**Стадия инвестиционного проекта:**

**I - Initiation - Инициация инвестиционного проекта**

**Техническое задание Этапа №1**

**РАЗРАБОТКА ОПХТИМАЛЬНОЙ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ РЕКОНСТРУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВА ПОЛИСТИРОЛА НА ХХХХ**

Проект: «Реконструкция производства полистирола

на ХХХХ

**Основание для выполнения работы:**

Договор № \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_ .20\_\_ г.

**Заказчик:**

УУУУ

**Исполнитель:**

ZZZZ

**Руководитель проекта:**

…

**Эксперты-исполнители:**

…

**Москва 20…**

**1. Цель Этапа №1, вводные данные и результат работы**

1.1. Целью Этапа №1 является: **разработать и обосновать производственную программу для реконструкции производства полистирола на ХХХХ** (далее по тексту – ХХХХ).

1.2. Для выполнения данной работы принимаются следующие вводные данные:

После проведения реконструкции производства полистирола ХХХХ должен:

1.2.1. Производить не менее … тыс.тонн продукции в год.

1.2.2. Производить ассортимент, состоящий не менее чем из 60 марок полистирола (далее по тексту – ПС).

1.2.3. Производить только те марки ПС, которые:

- смогут выполнить задачу импортозамещения марок ПС, которые не выпускаются в России (в том числе и вспенивающегося ПС), и успешно конкурировать с поставками аналогичных марок ПС из-за рубежа;

- успешно конкурировать с марками ПС, выпускаемыми в России.

1.2.4. Осуществлять следующий технологический передел ПС (производство мастебеча, компаундов, биориентированной ленты и др.) в объеме не менее 50% выпускаемого ПС.

1.2.5. Иметь возможность экспортировать не менее 40% выпускаемой продукции.

1.2.6. Иметь себестоимость продукции, позволяющую конкурировать с импортным ПС и продуктами его передела.

1.3. Результатом работы по Этапу №1 должен быть Отчет, выполняющий все условия раздела 1.2, и соответствующий по содержанию разделу 2 настоящего «Технического задания».

**2. Содержание отчета по Этапу №1**

Отчет по Этапу №1 должен содержать три раздела, содержание которых описано ниже:

**2.1. Раздел 1: Анализ ситуации на рынке ПС**

2.1.1. Общие требования к Разделу 1:

2.1.1.1. Все маркетинговые данные должны приводиться в динамике: как те или иные параметры изменялись в течение последних пяти лет. Также необходимо привести прогноз изменения параметров на три года вперед.

2.1.1.2. Все прогнозы должны быть обоснованы и аргументированы: какие события или какие процессы позволяют авторам отчета сделать такой прогноз.

2.1.1.3. Если по какому-либо пункту Отчета у авторов отсутствует информация, то это следует указать.

2.1.1.4. В Отчете следует особо подчеркнуть те события или тенденции, которые могут существенно повлиять на состояние рынка (переломить ситуацию на рынке).

2.1.1.5. Отчет должен охватывать три сегмента рынка ПС в России: внутреннее потребление, импорт, экспорт.

2.1.2. Содержание Раздела 1:

2.1.2.1. Обзор марочного ассортимента ПС: систематизированное изложение типов, видов, марок ПС, выпускаемого в России и за рубежом с указанием:

- технологии получения (кратко),

- стран, в которых данные марки выпускаются,

- объёма выпуска в РФ и в мире,

- объема экспорта и импорта в РФ.

Обзор марочного ассортимента должен охватывать те марки ПС, которые в сумме составляют не менее 95% мирового рынка (по массе).

Особо следует отметить те марки ПС, которые в России не впускаются и в нее не импортируются с указанием причин этого.

При анализе для марок ПС с аналогичными потребительскими свойствами необходимо указать «плюсы» и «минусы» этих марок (коммерческие, потребительские, технологические).

2.1.2.2. Анализ рынка производителей ПС:

- крупнейшие производители (которые в сумме должны охватывать не менее 80% рынка по массе),

- мощности и фактические объемы производства (в натуральном и денежном выражении),

- имеющиеся сведения о себестоимости продукции, в том числе относительная рентабельность выпуска различных марок ПС.

2.1.2.3. Анализ цен на ПС и динамика цен.

2.1.2.4. Анализ рынка покупателей:

- основные отрасли и предприятия-потребители

- емкость рынка: текущая и прогнозная

- факторы, влияющие на спрос

- крупнейшие в РФ и в мире трейдеры данной продукции.

2.1.2.5. Анализ конкурентной среды:

- существующие барьеры для входа на рынок новых игроков,

- анализ возможности выхода на рынок с новой продукцией или новым объемом продукции,

- сведения о маркетинговой политике производителей ПС (система дистрибуции, ценовая стратегия и оптовые скидки, наличие оптовых складов в России и т.п.),

- текущие и планируемые действия производителей ПС, которые могут повлиять на состояние рынка.

2.1.2.6. Анализ рынка лицензиаров:

- кто владеет патентами и Know How на марки ПС,

- кому проданы лицензии, на каких заводах реализованы, каков объем выпуска,

- есть ли информация о том, кто выполнял инжиниринговое сопровождение проектирования и строительства установок ПС,

- есть ли информация о цене лицензии, цене EPC(M)-контракта, цене строительства.

**2.2. Раздел 2: Выводы**

Данный раздел должен включать следующие вводы со ссылкой на Раздел 1:

- какой объем выпуска продукции рекомендуется для ИЗПС,

- какие марки ПС рекомендуются для выпуска на ИЗПС.

**2.3. Раздел 3: Производственная программа для ХХХХ**

Данный раздел представляет собой заполненную Таблицу:

**Таблица**

**Программа производства полистирола после проведения реконструкции производства полистирола на ХХХХ**

**Общий объем производства: … тыс.тонн полистирола в год**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Марка ПС | Доля в объеме выпуска | Цены на российском рынке, $/т | Цены на мировом рынке, $/т | Конкуренты | Лицензиары, которые не вошли в графу 15 |
| % | тыс.тонн в год | 2013 | Прогноз | 2013 | Прогноз | Компания | Объем выпуска, тыс.т | Себе-стоимость\*, $/т | Лицензиар |
| 2014 | 205 | 2016 | 2014 | 205 | 2016 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| … |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| … |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| **ИТОГО:** |  | **…** |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |

***Примечание:***

\*) если такие данные удастся получить при выполнении Этапа №1.