

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРОЕКТА

---

развитие производства деревянных, конструкционных, плитных материалов

## DLT

Diagonal Laminated Timber (DLT)

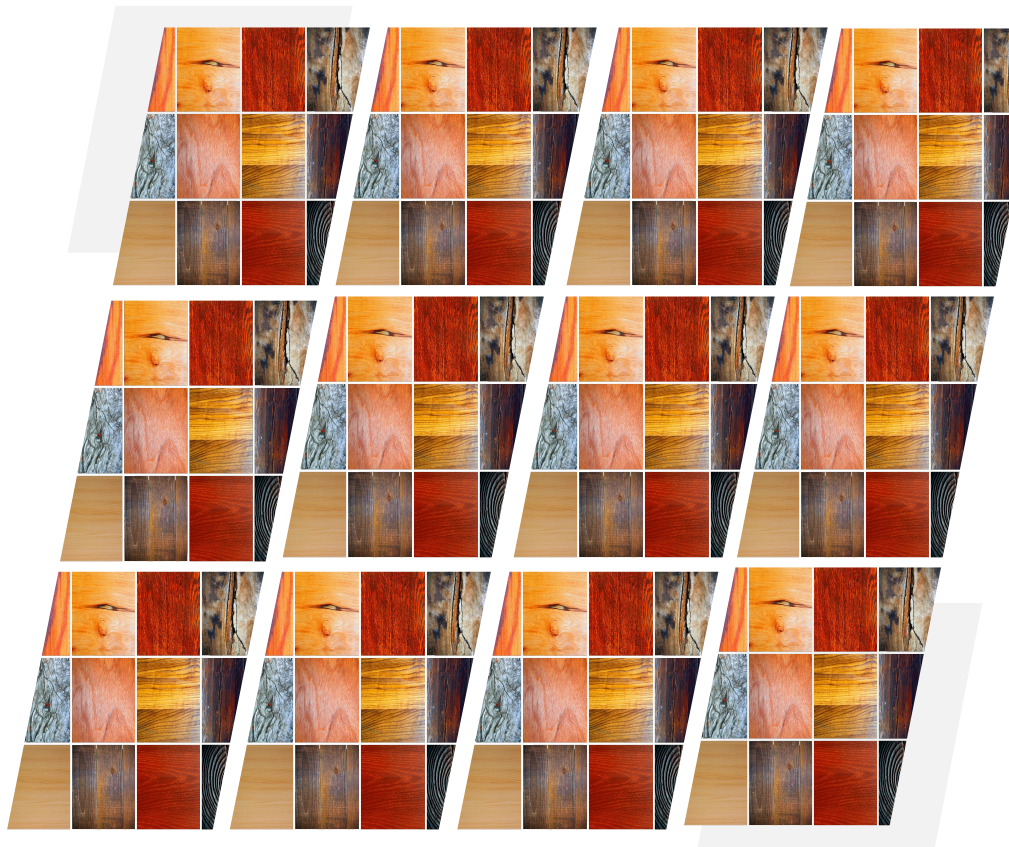
The logo consists of the letters 'DLT' in a white, sans-serif font, enclosed within a white square border. This logo is positioned on a blue geometric shape in the bottom-left corner of the slide.

DLT

# СОДЕРЖАНИЕ

---

- 1** РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА
- 2** МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР
- 3** SWOT-АНАЛИЗ
- 4** СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА
- 5** ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН
- 6** ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА



# 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА



Общая стоимость проекта составляет 15 741 700 руб., из них капитальные инвестиции в строительство, оборудование и запуск производственного комплекса составляют 14 741 700 руб. и 1 000 000 руб., - средства на запуск операционной деятельности.

## ОСНОВНАЯ ПРОДУКЦИЯ - DLT ПЛИТЫ:

- DLT плита 50 мм (МДФ – МДФ) – до 200 куб.м в мес;
- DLT плита 50 мм (Фанера – Фанера) – до 100 куб.м в мес.

## УСЛОВИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА:

- Доля инвестора - 25 %;
- Конвертируемый заём, сумма - 16 778 700 руб.;
- Срок финансирования – 2 года;
- Годовая процентная ставка по займу– 30 %;
- Льготный период по выплате тела займа– 1 год.

# 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

## РЕЗУЛЬТИРУЮЩИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

### ПОКАЗАТЕЛЬ

### РЕЗУЛЬТАТ

### ЕД. ИЗМ.

Общая стоимость проекта	16 778 700	RUB
Оборудование	14 928 700	RUB
Затраты на пуско-наладку	200 000	RUB
Расходы на регистрацию отношений	30 000	RUB
Ремонт и обустройство помещения	260 000	RUB
Аренда	360 000	RUB
Оборотные средства	1 000 000	RUB

### Условия финансирования проекта

Доля инвестора	25 %	
Конвертируемый заем, сумма	16 778 700	RUB
Годовая процентная ставка	30 %	%
Срок финансирования	2	года

### Основные показатели эффективности проекта

Финансовый результат на конец периода (2-ой год)	77 280 008	RUB
Чистая настоящая стоимость NPV	66 559 248	RUB
Внутренняя норма рентабельности IRR	164 %	%
Простой период окупаемости PBP	10,0	месяц
Дисконтированный период окупаемости DPBP	10,5	месяц
Индекс прибыльности PI	3,97	

# 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Данный бизнес-план описывает второй этап реализации проекта.

Проект стартовал в конце 2020, из-за ковидных реалий, процесс реализации проекта затянулся.

На первом этапе было проинвестировано ~ 4 000 000 руб. из собственных средств.

В настоящее время предприятие работающее и производит образцы и малые партии плит.

## ЗА ЭТОТ ПЕРИОД ВЫПОЛНЕНО:

- Приобретено и изготовлено оборудование, необходимое для запуска производства;
- выпущены первые образцы;
- доработана технология производства
- произведена тестовая партия;
- оптимизированы процессы технологического цикла
- проведены испытания;
- выпущена первая партия продукции;
- Продажи – небольшие, но показательные;
- организовано маркетинговое продвижение продукции и презентация образцов ряду компаний, работающих в сфере оптовой продажи, а также мебельным производствам. По итогам можно отметить высокую заинтересованность потенциальных покупателей;
- Фиксация основных цифр для финансовой модели (все цифры реально подтвержденные).

# 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

---

## ТРЕТИЙ ЭТАП

Перевод первой стадии производства в Ленинградскую область. Позволит снизить издержки. Производство матов самая затратная часть. Дешевле сырье, рабочая сила, и прочие накладные расходы.

Увеличение производства до 800 - 1000 м3 в месяц.

В Москве останется и расширится вторая стадия по производству плит. Так же второе ядро создаться в Санкт-Петербурге. Это позволит на небольших площадях (а в столицах они стоят дорого) очень быстро из готовых матов производить плиты для конечных потребителей. Опять же снижение издержек и малое время от заявки до продукции.

Позволит снизить цену продажи при сохранении маржинальности.

## ЧЕТВЕРТЫЙ ЭТАП

Второе ядро (вторая стадия) по производству плит создается в Финляндии, Эстонии или Латвии. Маты как полуфабрикат доставляются в Европейский Союз. Пошлина минимальна, логистика оптимальна. Произведённые плиты уже товар происхождения ЕС!

Позволит достойно конкурировать с производителями из Европейского Союза.

## ПЯТЫЙ ЭТАП

Создание франшизы на второе ядро (вторую стадию).

Небольшая площадь (~200 м2) и стоимость комплекта оборудования для франчайзи ( от 25 000 евро). Это позволиткратно увеличить продажи.

## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

Продукция игроков, представленных в данных сегментах, имеет постоянный спрос со стороны целевой аудитории следующих сегментов:

- Строительство;
- Производство мебели;
- Дизайн интерьеров;
- DIY.

Обоснование материала, используемого в изготовлении плит:

- Современность интерьера без лишних затрат;
- Рост интереса к деревянным конструкциям в частном домостроении;
- Поддержка со стороны административных ресурсов.

Рынками сбыта продукции являются:

- Российская Федерация (РФ);
- Европейский Союз (ЕС);
- Содружество независимых государств (при последующем развитии).

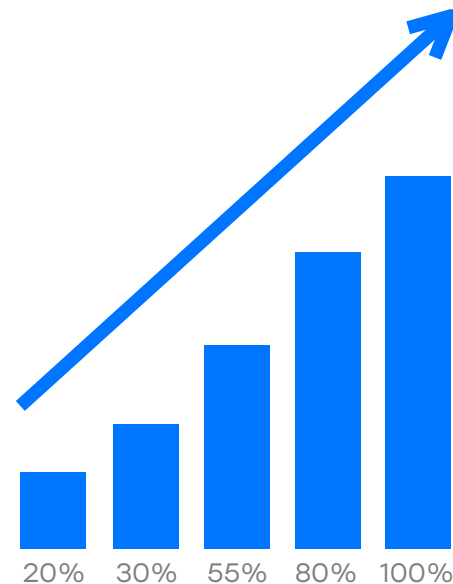


<https://storyset.com>

## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА

- 1** Ввод жилья в России за 2020 г. составил 82,2 млн кв. м, что на 0,2% больше, чем в 2019 году. Тренд на снижение объемов текущего строительства многоквартирного жилья наблюдается с середины 2019 г. Это связано с постепенным завершением строительства домов, начатого накануне перехода отрасли на проектное финансирование.
- 2** Со второй половины 2020 г. на ситуацию на рынке влияют 3 ключевых фактора:
  - Повышенный спрос на жилье;
  - Ограниченное предложение жилья;
  - Рост издержек застройщиков, связанный с увеличением цен на стройматериалы и дефицитом рабочей силы.





## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА

Наиболее востребованными среди покупателей остаются дома из массивной и клееной древесины (55% от общей доли на рынке недвижимости). Именно такая недвижимость является на сегодняшний день основным конкурентом кирпичных и монолитных домов.

В числе возможных перспективных направлений развития деревянного домостроения надо отметить следующие:

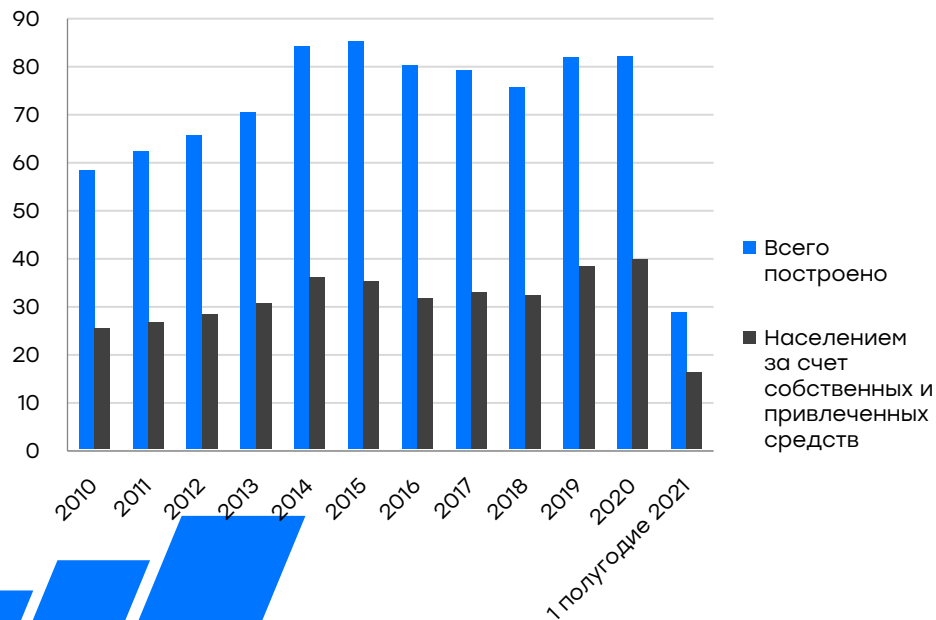
- Жилищное строительство;
- Строительство сельскохозяйственных объектов;
- Строительство учреждений здравоохранения;
- Участие предприятий домостроения в госпрограммах;
- Рекреационные объекты.



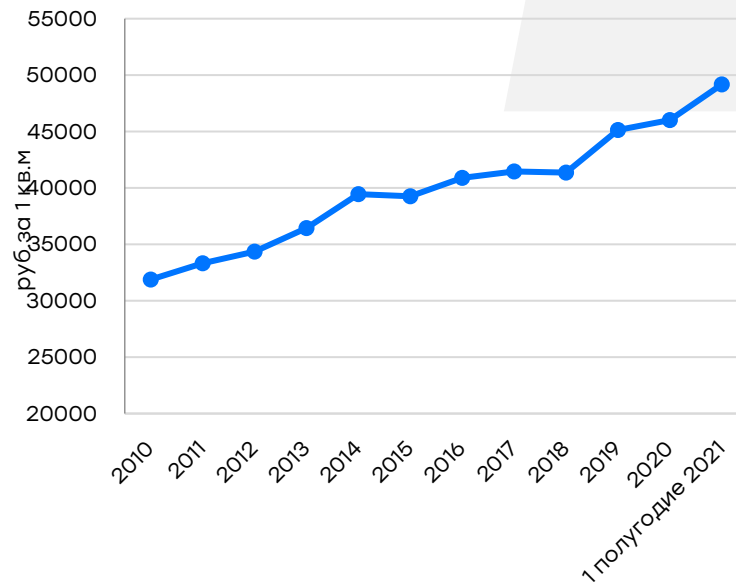
## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА СТРОИТЕЛЬНОГО РЫНКА

**Ввод в действие жилых домов в РФ, млн. кв. метров**



**Средняя стоимость строительства 1 кв.метра жилых помещений, руб.**



## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА РЫНКА ПИЛОМАТЕРИАЛОВ

Объемы производства пиломатериалов, снизились на 2 млн. кубов и составили 42 млн. куб. Около двух третей произведенных объемов пиломатериалов в России продается на экспорт. Объем продаж на внутреннем рынке составил 11 млн. куб, продажи относительно прошлого года снизились всего на 2%.

На 2021 год необходимо отметить два тренда, которые могут повлиять на продажу российских пиломатериалов:

- Благоприятная глобальная экономическая ситуация;
- Развитие деревянного домостроения в России.

91% всех пиломатериалов российского производства отправляется в 14 стран. Два главных потребителя российских пиломатериалов на мировом рынке – это Китай и Узбекистан. Доля всех остальных варьируется от 1-3%.

По прогнозу агентства **WhatWood** на **2021** производство пиломатериалов в России достигнет **45** млн. куб.

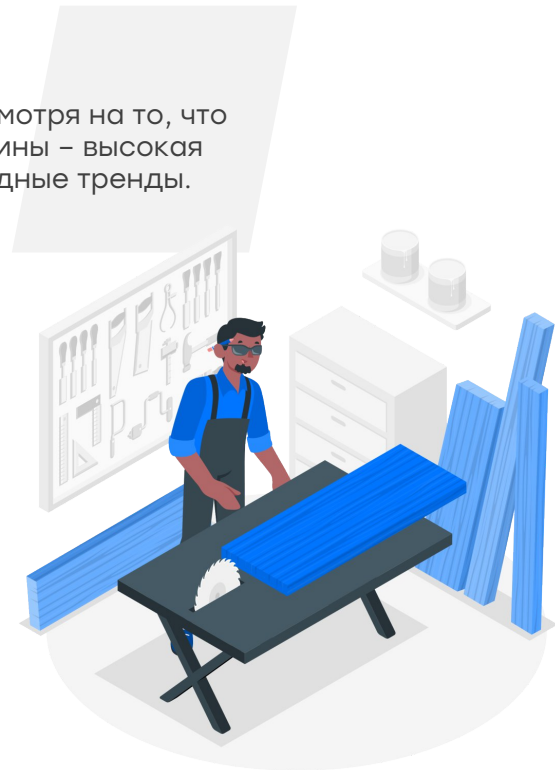
## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА РЫНКА ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ

Спрос на деревянную мебель из года в год показывает стабильный рост несмотря на то, что появляется много мебели из альтернативных материалов. Главные тому причины – высокая экологичность, отсутствие токсичных примесей, тепло, традиционность и модные тренды. Всего на российском мебельном рынке представлено около 2500 компаний, изготавливающих мебель из дерева.

#### Главные особенности рынка

- Около 55% российского рынка мебели принадлежит отечественному производителю;
- 2-3% мебельных бизнесов сейчас растут;
- 5-10% – удерживают свои прежние показатели (но это неустойчивое состояние);
- 75-80% – медленно угасают;
- 5-10% – быстро движутся к краху. Скоро закроются.

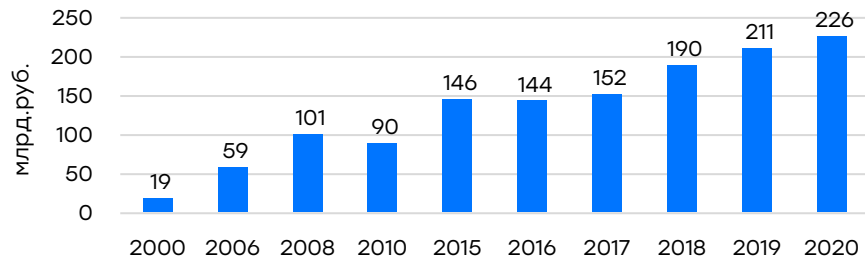


<https://storyset.com>

## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИТИКА РЫНКА ПРОИЗВОДСТВА МЕБЕЛИ

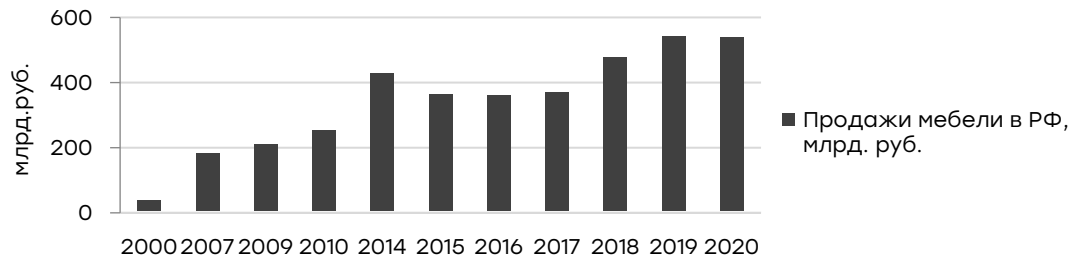
**Динамика производства мебельных изделий, млрд. руб.**



**Диаграмма параметров рынка**



**Динамика продаж мебельных изделий, млрд. руб.**



## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИЗ РЫНКА DIY

2020 год продемонстрировал неожиданный рост продаж на рынке DIY. В России на настоящий момент работает более 1000 универсальных и специализированных сетей DIY, а доля современных форматов торговли превышает 85%, включая Топ-10 крупнейших ритейлеров DIY, на которых приходится 43% рынка строительных и отделочных материалов. Из них более 24% составляет доля лидера рынка - Leroy Merlin. На онлайн-продажи приходится около 10% рынка.



## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### АНАЛИЗ РЫНКА DIY

Анализ ассортимента крупнейших торговых сетей DIY позволил выделить две группы: универсальные сети DIY, реализующие широкий спектр товаров, и специализированные сети DIY с узким спектром товаров и фокусом на одну или несколько товарных категорий.

- **Soft DIY** – преобладают товары для косметического ремонта, предметы декора
- **Hard DIY** – преобладают товары для строительства, капитального ремонта
- **Household DIY** – преобладают товары для дома и предметы интерьера

Рейтинг крупнейших сетей DIY по выручке в 2020 г. по версии INFOline

- 1 «Леруа Мерлен Восток»
- 2 СТД «Петрович», ООО
- 3 ОБИ, Россия
- 4 ВсеИнструменты.ру
- 5 ГК «Сатурн»
- 6 «Максидом», ООО
- 7 ГК «Бауцентр»
- 8 ГК «Строительный двор»
- 9 ГК «Агава»
- 10 ГК «Аксон»

## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### КОНКУРЕНТЫ

#### Внешний вид

**Block Board**



**Тамбурат®**



**CLT плиты**



**МНМ плиты**



**Dendro Light®**



**DLT плита**



#### Влагостойкость

Очень низкая

Низкая

Высокая

Средняя

Высокая

Высокая

#### Противопожарная стойкость

Низкая

Низкая

Высокая

Высокая

Высокая

Высокая

#### Устойчивость к деформациям

Низкая

Низкая

Высокая

Высокая

Высокая

Высокая

#### Экологичность

Высокая

Средняя

Средняя

Высокая

Высокая

Высокая

#### Собственный вес

Большой

Малый

Большой

Большой

Малый

Малый

#### Удобство обработки

Традиционная

Специальная

Специальная

Специальная

Традиционная

Традиционная

#### Стоимость

Средняя

Низкая

Высокая

Высокая

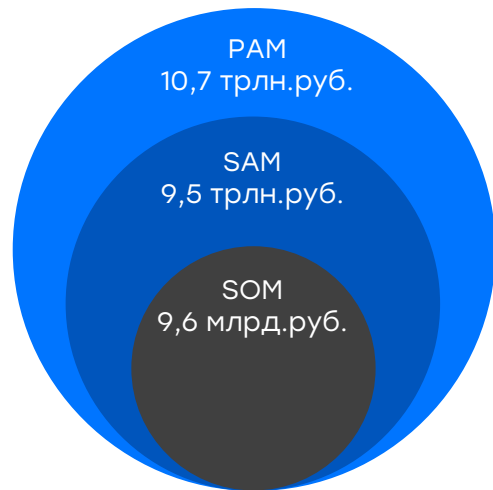
Высокая

Средняя



## 2. МАРКЕТИНГОВЫЙ ОБЗОР

### ОБЪЕМ РЫНКА ДЛЯ ПРОЕКТА



Максимальный размер доли проекта **0,1%**

Уровень конкуренции **СРЕДНИЙ**



<https://storyset.com>

### 3. SWOT-АНАЛИЗ

#### Сильные стороны

- Использование качественных и доступных материалов;
- Продукт отвечает требованиям экологической и пожарной безопасности, действующим на территории РФ и ЕС;
- Пилотное изготовление подтвердило заявляемые характеристики продукта;
- Продукт подходит нескольким сегментам из развитых отраслей, имеющих высокую покупательскую активность целевой аудитории;
- Особенности технологии позволяют выстроить производственный процесс, состоящий всего из 2х операций;
- Низкая себестоимость производства продукции при высокой добавленной конечной стоимости;
- Значительная ёмкость рынка, которая позволит успешно осуществить не только выход производства на безубыточность, но и масштабировать на внешний целевой рынок;
- Потенциальны клиенты, ожидают выход подобного решения и готовы за него платить, что обеспечит значительный спрос на старте работ;
- Построение производства исключает присутствие человеческого фактора, напрямую влияющего на качество изделий;
- Производство не предполагает наличие отходов, подлежащих утилизации, что снижает расходы на сервис после продаж.

#### Слабые стороны

- Отсутствие финансовых ресурсов для обеспечения предприятия оборотными средствами до выхода на окупаемость;
- Отсутствие соглашений с потенциальными клиентами;
- Отсутствие опыта работы на внешних рынках, в том числе на рынке ЕС;
- Высокие логистические расходы при доставке товаров на внешние рынки.

### 3. SWOT-АНАЛИЗ

#### Возможности

- Организация компактного и эффективного, с экономической точки зрения, производства, которое будет отвечать запросам государства и покрывает необходимость в обеспечении материалами строительных организаций, в соответствии с планом развития отрасли до 2030 года;
- Выпуск на целевые рынки продукции, которая позволит получить качественный материал, практически, для любых работ связанных с обустройством жилищных помещений;
- Реализация проекта и покрытие слабых сторон за счёт привлечения частного финансирования, которое позволит эффективно выстроить все бизнес-процессы и дать значительную отдачу Инвестору по итогу выхода на окупаемость и занятия доли рынка, на которую проект ориентирован.

#### Угрозы

- Снижение стоимости изделий у конкурентов;
- Низкий спрос на продукцию со стороны клиентов;
- Отсутствие интереса к материалу со стороны строительных компаний.

## 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

### ПРОДУКТ И ИННОВАЦИИ

Продукт: конструкционные древесные плиты, изготовленные по технологии Diagonal Laminated Timber (далее DLT) для строительства, производства мебели, ремонта под маркой “DLT”. Плиты выполнены из древесины, толщиной 50-400 мм, и отвечают жестким экологическим требованиям, при этом с очень привлекательным для клиентов соотношением цена/качество.

Технология производства DLT плит основана на склеивании деталей внутреннего слоя между собой под углом 45°, к пластям. Отсутствие внутренних напряжений - исключает усадки, коробления и прочие деформации. За счет этого плита получает большинство из своих конкурентных преимуществ.

DLT плиты производятся из доступных и недорогих материалов:

- Внешний слой – из фанеры, МДФ, ГВЛ, дерева;
- Внутренний слой – из доступной древесины.



## 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

### ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПРОГРЕСС

Технология производства DLT плит состоит из двух независимых стадий, каждая из которых включает по три операции.

Первая стадия - производство «матов»:

- Двухстороннее торцевание заготовок в размер;
- Продольное распиливание заготовок;
- Формование (склеивание) исходного «мата».

Вторая стадия - производство плит или готовых элементов по спецификации заказа:

- Напил исходного «мата» на ламели;
- Изготовление плиты – склеивание ламелей между двумя пластами;
- Контурная обрезка готовой плиты или напил в размер в соответствии с заказом.



## 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

### ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

В сегменте B2B потенциальными клиентами являются:

- Оптовые сети дистрибьюции строительных и отделочных материалов;
- Строительные компании;
- Студии интерьерных решений и дизайна;
- Производители мебельных изделий, основной фокус которых сосредоточен на древесные и экологически чистые материалы;
- Частные (физические) лица, которые занимающиеся DIY;
- Поставщики строительных материалов, нацеленные на снижение издержек на закупку и повышение добавленной стоимости реализуемой продукции.

В сегменте B2C – пользователи, нацеленные на изменение или создание внутреннего интерьера своего жилого помещения. Как правило – люди среднего-высокого достатка, которые самостоятельно реализуют ремонтные работы или обращаются за помощью к профильным специалистам.

# 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

## КАНАЛЫ ПРИВЛЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ

### Онлайн

SEO, сайт компании - [www.DLTimber.com](http://www.DLTimber.com).

аккаунты Facebook и Instagram ,

SMM и контекстная реклама.,

тематические форумы,

отраслевые порталы,

доски объявлений.

### Оффлайн

Размещение информационных стендов с образцами у партнеров.

Маркет пейсы B2B.

Аутсорсинг продаж.

Адресная рассылка образцов и буклетов.

Прямые продажи через звонки и презентации менеджеров компании.

Участие в выставочных мероприятиях.

«Сарафанное радио»



The screenshot shows a website page for Diagonal Laminated Timber (DLT). The header includes navigation links: МАТЕРИАЛ, Применение, Предложения, Калькулятор цен, and Контакты, along with a phone number: +7 (958) 500-34-14. The main heading is "(Diagonal Laminated Timber) ЛЕГКИЕ И ПРОЧНЫЕ ПЛИТЫ ИЗ ДРЕВСИНЫ". A key benefit is highlighted: "Минимальный вес при максимальной прочности /идеальная стабильность". Three attributes are listed in blue boxes: Экономично, Экологично, and Эстетично. Below are two images of the timber planks. A section titled "О материале DLT" (DLT - диагонально склеенная древесина) includes a sub-section "01 СТРУКТУРА" with a detailed description: "DLT – легкая массивная деревянная плита от 40 до 400 мм, со средним слоем из древесины, имеющим встречно ориентированную структуру и с верхней и нижней пластию из МДФ, фанеры, массива, ГВЛ. Стабильная геометрия, DLT плиты не подвержены влажностным деформациям. Это экологически чистый продукт." To the right is a 3D cutaway diagram of the DLT structure showing the layers.

## 4. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

### КАЛЕНДАРНЫЙ ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Календарный план реализации проекта (тыс. RUB)

Название статьи	1 мес	2 мес	3 мес	4 мес	5 мес	6 мес	7 мес	1й год
Оборудование	5 225,0	5 971,5	3 732,2					14 928,7
Затраты на пуско-наладку		70,0	70,0	60,0				200,0
Расходы на регистрацию отношений	30,0							30,0
Ремонт и обустройство помещения					100,0	80,0	80,0	260,0
Аренда	90,0	90,0	90,0	90,0				360,0
Оборотные средства			1 000,0					1 000,0
Итого инвестиций	5 345,0	6 131,5	4 892,2	150,0	100,0	80,0	80,0	16 778,7



## 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### ИСТОЧНИКИ И УСЛОВИЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Общая стоимость проекта составляет 16 778 700 руб., из них капитальные инвестиции в строительство, оборудование и расширение производственных помещений комплекса составляют 15 778 700 руб., 1 000 000 руб. – оборотный капитал.

Условия финансирования проекта:

- Доля инвестора - 25 %;
- Инвестиционный заём, сумма - 16 778 700 руб.;
- Срок финансирования – 2 года;
- Годовая процентная ставка по займу – 30 %;
- Льготный период по выплате тела займа– 1 год.



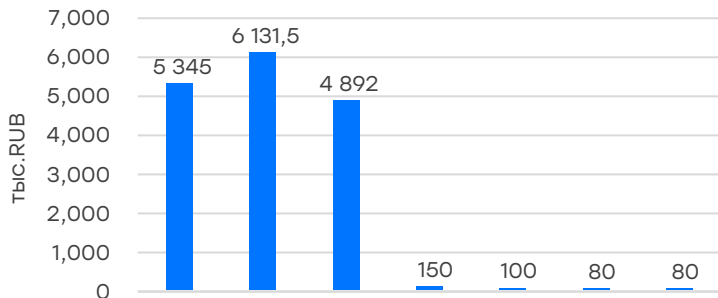
<https://storyset.com>

# 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

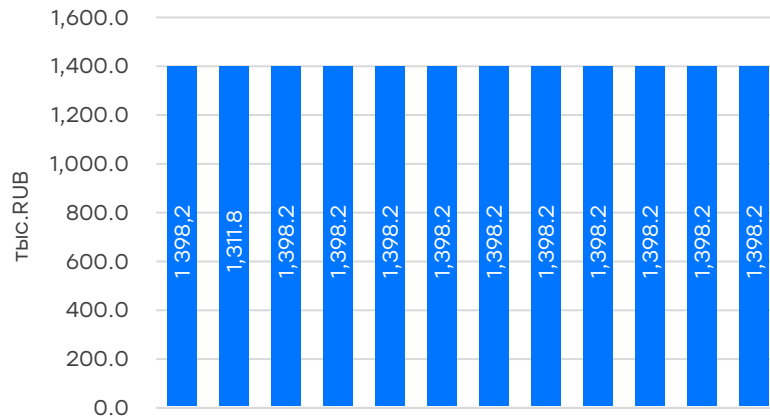
## КРЕДИТ

### Конвертируемый кредит (тыс.RUB)

Название статьи	1й год	2й год	Итого
Получение займа	16 778,7		16 778,7
Выплата тела займа		16 778,7	16 778,7
Тело займа накоплено	16 778,7	1 398,2	
Проценты по займу	4 592,5	2 481,8	7 074,3
Проценты по займу к уплате		7 074,3	7 074,3



### Выплата тела кредита



# 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

## ДОХОДЫ-РАСХОДЫ

### План доходов (тыс.RUB)

Название статьи	1й год	2й год	Итого
Коэффициент сезонности	99 %	99 %	99 %
Коэффициент старта	30 %	76 %	76 %

### План производства, штук

DLT плита 50 мм (МДФ – МДФ)	706	1 807	2 513,0
DLT плита 50 мм (Фанера – Фанера)	352	903	1 255,0
Итого произведено	1 058	2 710	3 768,0

### План доходов, тыс. RUB

DLT плита 50 мм (МДФ – МДФ)	48 714,0	124 683,0	173 397,0
DLT плита 50 мм (Фанера – Фанера)	27 456,0	70 434,0	97 890,0
Итого доходов, тыс. RUB	76 170,0	195 117,0	271 287,0

### План расходов (тыс.RUB)

Название статьи	1й год	2й год	Итого
-----------------	--------	--------	-------

### Постоянные расходы

Аренда с 5 мес.	1 600,0	2 400,0	4 000,0
Бух.учет	180,0	180,0	360,0
Реклама в месяц	1 000,0	600,0	1 600,0
Прочие расходы, учет	120,0	120,0	240,0
ЖКУ офис	120,0	120,0	240,0
Итого постоянные расходы	3 020,0	3 420,0	6 440,0

### Переменные расходы

Накладные расходы	761,7	1 951,2	2 712,9
Административный персонал	2 357,9	3 083,4	5 441,4
Производственный персонал	8 932,9	15 507,9	24 440,9
Сырье	32 195,4	81 142,4	113 337,8
Электроэнергия	269,9	691,3	961,3
Банк	152,3	390,2	542,6
Итого переменные расходы	44 670,2	102 766,5	147 436,8
Итого расходы, тыс. RUB	47 690,2	106 186,5	153 876,8

# 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

## ПРОГНОЗНЫЙ ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

### Прогнозный отчет о движении денежных средств (тыс.RUB)

Название статьи	1й год	2й год	Итого
<b>Операционная деятельность</b>			
Доходы операционной деятельности	76 170,0	195 117,0	271 287,0
DLT плита 50 мм (МДФ – МДФ)	48 714,0	124 683,0	173 397,0
DLT плита 50 мм (Фанера – Фанера)	27 456,0	70 434,0	97 422,0
Расходы операционной деятельности	-52 260,4	-117 893,5	-170 154,0
Денежный поток от операционной деятельности	23 909,6	77 223,5	101 133,0
<b>Инвестиционная деятельность</b>			
Расходы инвестиционной деятельности	-16 778,7		-16 778,7
Денежный поток от инвестиционной деятельности	-16 778,7	0,0	-16 778,7
<b>Финансовая деятельность</b>			
Доходы финансовой деятельности	16 778,7	0,0	16 778,7
Получение тела кредита	16 778,7	0,0	16 778,7
Расходы финансовой деятельности	0,0	-23 853,0	-23 853,0
Выплата тела кредита	0,0	-16 778,7	-16 778,7
Выплата процентов	0,0	-7 074,3	-7 074,3
Денежный поток от финансовой деятельности	16 778,7	-23 853,0	-7 074,3

Название статьи	1й год	2й год	Итого
Общий денежный поток	23 909,6	53 370,4	77 280,0
Общий денежный поток накоплено	23 909,6	77 280,0	

## 6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

### ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

**Ставка дисконтирования DR (Discount Rate)** – это процентная ставка, применяемая в счет будущих платежей с целью учета факторов риска и неопределенности во времени. Высокая ставка указывает на высокий уровень риска проекта.

**Настоящая стоимость проекта PV (Present Value)** – настоящая стоимость будущих поступлений снижается во времени, с учетом ставки дисконтирования.

$$PV = \sum_{i=0}^n \frac{CF_i}{(1 + DR)^i}$$

где  $CF_i$  – денежный поток  $i$ -го периода (года);  
 $DR$  – ставка дисконтирования;  
 $i = 0 \dots 2$  – периоды;  
 $n = 2$  – срок реализации проекта, лет.

**Период окупаемости проекта PBP** – (Payback Period) период необходим для возвращения первоначальных инвестиций путем накопления чистых потоков реальных денег, полученных от реализации проекта.

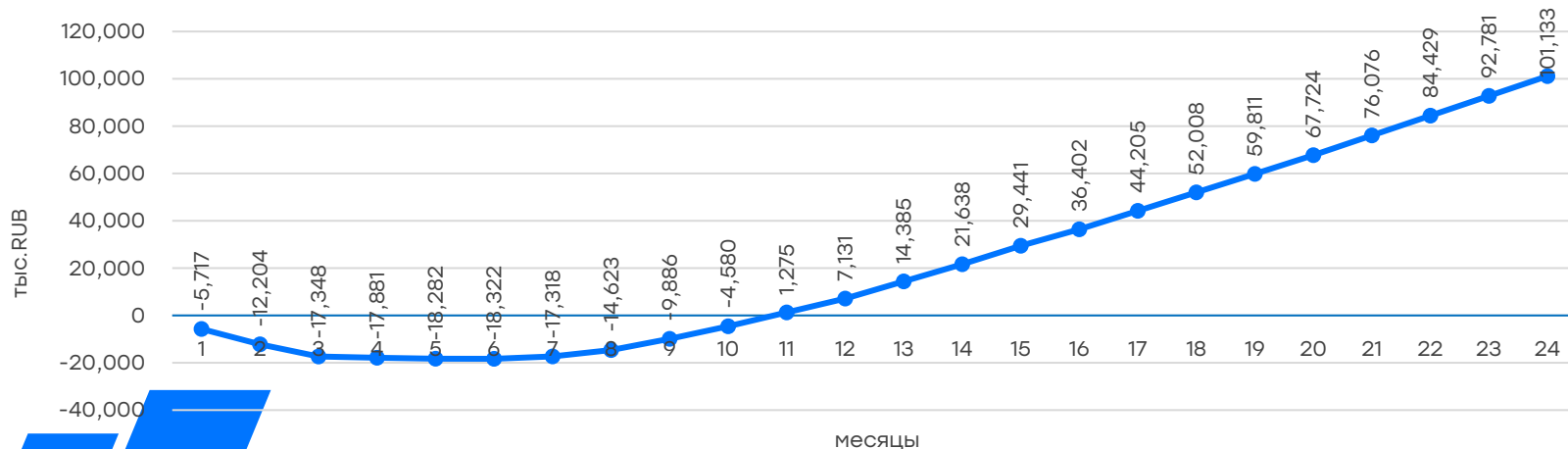
**Чистая настоящая стоимость проекта NPV (Net Present Value)** – это настоящая стоимость будущих денежных потоков от проекта минус начальные инвестиции в проект.  
 $NPV = PV - I$ , где  $PV$  – настоящая стоимость проекта,  $I$  – сумма первоначальных инвестиций.


**Внутренняя норма рентабельности IRR (Internal Rate of Return)** – по определению – это ставка дисконта, при которой настоящая стоимость будущих потоков равна инвестициям. Предельная ставка, ниже которой проекты отклоняются рассчитывается исходя из стоимости финансирования и рискованности проекта.

# 6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

## Оценка эффективности проекта (тыс.RUB)

Месяцы	1	6	12	18	24	
Простой период окупаемости	-5 717,4	-40,3	5 855,5	5 815,2	6 364,5	IRR 164 %
Простой период окупаемости накоплено	-5 717,4	-18 322,2	7 130,9	40 081,8	77 280,0	
Дисконтированный период окупаемости	-5 674,8	-38,5	5 353,3	5 083,4	5 319,6	NPV 67 791,9
Дисконтированный период окупаемости накоплено	-5 674,8	-18 037,2	5 554,0	34 891,9	67 791,9	





**СПАСИБО ЗА  
ВНИМАНИЕ!**