

ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН ПАСЕКИ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

Данное исследование подготовлено ГК Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. ГК Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. ГК Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения ГК Step by Step.

**Дата выпуска отчета:
июнь 2011г.**

г. Москва

STEP BY STEP



Содержание

Аннотация.....	3
<i>Суть проекта</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Расчетные сроки проекта</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Стоимость проекта</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Источники финансирования проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Выгоды и риски проекта.....</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Ключевые экономические показатели эффективности проекта</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
Полное содержание исследования	6
<i>Список диаграмм</i>	<i>8</i>
<i>Список таблиц.....</i>	<i>8</i>
<i>Список схем</i>	<i>8</i>
<i>Список приложений</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
Выдержки из исследования	10

АННОТАЦИЯ

Цель БП: открытие частной пасеки

К готовому Бизнес-плану прилагается заполненная Финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

Бизнес - план содержит следующие основные блоки:

1. Описание рассматриваемого рынка
2. Маркетинговый план открытия данного бизнеса
3. План сбыта
4. Производственная часть
5. Организационная структура предприятия
6. Финансовый план
7. Нормативная база

Предлагаемый бизнес–план может являться основой для написания бизнес-плана для Вашего проекта. К бизнес-плану прилагается финансовая модель в формате xls (Microsoft Excel).

СУТЬ ПРОЕКТА

Создание пчеловодческого хозяйства.

ДОЛГОСРОЧНЫЕ И КРАТКОСРОЧНЫЕ ЦЕЛИ ПРОЕКТА

Краткосрочная цель: выход на рынок меда, появление постоянных клиентов, получение стабильной прибыли.

Долгосрочная цель: расширение ассортимента продукции, увеличение основных производственных фондов, создание пасек в различных районах, с целью получения различных сортов меда, создание собственной сети магазинов по продаже меда и продуктов пчеловодства.

РАСЧЕТНЫЕ СРОКИ ПРОЕКТА

Расчетный срок проекта – 3 года (36 месяцев).

РЕЗЮМЕ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА (4P) ПРОДУКЦИИ

Продукт - Для обеспечения конкурентного преимущества в борьбе за клиента, на первом этапе ставка будет сделана на качество товаров.

Цена - При формировании цены на товары пчеловодства ориентиром будут служить цены конкурентов аналогичного формата, а также будет учитываться средний целевой сегмент потребителей и объем затрат компании.

Сбыт – Создаваемые в рамках проекта услуги планируется реализовывать посредством прямых каналов товародвижения.

Продвижение – В качестве рекламы будет использоваться интернет-рассылка, интернет-баннеры, прямая почтовая рассылка, а также продвижение посредством социальных сетей.

СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

Объем необходимых инвестиций - **1 674 983 рублей.**

ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ ПРОЕКТА

Собственные средства.

ВЫГОДЫ И РИСКИ ПРОЕКТА

Выгоды: обеспечение населения полезным и вкусным продуктом, создание новых рабочих мест.

Риски: колебания цен на мед и продукты пчеловодства, плохие погодные условия.

КЛЮЧЕВЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА:

- Период окупаемости – **28 мес.**
- Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – 15% годовых) – **28 мес.**

Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) **1 142 808 руб.**

- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – 60,4%, IRR (месяц) – 4,01%.**

Кол-во страниц: 53 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 6 диаграмм, 25 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Резюме проекта	6
1.1 <i>Суть проекта</i>	6
1.2 <i>Долгосрочные и краткосрочные цели проекта</i>	6
1.3 <i>Расчетные сроки проекта</i>	6
1.4 <i>Резюме комплекса маркетинга (4P) продукции</i>	6
1.5 <i>Стоимость проекта</i>	6
1.6 <i>Источники финансирования проекта</i>	7
1.7 <i>Выгоды и риски проекта</i>	7
<i>Ключевые экономические показатели эффективности</i>	
1.8 <i>проекта:</i>	7
2. Описание товара/услуги	8
2.1 <i>Определение товара/услуги</i>	8
2.2 <i>Сегментация товара/услуги</i>	8
2.2.1 <i>Сегментирование меда по происхождению</i>	8
<i>Сегментирование меда по растению, с которого была</i>	
2.2.2 <i>собрана пыльца</i>	8
2.2.3 <i>Сегментирование меда по товарному виду</i>	9
2.2.4 <i>Сегментирование меда по консистенции</i>	10
2.2.5 <i>Сегментирование меда по цвету</i>	10
2.2.6 <i>Сегментирование меда по региону медосбора</i>	10
2.2.7 <i>Сегментирование продукции по видам упаковки</i>	11
2.2.8 <i>Сегментирование продукции по способу хранения</i>	11
2.2.9 <i>Ценовое сегментирование Продукции</i>	11
<i>Стоимость товара/услуги. Принятая концепция</i>	
2.3 <i>ценообразования</i>	12
2.4 <i>Перспективы развития товара/услуги</i>	12
<i>Лицензии, патенты, государственная поддержка</i>	
2.5 <i>товаров/услуг</i>	13
3. Анализ рынка	14
3.1 <i>Анализ положения дел в отрасли</i>	14
3.2 <i>Отрасль пищевой промышленности</i>	14
3.2.1 <i>Объем пищевой промышленности</i>	15
3.2.2 <i>Темпы роста отрасли пищевой промышленности</i>	16
3.2.3 <i>Тенденции в отрасли пищевой промышленности</i>	17
3.3 <i>Общие данные о рынке</i>	18
3.4 <i>Объем и емкость Рынка</i>	18

3.4.1	Объем рынка меда в натуральном выражении	18
3.4.2	Емкость рынка меда в денежном выражении	20
	Емкость рынка меда в натуральном и денежном	
3.4.3	выражении	20
3.5	<i>Объемы российского производства</i>	21
3.6	<i>Темпы роста внутреннего производства меда в России</i>	21
3.7	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	21
3.8	<i>Ценообразование на рынке</i>	21
3.8.1	Скидки	22
3.9	<i>Конкурентный анализ</i>	24
3.9.1	Основные параметры конкуренции	24
	Основные производители. Описание профилей	
3.9.2	крупнейших компаний	24
	Тенденции в направлении конкуренции между	
3.9.3	крупнейшими производителями	29
3.9.4	Анализ политики продвижения	29
3.10	<i>Анализ потребителей</i>	29
3.11	<i>Выбор и обоснование уникального достоинства продукции</i>	32
4.	Маркетинговый план	33
4.1	<i>Уникальные достоинства, позиционирование</i>	33
4.2	<i>Ценовая политика</i>	33
4.3	<i>Порядок осуществление продаж / оказания услуг</i>	33
4.4	<i>Концепция рекламы и PR. Программа по организации рекламы</i>	34
5.	План продаж	35
5.1	<i>Цены на конкретные виды товара/услуги</i>	35
5.2	<i>Организация сбыта. Каналы сбыта.</i>	35
5.3	<i>План продаж на весь расчетный период</i>	35
6.	Производственная часть	37
	<i>Описание производственного процесса. Технологическая</i>	
6.1	<i>схема производства продукции / организации услуги</i>	37
6.2	<i>Требования к поставщикам</i>	38
6.3	<i>Состав и стоимость оборудования</i>	39
6.3.1	Амортизация основных средств	40
6.4	<i>Оценка и обоснование необходимых ресурсов</i>	41
6.5	<i>Оценка постоянных и переменных затрат</i>	41
6.6	<i>Оценка доходов</i>	42
6.7	<i>Функциональное решение</i>	42
6.7.1	Выбор и обоснование типа предприятия	42

7. Организационно-управленческая структура	44
7.1 <i>Организационная структура</i>	44
7.2 <i>Специализация, количество и состав сотрудников</i>	44
7.3 <i>Затраты на оплату труда</i>	45
8. Финансовый план	46
8.1 <i>Основные параметры расчетов</i>	46
8.2 <i>Объем финансирования</i>	46
8.3 <i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	47
<i>Состав и характер затрат на реализацию проекта</i>	
8.4 <i>(инвестиционные затраты)</i>	48
8.5 <i>Основные формы финансовых расчетов (USD)</i>	49
8.6 <i>Анализ чувствительности</i>	51
8.6.1 <i>Показатели эффективности проекта</i>	51
8.6.2 <i>Основные параметры бизнес-плана:</i>	51
9. Организационный план осуществления проекта	53
9.1 <i>План-график реализации проекта</i>	53

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Объем отгруженных товаров пищевой промышленности в Российской Федерации, млрд.руб.

Диаграмма 2. Сравнительная динамика производства пищевых продуктов РФ с поправкой на неформальную деятельность предприятий и объемов отгруженных товаров пищевой отрасли, %

Диаграмма 3. Прогноз объемов Российского рынка меда в 2011-2015 гг. для оптимистичного сценария, тыс. тонн

Диаграмма 4. Прогноз объемов Российского рынка меда в 2011-2015 гг. для пессимистичного сценария, тыс. тонн

Диаграмма 5. Потребительские предпочтения по виду меда, 2010 г., %

Диаграмма 6. Распределение потребительских предпочтений по виду места покупки, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Индекс производства пищевых продуктов РФ, в % к предыдущему году

Таблица 2. Динамика объема отгруженных товаров пищевой отрасли, включая напитки, и табака, %

Таблица 3. объем рынка меда в России в 2010 году, тонн

- Таблица 4. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам
- Таблица 5. Цены на продукцию пчеловодческого хозяйства
- Таблица 6. План продаж в первый год функционирования пасеки
- Таблица 7. План продаж во второй год функционирования пасеки
- Таблица 8. План продаж в третий год функционирования пасеки
- Таблица 9. Состав и стоимость основного оборудования
- Таблица 10. Размер ежегодных амортизационных отчислений
- Таблица 11. Постоянные затраты в месяц, руб.
- Таблица 12. Переменные затраты в месяц, руб.
- Таблица 13. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 1)
- Таблица 14. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 2)
- Таблица 15. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 3)
- Таблица 16. Штатное расписание
- Таблица 17. Затраты на открытие
- Таблица 18. График окупаемости проекта, руб. Свод доходы-расходы
- Таблица 19. Инвестиционные затраты (часть 1)
- Таблица 20. Инвестиционные затраты (часть 2)
- Таблица 21. Инвестиционные затраты (часть 3)
- Таблица 22. Отчет о прибылях и убытках (часть 1)
- Таблица 23. Отчет о прибылях и убытках (часть 2)
- Таблица 24. Отчет о прибылях и убытках (часть 3)
- Таблица 25. График реализации проекта

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1. Организационная структура

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

2. ОПИСАНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТОВАРА/УСЛУГИ

Мед относится к продуктам пчеловодства; помимо меда пчелы вырабатывают пчелиный яд, пергу, маточное молочко, прополис, воск.

Мед пчелиный - сладкое сиропобразное вещество, вырабатываемое медоносной пчелой из нектара растений. Пчелы используют мед в качестве корма, для человека мед – ценный источник питательных веществ.

СЕГМЕНТАЦИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО ПРОИСХОЖДЕНИЮ

По происхождению выделяют следующие виды натурального меда:

- Цветочный. Производится пчелами в процессе сбора и переработки нектара, выделяемого нектарниками растений как цветковыми, так и нецветковыми.
- Падевый. Падевый мед пчелы вырабатывают, собирая падь и медвяную росу (сладкие выделения тли) с листьев или стеблей растений. Падевый мед менее ценный, к тому же он не годится в качестве зимнего корма для пчел.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО РАСТЕНИЮ, С КОТОРОГО БЫЛА СОБРАНА ПЫЛЬЦА

Наиболее известными в России являются следующие виды меда:

- акациевый мед
- кориандровый («коляндровый») мед
- каштановый мед
- липовый мед
- молочайный мед
- подсолнечный мед
- рапсовый мед;
- гречишный мед
- мед донника
- клюквенный

- ивовый
- кипрейный
- кленовый
- лопуховый
- люцерновый
- мелиссовый
- майский
- морковный
- мятный
- мед с верблюжьей колючки
- одуванчиковый мед
- огуречный
- осотовый
- падевый
- подсолнечниковый
- пустырниковый
- резедовый
- рябиновый
- сурепковый
- серпуховый
- синяковый мед
- соскюрейный

Как правило, название меда совпадает с названием цветка (медоноса), с которого он был собран. Но проконтролировать то, с каких медоносов пчелы собирают мед невозможно, поэтому чистый мед какого-либо сорта получить невозможно. Обычно, сорт определяют по времени цветения медоносов и по виду медоносов, которые растут рядом с пасекой.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО ТОВАРНОМУ ВИДУ

По товарному виду мед разделяют на следующие сегменты:

- Центробежный. Центробежный мед получают путем выкачки его из ячеек сотов с помощью медогонки.
- Сотовый. Сотовый мед, не извлеченный из восковых сотов; продается рамками или небольшими прямоугольными вырезками.

В России наиболее распространен центробежный мед.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО КОНСИСТЕНЦИИ

По консистенции выделяют:

- ...
- ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО ЦВЕТУ

По цвету мед различают на два сегмента:

- ...
- ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ МЕДА ПО РЕГИОНУ МЕДОСБОРА

По региону медосбора выделяются следующие сегменты продукции:

- ...
- ...
- ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО ВИДАМ УПАКОВКИ

По виду упаковки различают

- ...
- ...
- ...
- ...
- ...

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ ПО СПОСОБУ ХРАНЕНИЯ

По способу хранения выделяют следующие емкости:

- ...
- ...
- ...
- ...

Мед можно хранить исключительно в безупречно чистой таре из стекла или алюминия. Мед, расфасованный в стеклянные банки, следует хранить в темном помещении, так как

...

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ ПРОДУКЦИИ

На Рынке выделяют три основных ценовых сегмента по виду меда:

- ...
- ...
- ...

Также можно выделить ценовую сегментацию по предназначению

- ...
- ...

Далее, если это не оговаривается, будет использоваться ценовая сегментация по виду меда.

СТОИМОСТЬ ТОВАРА/УСЛУГИ. ПРИНЯТАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ

Стоимость реализуемой продукции определяется на основе анализа состояния конкурентной среды и устанавливается на уровне цен конкурентов.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОВАРА/УСЛУГИ

В среднем, жители России потребляют ... кг. меда в год на душу населения, что является достаточно низким показателем по сравнению с развитыми странами, где потребление может достигать 3-4 кг в год на душу населения.

Тем не менее, каждый год данный показатель растет, спрос на мед является постоянным. Одновременно с этим, собственное производство меда в России находится на достаточно низком уровне, большая часть

производителей – это частные пчеловодческие хозяйства, без наемного персонала, где практически все делает один человек. Такие хозяйства за сезон приносят около 300-350 кг. меда.

ЛИЦЕНЗИИ, ПАТЕНТЫ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ТОВАРОВ/УСЛУГ

Данный вид деятельности не лицензируется.

Не смотря на отсутствие общероссийских законодательных актов в данном виде деятельности, практически в каждом районе существуют региональные законы «О пчеловодстве».

В соответствии с ними, для организации пасеки необходимо как минимум:

- ...
- ...

3. АНАЛИЗ РЫНКА

АНАЛИЗ ПОЛОЖЕНИЯ ДЕЛ В ОТРАСЛИ

ОТРАСЛЬ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Пищевая промышленность - отрасль лёгкой промышленности, являющаяся совокупностью производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством (как поставщиком сырья) и с торговлей (как с основным потребителем).¹

К предприятиям пищевой промышленности России, пищевым предприятиям относятся: пищевые заводы, компании, комбинаты и фабрики.

Отрасли пищевой промышленности включают в себя следующие виды промышленности:

- Консервная промышленность
- Молочная промышленность,
- Мясная промышленность,
- Масложировая промышленность,
- Макаронная промышленность,
- Кондитерская промышленность,
- Винодельческая промышленность,
- Пивоваренная и безалкогольных напитков промышленность,
- Соляная промышленность,
- Сахарная промышленность,
- Табачная промышленность,
- Овощеводство.

Одной из особенностей российской пищевой промышленности является формирование вертикально интегрированных корпораций. Кондитерская, масложировая, молочная, мясоперерабатывающая отрасли пищевой промышленности представлены различными крупными холдингами. Так, в масложировой отрасли, крупный производитель группа компаний «НМЖК»,

¹ <http://ru.wikipedia.org/>

включает в себя различные заводы и комбинаты, осуществляющие деятельность на всех циклах производства масложировой продукции. Крупный сибирский холдинг «Российские мясопродукты» располагает не только мясозаготовительными и производственными предприятиями, но также и собственной сбытовой сетью.²

ОБЪЕМ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

...

ДИАГРАММА 7. ОБЪЕМ ОТГРУЖЕННЫХ ТОВАРОВ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, млрд.руб.³

...

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Данный показатель стабильно рос с 2006 по 2008 год. В 2009 году в связи с наступлением кризиса было отмечено резкое падение темпов роста, однако положительная динамика сохранилась и объем отгруженных товаров, произведенных предприятиями пищевой отрасли, составил 2822 млрд. руб.. В 2010 году темпы роста почти вернулись к докризисному уровню и объем отгруженных товаров, произведенных предприятиями пищевой отрасли, достиг ... млрд. руб.

ТЕМПЫ РОСТА ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

...

ТАБЛИЦА 25. ИНДЕКС ПРОИЗВОДСТВА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ РФ, в % к ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010
Производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака					

Источник: Федеральная служба государственной статистики

...

² <http://www.id-marketing.ru/production/obzor-pischevoy-promishlennosti/>

³ В данную категорию не входят товары произведенные, но неотгруженные

Темпы роста объема отгруженных товаров в отрасли пищевой промышленности можно проследить в следующей таблице:

Таблица 26. Динамика объема отгруженных товаров пищевой отрасли, включая напитки, и табака, %

Показатель	2006	2007	2008	2009	2010
Объем отгруженных товаров пищевой отрасли, включая напитки, и табака					

Источник: Федеральная служба государственной статистики

До мирового финансового кризиса темпы роста объемов отгруженной продукции, произведенной предприятиями пищевой промышленности, составляли от ... до ...% в год. Однако в 2009 году темпы роста данного показателя составили всего ...%. В 2010 году темпы роста немного увеличились – до ...%. Данный показатель характеризует, какой объем товаров был передан в оптово-розничную продажу (произведенные в исследуемый временной промежуток или ранее).

Для более наглядного представления данных, приведем следующую диаграмму:

Диаграмма 8. Сравнительная динамика производства пищевых продуктов РФ с поправкой на неформальную деятельность предприятий и объемов отгруженных товаров пищевой отрасли, %

...

Источник: Федеральная служба государственной статистики

Таким образом, можно отметить, что в 2008 году в большей мере реализовывались продукты, произведенные в докризисное время и остававшиеся на складах промышленных предприятий, что и обеспечило в целом рост отрасли и позволило не допустить дефицита продовольственных товаров.

ТЕНДЕНЦИИ В ОТРАСЛИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В отрасли пищевой промышленности можно выделить следующие тенденции.

1. ...
2. ...

...

ОБЩИЕ ДАННЫЕ О РЫНКЕ

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА МЕДА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Существует несколько подходов к оценке объемов рынка меда.

- Оценка объемов рынка по среднему душевому потреблению меда (в среднем жители России потребляют ... кг. меда в год, а численность населения России составила 141,9 млн. чел.)
- Анализ объемов рынка на основе информации о доле производства отдельных регионов в общероссийском производстве

Таким образом, экспертами ГК Step by Step были оценены объемы внутреннего производства меда, данный показатель находится в интервале ... -

Структура оборота меда на Российском рынке выглядит следующим образом:

ТАБЛИЦА 27. ОБЪЕМ РЫНКА МЕДА В РОССИИ В 2010 ГОДУ, ТОНН

Происхождение	тонн
ИМ	
ЭК	
Внутреннее производство	
Общий итог	

Источник: ГК Step by Step, 2011 г.

В 2010 году объем рынка меда составил ...тыс. тонн, доля импортной продукции в общем объеме составила всего ...%, доля экспортной – менее ...%. В 2009 году, по оценкам ГК Step by Step объем рынка меда составил ... тыс. тонн.

...

ДИАГРАММА 9. ПРОГНОЗ ОБЪЕМОВ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕДА В 2011-2015 ГГ. ДЛЯ ОПТИМИСТИЧНОГО СЦЕНАРИЯ, ТЫС. ТОНН

...

Источник: ГК Step by Step, 2011 г.

...

ДИАГРАММА 10. ПРОГНОЗ ОБЪЕМОВ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕДА В 2011-2015 ГГ. ДЛЯ ПЕССИМИСТИЧНОГО СЦЕНАРИЯ, ТЫС. ТОНН

...

Источник: ГК Step by Step, 2011 г.

...

ЕМКОСТЬ РЫНКА МЕДА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

По оценкам экспертов, потенциальные возможности производителей меда, то есть емкость рынка, составляет ... миллион тонн меда. Предполагается, что весь или почти весь запас меда будет реализовываться. Так, по словам Арнольда Бутова: «Статистика показывает: сейчас в России на душу населения в год приходится ... граммов потребления меда и 32 килограмма сахара. Задача - потреблять россиянами до 1 килограмма меда. А в Германии, например, потребляется на душу населения 4,5 килограмма меда и 600 граммов сахара. Можно сказать, что весь мир сегодня повернулся лицом к вырабатываемому пчелами продукту»⁴

ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

...

ТЕМПЫ РОСТА ВНУТРЕННЕГО ПРОИЗВОДСТВА МЕДА В РОССИИ

...

ВЛИЯНИЕ СЕЗОННОСТИ НА РЫНОК

Пчеловодство – одна из немногих отраслей в которой явным образом прослеживается влияние сезонности. В зимние и осенние месяцы пчелы уходят на зимовку, при этом, в разных регионах сезонные колебания

⁴ <http://rokf.ru/investment/2010/03/19/094256.html>

проявляются по-разному. Так в Алтайском крае мед традиционно начинают качать в июне – июле и заканчивают в середине августа.

...

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ

Правильно установленный уровень цены определяет степень жизнеспособности компании - уровень ее рентабельности и финансовой устойчивости.

...

СКИДКИ

Скидки чаще всего классифицируют по следующим признакам в зависимости от того, на что больше ориентируется продавец:

- ...
- ...

ОСОБЫЕ СКИДКИ

В свою очередь особые скидки могут быть классифицированы по следующим признакам:

- ...
- ...

...

...

Величина внесезонных скидок обычно бывает довольно небольшой и определяется:

- ...
- ...

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

Компании, производящие мед, конкурирую по следующим параметрам

- ...
- ...
- ...

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ. ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ КОМПАНИЙ

...



Таблица 28. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Компании	Год основания	Географический охват	Ассортимент продукции	Основные бренды	Сильные стороны
Медовый дом					
Башкирский мед					
Атайский пчелоцентр					
Мед Алтая					
Тенториум					

Источник: ГК Step by Step, 2011г

РЕЗЮМЕ

Все крупные компании, занимающиеся производством меда, были основаны в 90-е годы, их продукция продается по всей территории России, а марки, под которыми выпускается продукция, широко известны.

ТЕНДЕНЦИИ В НАПРАВЛЕНИИ КОНКУРЕНЦИИ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

Среди производителей можно выделить следующие тенденции:

- Сотрудничество с розничными сетями.
- Расширение географии сбыта.
- Производство меда среднего и высокого ценовых сегментов.

АНАЛИЗ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Большая часть компаний, занимающихся производством меда в промышленных масштабах, не занимается активным продвижением своей продукции. Дело в том, что в первую очередь они рассчитывают на сотрудничество с сетями, которые закупают товар сразу в больших объемах. Более мелкие производители надеются на ярмарку меда, которая позволяет в короткие сроки реализовать большой объем продукции.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Потребителями меда выступают как B2C, так и B2B сектора. Последний использует мед не только в качестве пищевого продукта, но и с промышленными целями, например, как косметологическое средство.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО: ВИДАМ, МАРКАМ МЕДА

Среди населения России наиболее популярны следующие сорта меда:

- липовый
- каштановый
- гречишный
- акациевый

- донниковый
- цветочный
- кипрейный

ДИАГРАММА 11. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ВИДУ МЕДА, 2010 г., %

...

Источник: журнал компании «добрая пчела», 2011 г.

...

Предпочтения в местах покупки

Большинство респондентов предпочитают покупать мед непосредственно у продавца.

ДИАГРАММА 12. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПО ВИДУ МЕСТА ПОКУПКИ, %

...

Источник: журнал компании «добрая пчела», 2011 г.

...

Причины покупки меда

При покупке меда потребители обращают внимание на следующие критерии (в порядке убывания значимости):

- цена меда
- производитель
- регион сбора меда
- упаковка

**Степень активности в потреблении Продукции или Услуги.
Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени**

...

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ УНИКАЛЬНОГО ДОСТОИНСТВА ПРОДУКЦИИ

Мед – уникальный продукт, который используется не только как полезное лакомство, но и в лечебных целях. Каждый год потребление меда в нашей стране растет, но все равно не доходит до европейского уровня.

Создаваемое предприятие по производству меда будет располагаться в одном из экологически чистых районов и выпускать на рынок экологически чистую продукцию. Одной из основных задач пасеки ставится участие на медовых ярмарках к концу третьего года создания, что поможет существенно увеличить сбыт продукции.

...

4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

УНИКАЛЬНЫЕ ДОСТОИНСТВА, ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

...

...

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

Стоимость реализуемой продукции определяется на основе анализа состояния конкурентной среды и устанавливается на уровне цен конкурентов.

В первое время планируется производить мед и прополис – наиболее популярные продукты пчеловодства.

...

ПОРЯДОК ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ / ОКАЗАНИЯ УСЛУГ

..

КОНЦЕПЦИЯ РЕКЛАМЫ И PR. ПРОГРАММА ПО ОРГАНИЗАЦИИ РЕКЛАМЫ

...

5. План продаж

ЦЕНЫ НА КОНКРЕТНЫЕ ВИДЫ ТОВАРА/УСЛУГИ

В первое время пчеловодческое хозяйство будет заниматься только реализацией меда и прополиса. В будущем возможно расширение ассортимента и добавление в него таких позиций, как маточное молочко, перга и другие.

Таблица 29. Цены на продукцию пчеловодческого хозяйства

Товар	Цена, руб/кг
Мед	
Прополис	

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТА. КАНАЛЫ СБЫТА.

Планируется реализация товара через прямые каналы товародвижения, то есть непосредственно потребителю, в том числе на развес.

План продаж на весь расчетный период

Таблица 30. План продаж в первый год функционирования пасеки

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Мед				
Прополис				
Итого				

Таблица 31. План продаж во второй год функционирования пасеки

Ценовая категория	2 год			
	I	II	III	IV
Мед				
Прополис				
Итого				

Таблица 32. План продаж в третий год функционирования пасеки

Ценовая категория	3 год			
	I	II	III	IV
Мед				
Прополис				
Итого				

В первом квартале продаж не будет, так как в это время пчелы уходят на зимовку, мед не добывается, а все запасы планируется реализовать до декабря.

6. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЧАСТЬ

ОПИСАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА. ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ / ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГИ

Когда рабочая пчела достигает возраста двадцати дней, она покидает улей в поисках нектара – сладкого продукта секреции цветов. Пчела проникает сквозь лепестки цветка и высасывает нектар при помощи хоботка; нектар после этого хранится в брюшке насекомого. Во время путешествия по организму пчелы вода отделяется от нектара и выводится, а сам нектар обрабатывается при помощи ферментов. Железистая система пчелы производит энзимы, которые обогащают сырье для производства меда.

В процессе сбора нектара, пчелы собирают и пыльцу в специальные корзиночки на ножках. Иногда насекомое падает в пыльцу, и она примешивается к нектару, увеличивая его питательные свойства.

...

...

...

...

ТРЕБОВАНИЯ К ПОСТАВЩИКАМ

Рассматривая работу пчеловодческого хозяйства можно рассмотреть во-первых, требования к поставщикам пчел, а во-вторых, требования к территории, на которой должна располагаться пасека.

...

СОСТАВ И СТОИМОСТЬ ОБОРУДОВАНИЯ

Для организации пасеки необходимо не так уж и много оборудования. Во-первых, для производства меда необходимы улья, в каждый из которых запускают одну пчелиную семью. Во-вторых, понадобятся восковые «рамки», на которых пчелы смогут создать соты. В-третьих, необходим

инвентарь, который поможет непосредственно добыть мед из улья (дымарь, либо сепаратор). После извлечения рамок из ульев необходимо получить из них мед, что делается при помощи медогонки. При небольшом количестве ульев можно использовать ручную медогонку, в противном же случае стоит приобрести электронную медогонку.

В рассматриваемом бизнес-плане планируется создание пасеки из 100 ульев.

Стоимость основного оборудования составляет ... рублей, из них производственное оборудование – ... рублей.

Таблица 33. Состав и стоимость основного оборудования

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма руб.
1	Пчелосемья	100		
2	Улей	100		
3	Дымарь	6		
4	Стамеска	6		
5	Рамки	400		
6	Медогонка 12-ти рамочная "CFM-12W" с электро приводом	1		
7	Контейнеры под мед (23л)	60		
	Итого	673		

АМОРТИЗАЦИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ

Амортизация начисляется линейным способом исходя из сроков использования 5 лет.

Таблица 34. РАЗМЕР ЕЖЕГОДНЫХ АМОРТИЗАЦИОННЫХ ОТЧИСЛЕНИЙ

№	Наименование	Кол-во	Цена руб.	Сумма амортизационных отчислений, в год
1	Пчелосемья			
2	Улей			
3	Дымарь			
4	Стамеска			
5	Инструменты для изготовления рамок			
6	Медогонка 12-ти рамочная "CFM-12W" с электро приводом			
7	Контейнеры под мед (23л)			

	Итого		
--	--------------	--	--

ОЦЕНКА И ОБОСНОВАНИЕ НЕОБХОДИМЫХ РЕСУРСОВ

К необходимым ресурсам относятся: территория для размещения пасеки (данная территория может как браться в аренду, так и быть получена в безвозмездное пользование).

Также к необходимым ресурсам стоит отнести пчелиные семьи и улья.

ОЦЕНКА ПОСТОЯННЫХ И ПЕРЕМЕННЫХ ЗАТРАТ

Накладные (постоянные) и переменные расходы в месяц при выходе на проектную мощность приведены ниже.

Таблица 35. Постоянные затраты в месяц, руб.

№	Статья затрат	Сумма, руб.
1	Аренда	
2	ФОТ	
3	ЕСН	
4	Коммуникации, инфраструктура	
5	Оплата интернет	
6	Канцелярские и хозяйственные товары	
7	Обслуживание системы сигнализации	
8	Реклама и продвижение	
9	Амортизация	
	Итого постоянных затрат	

Таблица 36. Переменные затраты в месяц, руб.

	Наименование расходного материала	Цена ед. в мес., руб.
1	Содержание пчел в зимнее время	
	Итого переменных затрат	

В качестве переменных расходов рассматривается содержание пчел в зимнее время. Наиболее рациональным решением будет создание фонда, в который каждый месяц будет отчисляться часть средств, расходование которых начнется в зимние месяцы.

ОЦЕНКА ДОХОДОВ

Таблица 37. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 1)

Ценовая категория	1 год			
	I	II	III	IV
Мед				
Прополис				
Итого				

Таблица 38. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 2)

Ценовая категория	2 год			
	I	II	III	IV
Мед				
Прополис				
Итого				

Таблица 39. План доходов пчеловодческого хозяйства (часть 3)

Ценовая категория	3 год				Итого
	I	II	III	IV	
Мед					
Прополис					
Итого					

В первое время предполагается реализация различных видов меда и прополиса. Не смотря на высокую цену прополиса, спрос на него значительно ниже, чем на мед, поэтому его доля в доходах пчеловодческого хозяйства небольшая.

6.1. ФУНКЦИОНАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ

ВЫБОР И ОБОСНОВАНИЕ ТИПА ПРЕДПРИЯТИЯ

В качестве организационно-правовой формы для пчеловодческого хозяйства рекомендуется выбрать общество с ограниченной ответственностью. Выбор такой организационно-правовой формы связан с тем, что:

- во-первых, в отличие от частного предпринимателя, все участники общества с ограниченной ответственностью отвечают по своим обязательствам в пределах своих вкладов, это позволит брать большие суммы денег в кредит или большое количество товаров на реализацию;

- во-вторых, при создании общества с ограниченной ответственностью, минимальный размер уставного капитала в 10 раз меньше, чем при создании закрытого акционерного общества.

ООО можно зарегистрировать при одном участнике. Для регистрации ООО требуется: собрать необходимый пакет документов, создать уставный капитал в размере не менее десяти тысяч рублей, предоставить документы в налоговую инспекцию. Перечень документов указан в статье 12 Закона от 8 февраля 1998 г. № 14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Создаваемое предприятие планирует работать на основе общей системы налогообложения.

7. ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ СТРУКТУРА

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СХЕМА 2. ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ, КОЛИЧЕСТВО И СОСТАВ СОТРУДНИКОВ

...

ЗАТРАТЫ НА ОПЛАТУ ТРУДА

Штат сотрудников насчитывает ... человек. Затраты оплаты труда будут соответственно составлять ... руб. в месяц (ФОТ), отчисления в пенсионный фонд составят ... руб. в месяц. Таким образом, ФОТ с ЕСН составит ... руб. в месяц.

Для директора, бухгалтера и пчеловода предполагается фиксированная заработная плата.

При этом заработная плата пчеловода составит ... руб., однако с учетом неполной занятости (6 мес. в году), логичным представляется создать в рамках специальный фонд, в который ежемесячно будет отчисляться половина суммы (... руб.)

ТАБЛИЦА 40. ШТАТНОЕ РАСПИСАНИЕ

Должность	Кол-во	З.п., руб.	Сумма, руб.	ЕСН	Итого
Директор					
Бухгалтер					
Пчеловод (пасечник)					
Итого					

8. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ РАСЧЕТОВ

- Курс доллара – 32 руб.
- Ставка налога на прибыль – 20%
- Ставка ЕСН – 34%
- Норма дисконтирования (годовая) – 15%

ОБЪЕМ ФИНАНСИРОВАНИЯ

Для создания пасеки необходимы средства на приобретение ульев и пчелосемей, а также на покрытие убытков от операционной деятельности в первый год реализации проекта.

Затраты на открытие составят ... руб. Данная сумма складывается из затрат на открытие и покрытие операционных издержек в первые месяцы работы. Затраты на открытие состоят, в свою очередь, из инвестиционных затрат (покупка оборудования и инвентаря, создание веб-сайта и др.) и операционных затрат до начала продаж (1 месяц реализации проекта). Полный перечень затрат приведен в таблице.

ТАБЛИЦА 41. ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ

№	Статья затрат	Сумма, руб.
1	Регистрация компании	
2	Формирование уставного капитала	
3	Доставка пчел да места сбора нектара	
4	Производственное оборудование	
5	Установка пожарной сигнализации	
6	Установка охранной сигнализации	
7	Установка системы видеонаблюдения	
8	Инвентарь	
9	Аренда до старта работы, 3 мес.	
10	Фонд оплаты труда до старта работы, 3 мес.	
11	Отчисления в пенсионный фонд	
12	Лицензии и другое	
13	Создание сайта	
14	Оптимизация сайта в Интернете	
15	Приобретение программного обеспечения	
16	Приобретение земельного участка	

№	Статья затрат	Сумма, руб.
17	Реклама	
18	Форменная одежда персонала	
19	Прочие расходы	
	Итого затрат на открытие	

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ (USD)

ТАБЛИЦА 42. ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ ПРОЕКТА, РУБ. Свод доходы-расходы

Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					
22					
23					
24					
25					
26					
27					
28					
29					
30					
31					
32					
33					
34					

Месяц	Расходы, руб.	Доходы, руб.	Налог на прибыль, руб.	Итого, руб.	Прибыль до налогов, руб.
35					
36					

Полная окупаемость наступает на ... месяце функционирования пасеки. Однако до этого, с ...-го по ...-й месяц пасека также будет приносить прибыль, так как это будут летние месяцы.

СОСТАВ И ХАРАКТЕР ЗАТРАТ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА (ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ)

ТАБЛИЦА 43. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ (часть 1)

Показатели	1 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6
Операционная деятельность					
Поступления:					
Выручка от реализации					
Выплаты:					
Общие затраты					
Амортизация (минусуется)					
Операционное сальдо					
Инвестиционная деятельность					
Поступление инвестиционных средств					
Инвестиционные выплаты					
Инвестиционное сальдо					
Сальдо проекта					
Свободные денежные средства					

ТАБЛИЦА 44. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ (часть 2)

Показатели	2 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	7	8	9	10	11
Операционная деятельность					
Поступления:					
Выручка от реализации					
Выплаты:					
Общие затраты					
Амортизация (минусуется)					
Операционное сальдо					
Инвестиционная деятельность					

Показатели	2 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	7	8	9	10	11
Поступление инвестиционных средств					
Инвестиционные выплаты					
Инвестиционное сальдо					
Сальдо проекта					
Свободные денежные средства					

ТАБЛИЦА 45. ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ЗАТРАТЫ (часть 3)

Показатели	3 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	
1	12	13	14	15	16	17
Операционная деятельность						
Поступления:						
Выручка от реализации						
Выплаты:						
Общие затраты						
Амортизация (минусуется)						
Операционное сальдо						
Инвестиционная деятельность						
Поступление инвестиционных средств						
Инвестиционные выплаты						
Инвестиционное сальдо						
Сальдо проекта						
Свободные денежные средства						

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ ФИНАНСОВЫХ РАСЧЕТОВ (USD)

ТАБЛИЦА 46. ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ (часть 1)

Показатели	1 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6
Выручка от реализации продукции					
Общие затраты					
<i>Единовременные затраты</i>					
<i>Переменные расходы</i>					
<i>Накладные постоянные расходы, в т.ч.</i>					
Аренда					
ФОТ					
Коммуникации, инфраструктура					
Оплата Интернет					
Канцелярские товары					
Реклама и продвижение					

Показатели	1 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	2	3	4	5	6
Оплата транспортных услуг					
Отчисления в пенсионный фонд					
Амортизация					
Финансовый результат (прибыль)					
Налог на прибыль					
Прибыль после налогообложения					

ТАБЛИЦА 47. ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ (ЧАСТЬ 2)

Показатели	2 год				
	I	II	III	IV	Всего
1	7	8	9	10	11
Выручка от реализации продукции					
Общие затраты					
<i>Единовременные затраты</i>					
<i>Переменные расходы</i>					
<i>Накладные постоянные расходы, в т.ч.</i>					
Аренда					
ФОТ					
Коммуникации, инфраструктура					
Оплата Интернет					
Канцелярские товары					
Реклама и продвижение					
Оплата транспортных услуг					
Отчисления в пенсионный фонд					
Амортизация					
Финансовый результат (прибыль)					
Налог на прибыль					
Прибыль после налогообложения					

ТАБЛИЦА 48. ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ (ЧАСТЬ 3)

Показатели	3 год					ИТОГО
	I	II	III	IV	Всего	
1	7	8	9	10	11	13
Выручка от реализации продукции						
Общие затраты						
<i>Единовременные затраты</i>						
<i>Переменные расходы</i>						
<i>Накладные постоянные расходы, в т.ч.</i>						
Аренда						

Показатели	3 год				Всего	ИТОГО
	I	II	III	IV		
1	7	8	9	10	11	13
ФОТ						
Коммуникации, инфраструктура						
Оплата Интернет						
Канцелярские товары						
Реклама и продвижение						
Оплата транспортных услуг						
Отчисления в пенсионный фонд						
Амортизация						
Финансовый результат (прибыль)						
Налог на прибыль						
Прибыль после налогообложения						

АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

- Период окупаемости – ... мес.
- Дисконтированный период окупаемости (ставка дисконтирования – ...% годовых) – ... мес.
Чистая текущая стоимость (NPV) для срока жизни проекта 36 месяцев (ставка дисконтирования – 15% годовых) ... руб.
- Внутренняя норма рентабельности для срока жизни проекта 36 месяцев **IRR (год) – ...%, IRR (месяц) – ...%**.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ БИЗНЕС-ПЛАНА:

1. ФОТ административного персонала – ... руб. в месяц;
2. Средняя стоимость меда: ...руб/кг.

При увеличении ФОТ персонала на 1% основные показатели эффективности проекта изменятся:

чистый дисконтированный доход (NPV) для срока жизни проекта 36 мес. 1 ... руб.

- годовая внутренняя норма рентабельности (для срока жизни проекта 36 мес) составит ...%
- месячная внутренняя норма рентабельности ...%.

При уменьшении средней стоимости товара/услуги на 1 % основные показатели эффективности проекта:

чистый дисконтированный доход (NPV) для срока жизни проекта 36 мес.

...руб.

- годовая внутренняя норма рентабельности (для срока жизни проекта 36 мес) составит ...%
- месячная внутренняя норма рентабельности ...%

Таким образом, проект более чувствителен к изменению средней стоимости товара.

9. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРОЕКТА

ПЛАН-ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ТАБЛИЦА 49. ГРАФИК РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

№ п/п	Наименование работ	Месяцы			
		1	2	3	4, 5...
1	Аренда участка				
2	Закупка и установка оборудования.				
3	Подбор персонала.				
4	Открытие мастерских, рабочий процесс				

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов ГК Step by Step обращайтесь по электронному адресу info@step-by-step.ru или по телефонам (495)915-39-69.

Обращаем Ваше внимание на то, что в нашем агентстве существует система скидок для постоянных клиентов.