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Цель проекта:

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств для организации туристического агентства.

Реализация данного проекта позволит:

- Создать бизнес, стоимость которого на конец периода планирования составит ***** тыс. рублей** в текущих ценах;
- Получить гарантированный доход в размере ***** тыс. рублей** по истечении периода планирования в текущих ценах;
- Создать новые рабочие места в регионе реализации проекта;
- Удовлетворить спрос на услуги туристического агентства в регионе реализации проекта.

Инвестиции:

% инвестиций приходится на приобретение офисного оборудования и мебели. Наибольшую долю в общих инвестиционных затратах составляют оборотные средства (%), которые с учетом специфики и сезонности туристического бизнеса включают текущие убытки в течение определенных («мертвых» в туристическом плане) месяцев функционирования туристического агентства (аренда, заработная плата и т.д.)

Финансирование проекта:

Финансирование проекта будет произведено полностью за счет собственных средств инициатора проекта:

Общая стоимость проекта	Сумма, тыс. руб.	Доля в общей сумме инвестиций
Собственные средства	***	***
Заемные средства	***	***
Итого	***	***

Рынок проекта:

- По итогам 2012 года объем российского рынка туристических услуг достиг ***** млрд. долл.**, продемонстрировав за год рост на *****%**. В период 2010-2012 гг. средний темп роста в год составил *****%**.
- В 2012 году внутренний туристический поток, по данным Ростуризма, увеличился на *****%** по сравнению с 2011 годом и составил ***** млн. человек**. Въездной турпоток вырос на *****%** и составил ***** млн. человек**. Выезд увеличился на *****%**: с туристическими целями за границу выехали ***** млн. российских граждан**.
- По итогам 2012 года можно было наблюдать рост числа турпакетов, реализованных населению – оно увеличилось на *****%**, составив более ***** млн. туров**.
- В 2012 году средняя цена путёвки в Турцию выросла на *****%** и составила ***** тыс. руб.** По данным 7 месяцев 2013 года положительная тенденция сохранилась.

Показатели эффективности проекта:

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	***
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	***
Дисконтированный срок окупаемости (P _д), лет	***
Модифицированная IRR (MIRR), %	***
Средняя оценка стоимости бизнеса, тыс. руб.	***
Чистый приведенный доход для бюджета (за счет налогов), тыс. руб.	***

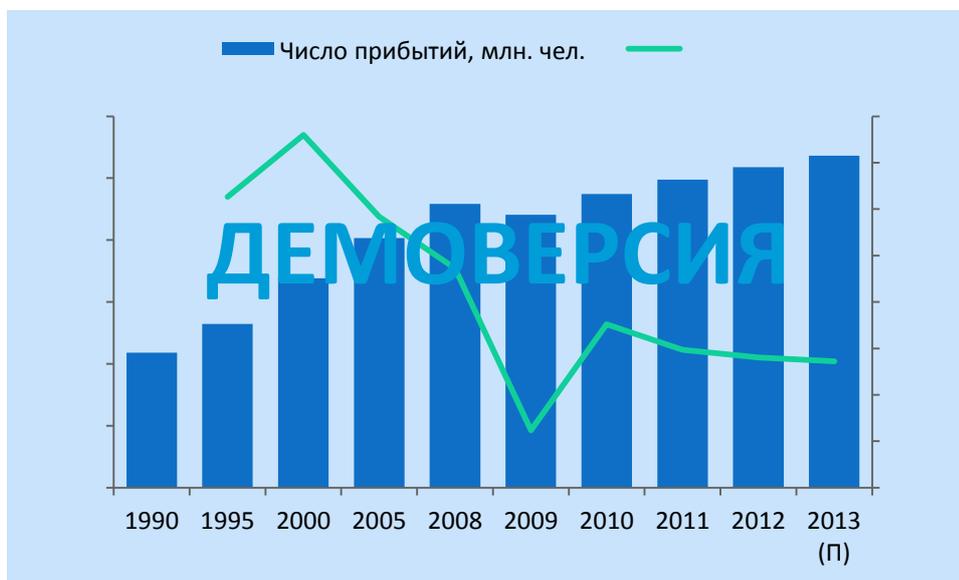
3. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

3.3. Мировой рынок туристических услуг

3.3.1. Динамика туристического потока

Прогноз, подготовленный *** в январе 2013 года, указывает на ***%-ый рост числа международных туристских прибытий в 2013 году.

Диаграмма 1. Динамика мирового туристического потока, 1990-2013 (П) гг., млн. чел. и %



Источник: ***

3.3.2. Структура туристического потока по географическому распределению

Таблица 3. Динамика мирового туристического потока по основным регионам мира, 1990-2012 гг., млн. чел. и %

	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	% к 2011
МИР	***	***	***	***	***	***	***	***
Развитые страны	***	***	***	***	***	***	***	***
Развивающиеся страны	***	***	***	***	***	***	***	***
Европа	***	***	***	***	***	***	***	***
Азиатско-Тихоокеанский регион	***	***	***	***	***	***	***	***
Америка	***	***	***	***	***	***	***	***
Африка	***	***	***	***	***	***	***	***
Ближний Восток	***	***	***	***	***	***	***	***

Источник: ***

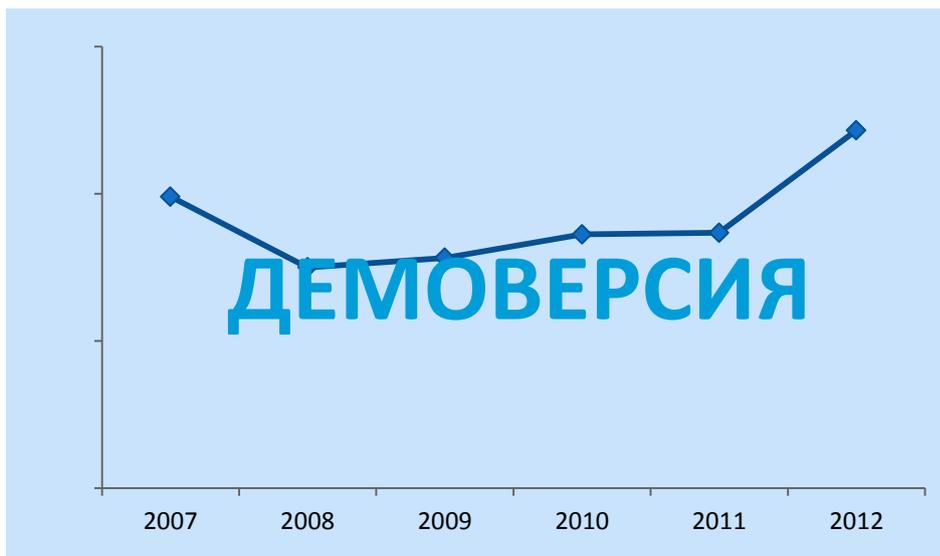
Наиболее популярными в туристическом плане в мире являются страны **Европы**.

3.4. Российский рынок туристических услуг

3.4.1. Объем и динамика рынка

По итогам 2012 года объем российского рынка туристических услуг достиг ***** млрд. долл.**, продемонстрировав за год рост на *****%**.

График 2. Динамика доли российского рынка туристических услуг в ВВП страны, %



Источник: ***

3.4.2. Сегментация рынка

По итогам 2012 года основная часть средств пришла на выездной туризм (***%).

Диаграмма 21. Динамика структуры российского рынка туристических услуг в стоимостном выражении по сегментам, 2007-2012, %



Источник: ***

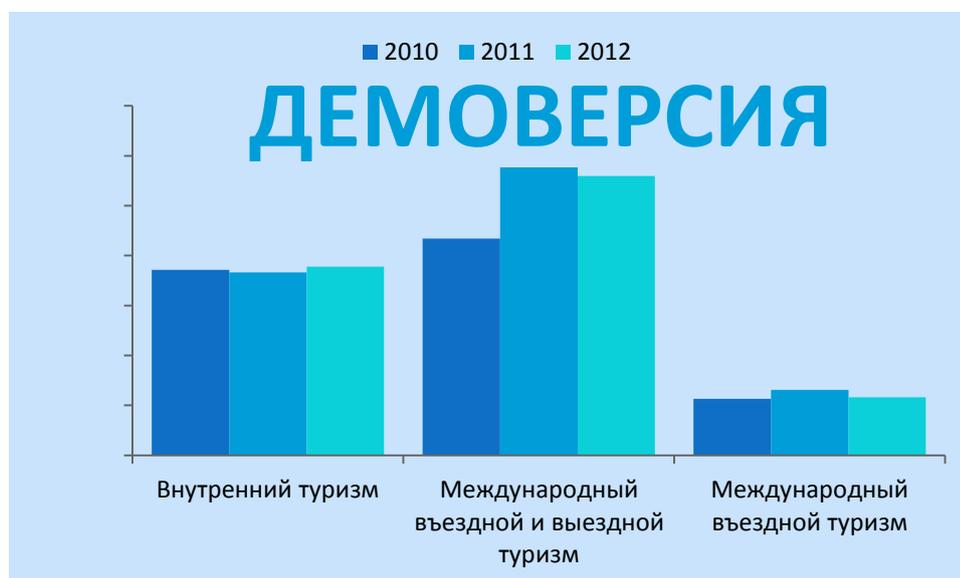
3.4.3. Участники рынка туристических услуг РФ

Количество и структура туроператоров

По данным на 2012 год из общего числа туроператоров на российском рынке занимаются туроператорской деятельностью:

- в сфере международного въездного туризма – *** (***% от общего числа туроператоров);
- в сфере международного въездного и выездного туризма – *** (почти ***%);
- в сфере внутреннего туризма – *** (***%).

Диаграмма 26. Количество туроператоров на российском рынке по сферам туризма, 2010-2012 гг., ед.



Источник: ***

3.4.4. Цены на рынке туристических услуг РФ

Выездной туризм

В 2011 году тенденция продолжилась. По результатам года средняя стоимость одной путевки за границу из России составила ***** руб.**, это на *****%** больше, чем годом ранее.

Диаграмма 28. Динамика цен на турпакет на выезд за границу, 2004-2011 гг., тыс. руб. и %.



Источник: ***

Среди направлений, пользующихся высоким спросом у россиян, наиболее высокие цены имеют путевки во Францию.

Диаграмма 29. Динамика цен на турпакеты на выезд за границу по популярным странам, 2007-7М 2013 гг., руб. и %



Источник: ***

По результатам 2012 года можно было наблюдать рост – средняя цена путевки в Турцию выросла на ***% относительно предыдущего года и составила *** тыс. руб. По данным 7 месяцев 2013 года положительная тенденция сохранилась.

Диаграмма 30. Динамика средней цены путевки в Турцию, 2007-7М 2013 гг., руб. и %



Источник: ***

Внутренний рынок: динамика и сезонность цен

Средние цены на проживание в гостинице стабильно растут. Положительная динамика наблюдалась и по результатам 2012 года, а также по данным за 7 месяцев 2013 г.

Диаграмма 38. Динамика средней цены за ночь в гостинице, 2007-7М 2013 гг., руб. и %



Источник: ***

В 2012 году, а также по данным за 7 месяцев 2013 года цены на пребывание в санатории росли примерно на ***%.

Диаграмма 40. Динамика средней цены за день в санатории, 2007-7М 2013 гг., руб. и %



Источник: ***

5. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

5.1. Объем инвестиций

Объем инвестиций в организацию туристического агентства составляет ***** тыс. руб.** (с учетом оборотных средств). Срок инвестиционного периода составляет **10 месяцев** (также с учетом оборотных средств).

Таблица 29. Инвестиционные издержки по проекту

№ п.п.	Наименование этапа	Стоимость этапа, тыс. руб.	1 год										
			янв	фев	мар	апр	май	июн	июл	авг	сен	окт	
1	Юридические вопросы	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Регистрация юридического лица	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Открытие расчетного счета	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
2	Офисное оборудование и мебель	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Офисное оборудование	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
3	Расходы будущих периодов	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Рекламный бюджет	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
	Прочие расходы	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
4	Оборотные средства	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Итого:			***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

ДЕМО-ВЕРСИЯ

6. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

7.4. Отчет о движении денежных средств

Таблица 37. Отчет о движении денежных средств, тыс. руб.

ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ	1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	***мес.	***мес.	***мес.	***мес.	57 мес.	58 мес.	59 мес.	60 мес.	ИТОГО
Поступления от продаж	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Затраты на материалы и комплектующие	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Зарплата	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Выплата процентов по кредитам	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Прочие затраты	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Денежные потоки от операционной деятельности	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Инвестиции в здания и сооружения	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Инвестиции в оборудование и другие активы	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Инвестиции в оборотный капитал	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Поступления акционерного капитала	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Целевое финансирование	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Возврат кредитов	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Выплата дивидендов	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Денежные потоки от финансовой деятельности	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Суммарный денежный поток за период	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***
Денежные средства на конец периода	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***	***

8. АНАЛИЗ ПРОЕКТА

8.2. Анализ рисков

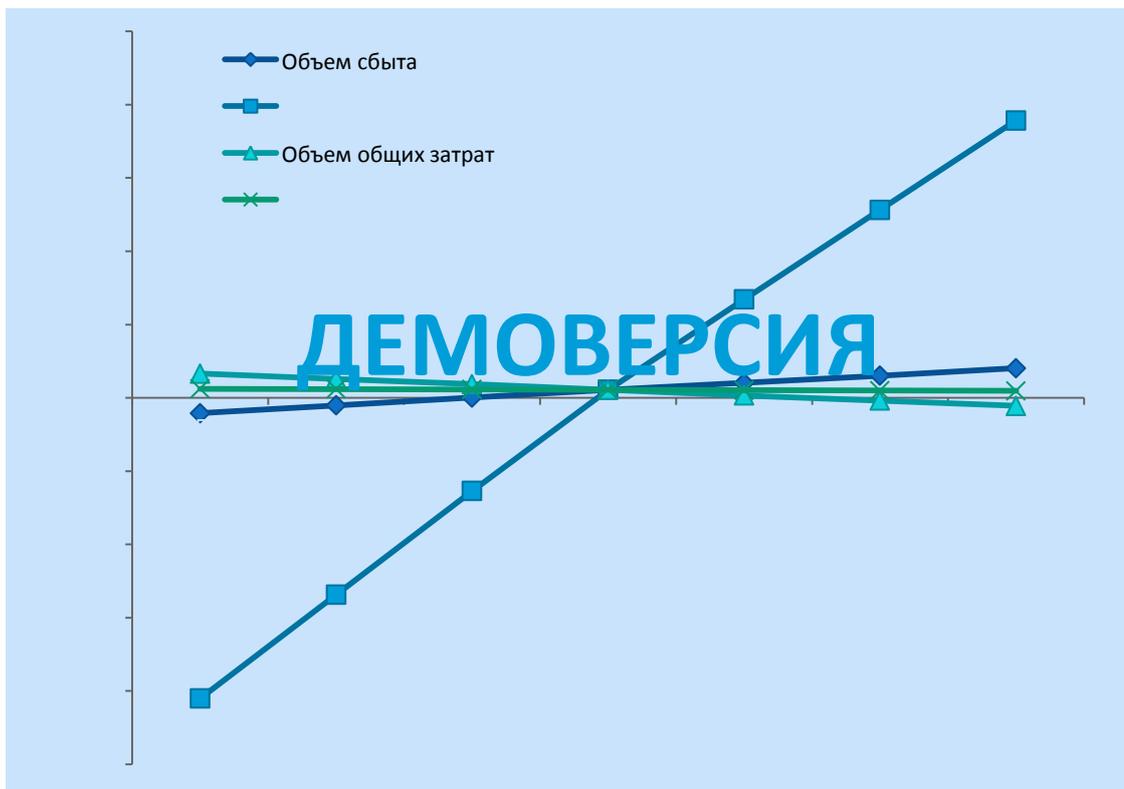
8.2.3. Количественный анализ рисков

В качестве выходных параметров были взяты важнейшие показатели эффективности проекта:

- NPV (Net Present Value) – чистая приведенная стоимость проекта;
- IRR (Internal Rate of Return) – внутренняя норма доходности проекта;
- DPB (Discounted Payback Period) – дисконтированный период окупаемости проекта.

Ниже анализ чувствительности по проекту представлен графически.

График 8. Анализ чувствительности по проекту (NPV), тыс. руб.



Как видно из вышеприведенного **Графика 8** и **Таблицы 44**, наибольшую чувствительность проект проявляет к *******. В тоже время проект менее чувствителен к *******, ******* и *******.

8.3. Анализ безубыточности

Для данного проекта был проведен анализ безубыточности, который представлен в **Таблице 45**.

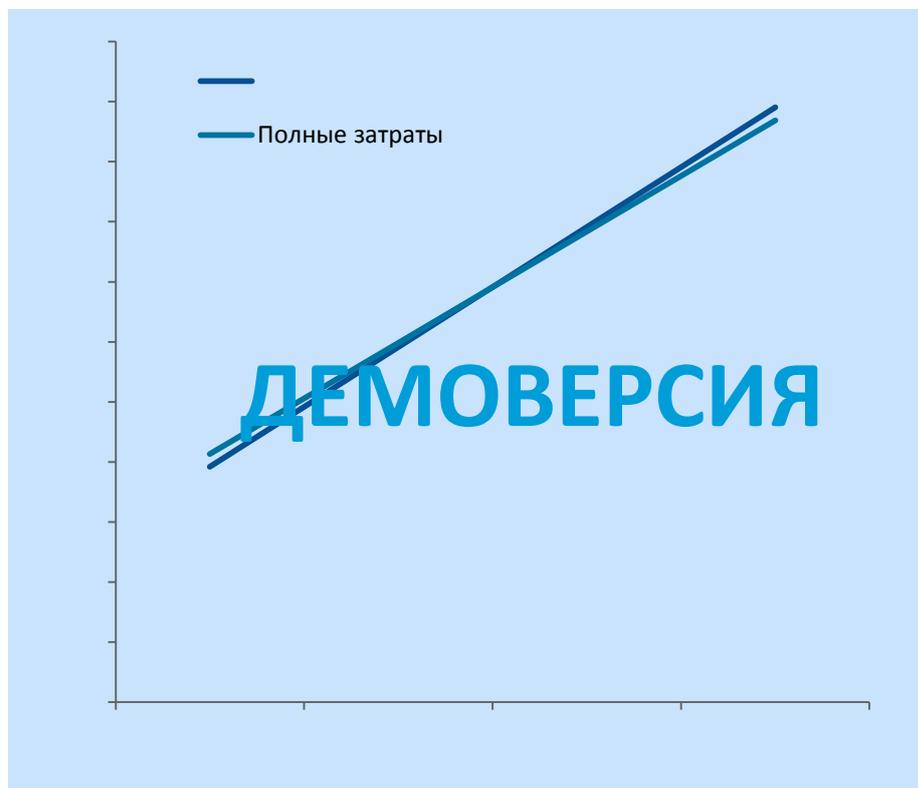
Таблица 45. Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

Процент загрузки	***%	***%	***%	***%
***	***	***	***	***
Переменные расходы	***	***	***	***
Постоянные расходы	***	***	***	***
Полные затраты	***	***	***	***
Прибыль/убыток	***	***	***	***

Источник: ***

Как видно из **Графика 9** пересечение полных затрат и *** и есть точка безубыточности. В данном проекте она равна *** примерно в *** тыс. руб. в месяц.

График 9. Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.



Источник: ***

О КОМПАНИИ GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)

GLOBAL REACH CONSULTING специализируется на разработке высококачественных **маркетинговых исследований рынков** и **бизнес-планов** в различных отраслях и регионах России и мира. Мы даем нашим клиентам практические пути достижения конкурентных преимуществ, предоставляя достоверные бизнес-данные, анализ и рекомендации, основанные на надежных научно-исследовательских методиках.

Среди наших клиентов российские и международные компании, правительственные организации, представители крупного, среднего и малого бизнеса, а также начинающие предприниматели и инвесторы. Клиентами **GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)** уже являются: Экономическая миссия при Посольстве Франции в РФ, ВТБ Капитал, Центр стратегических разработок «Северо-Запад», Русское Море, S7, Zurich, РЖД, Аладушкин Групп, ГК Русагро, Фанагория, ГУ Высшая Школа Экономики и многие другие.



Уникальные методы работы и сервис **GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)**, высокопрофессиональная команда, обширные знания рынков и большой проектный опыт позволяют нам работать на результат и полное удовлетворение наших клиентов.

НАША ЦЕЛЬ – ВАШИ БОЛЬШИЕ ДОСТИЖЕНИЯ!