

# Часть №1. Презентация услуг по разработке бизнес-плана

- ✓ Описание опыта компании
- ✓ Стоимость и сроки разработки бизнес-планов
- ✓ Выполненные проекты
- ✓ Отзывы и кейсы заказчиков

# Это важно учитывать

Если вам нужен бизнес-план обратите на это внимание

1

## Слабые бизнес-планы не проходят проверку на СТОП факторы

Банки и инвестфонды разработали перечень СТОП факторов (их всего 7-10 штук), если бизнес-план не проходит хотя бы по одному из них – проект не получает финансирование.

2

## Содержат неверный анализ рынка

Ошибки в анализе рынка приводят к денежным потерям собственника проекта и отрицательному заключению о проекте со стороны банка или инвестора.

3

## Основываются на неподтвержденных исходных данных

Все банки и инвестиционные фонды обладают базой коммерческой информации – значит, они могут достаточно быстро проверить достоверность данных. В случае обнаружения недостоверных данных – по проекту принимается отрицательное решение.

# Принципиальное отличие нашего подхода

## 1

### Составляем детальные финансовые расчеты

Составляем финансовые расчеты с учетом нюансов каждого бизнеса: сезонность производства и продаж, технологические циклы, особенности расчетов с клиентами и поставщиками.

## 2

### Учитываем специфику

конкретного региона и даже города при расчете затрат и прогнозе продаж.

Составляем детальный план вложений в бизнес, план доходов и расходов. Детально просчитываем проект с учетом различных сценариев развития.

## 3

### Проводим развернутое исследование рынка

Глубоко изучаем рынок, конкурентов. Подбираем оборудование. Составляем поэтапный план открытия бизнеса.

# Результат: детализированный бизнес-план с полным анализом бизнеса

Даст глубокие знания, необходимые для запуска проекта.

Станет конкурентным преимуществом при привлечении инвестиций.

Генеральный директор с таким бизнес-планом выгодно отличаться от других инициаторов проекта глубиной проработки своего бизнеса.

**С каждым клиентом мы работаем индивидуально.**

Будь то небольшое кафе или салон красоты или же крупный производственный холдинг – в обоих случаях мы будем глубоко погружаться в проект и просчитывать его во всех деталях.

# Наш опыт в целом

7  
ЛЕТ

7 лет помогаем клиентам: составляем бизнес-планы, оцениваем перспективность бизнес идей, разрабатываем финансовые модели;

350

350 проектов;

30

Более 30 млрд. руб. инвестиций;

# Опыт работы с банками и инвестиционными фондами

Банки и инвестиционные фонды действительно финансируют российский бизнес. У нас есть положительный опыт.

50

50 бизнес-планов одобрено Сбербанком, и клиенты получили 9 млрд. руб. кредитных средств.

90

90 бизнес-планов одобрено Россельхозбанком, и клиенты получили 11 млрд. руб. в виде кредитов.

120

120 бизнес-планов разработано для целей привлечения частных инвестиций и инвестиций из инвестиционных фондов (в том числе государственных фондов поддержки предпринимательства)

Только за последний год наши клиенты запустили инвестиционных проектов на сумму в 7 млрд. руб.

Мы досконально знаем требования к бизнес-планам. В результате: наши клиенты могут не беспокоиться о формальной стороне вопроса и **могут быть уверены в положительной экспертизе бизнес-плана.**

# ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ

С помощью Бизнес-плана, разработанного и составленного компанией «БизпланиКо», нам была открыта под этот проект долгосрочная кредитная линия на 5 лет.

Пономарев В.В.

Собственник компании по оптовой торговле ГСМ

Очень удивили Ваш тщательный подход к анализу бизнеса, с разработкой полного финансового плана инвестиций и графика их погашения.

Ардоев Р.З.

Директор производства ЖБИ

За последние 5 лет мне не приходилось работать с более профессиональной компанией. Хватило одного звонка и пяти шести писем, что бы совершенно незнакомые с тобой и тем, что ты собираешься делать люди, вникли в проект и просчитали его с такой детальной точностью.

Самойлов Р.Р.

Директор фермы по агротуризму и виноделию.

Очень порадовала оперативность и профессионализм специалистов. Сжатые сроки, разумная стоимость и, самое главное, - высокое качество данного проекта позволили положительно решить вопрос о финансировании.

Ракчеева Л.

Финансовый директор оптовой торговли одеждой.

Через 2,5 недели мы получили грамотный, развернутый план очень привлекательный для инвестиций, подробное описание затратной части и плановой прибыли.

Гари Спартакович,

Владелец продуктового супермаркета

Бизнес-план содержит много полезной информации по нашему новому направлению бизнеса, хорошо проработана финансовая часть. Очень подробно описан бизнес основных конкурентов.

Аржанов А.

Директор производства гипсокартона

# Стоимость и сроки

Название тарифа	Базовый	Бизнес	V.I.P.	Премиальный
Стоимость разработки	от 35 000 руб.	от 55 000 руб.	от 80 000 руб.	от 150 000 руб.
Срок изготовления	3-7 дней	2 недели	1 месяц	1,5 месяца
Объем бизнес-плана	50 листов	70 листов	100 листов	150 листов
Степень детализации бизнес-плана	Достаточная	Высокая детализация	Максимальная детализация	Анализ бизнеса под ключ
Соответствие стандарту ЮНИДО	Да	Да	Да	Да
Соответствие стандарту Сбербанка	Да	Да	Да	Да
Соответствие стандарту Россельхозбанка	Да	Да	Да	Да
Соответствие стандарту Инвестиционных фондов	Да	Да	Да	Да

## В стоимость разработки бизнес-плана входит:

- ✓ Создание инвестиционного меморандума для частного инвестора или инвестиционного фонда на 10-15 листов;
- ✓ Создание презентации для Банка на 10-15 листов;
- ✓ Разработка автоматизированной финансовой модели\*;

\* - Особенность финансовой модели в том, что она сама строит все таблицы, графики и диаграммы, показывает то, как меняются: прибыль, рентабельность, окупаемость инвестиций в зависимости от изменения цен, объема продаж, себестоимости и т.д.

тел.: (495) 645-18-95  
e-mail: [info@bizplan5.ru](mailto:info@bizplan5.ru)  
сайт: [www.bizplan5.ru](http://www.bizplan5.ru)



# Выполненные проекты

## Производство. ч1

Мясные чипсы	2011
Производство консервов	2011
ЖБИ	2011
Швейное производство	2011
Карьер по добыче песка и щебня	2011
Бетонный завод	2011
Цементный завод	2011
Завод Сухих Строительных Смесей (ССС)	2011
Кирпичный завод	2011
Производство Натяжных потолков	2011
Производство Тротуарной плитки	2011
Гранитный карьер	2011
Производство пленки	2011
Производство металлоконструкций	2011
НПЗ	2011
Деревообработка (Производство Досок)	2011
Производство Туалетной Бумаги	2011
Производство Антифриза, Мочевины и Омывающей жидкости	2011
Производство Безалкогольных Напитков	2011
Производство Газобетонных блоков	2011
Производство Бетона	2011
Деревообработка	2012
Производство Шлакоблоков и Лесопереработка	2012
Мусоросортировочный комплекс	2012
Нефтепереработка	2012
Производство искусственного камня	2012
Производство косметики	2012

# Выполненные проекты

## Производство. ч2

Производство Полиэтиленовой пленки, переработка полиэтиленовых отходов	2012
Производство Тренажеров	2012
Переработка ТИКа в Эквадоре	2012
Швейное Производство	2012
Бетонный завод	2013
Производство Гипсокартона	2013
Производство Игрушек	2013
Производство Светодиодов	2013
Асфальтобетонный завод	2014
Добыча золота	2014
Переработка Конопли и Льна	2014
Производство и продажа воды	2014
Переработка мусора	2015
Переработка Древесины и производство пиломатериалов	2015
Производство резиновой крошки и Переработка автомобильных шин	2015
Производство кондитерских изделий	2015
Производство гранул из полимерных отходов	2015

# Выполненные проекты

## Сельское хозяйство

Животноводческая ферма	2011
Теплица для выращивания зелени	2011
Теплица для выращивания овощей(помидоры и огурцы)	2011
Теплица для выращивания цветов	2011
Выращивание индейки	2011
Продажа мяса	2011
Форель и Осетр	2011
Цех по Убою индюшек	2011
Переработка Свинины и Производство Деликатесов	2011
КРС и Молоко, Молочное КРС	2012
Цех По переработке Молока	2012
Производство молока	2012
Бройлерная фабрика	2012
Свиноводство	2012
Тепличный комплекс	2012
Форелевое Хозяйство	2012
Рыбоводческий комплекс	2012
Ферма по производству Молочной продукции	2013
Ферма по производству Яиц	2013
Ферма по производству Свинины	2013
Ферма по производству Говядины	2013
Выращивание семян	2014
Выращивание сосны	2014
КРС Животноводство, Разведение крупного рогатого скота	2014
Теплица клубники и зелени	2015
Рыбоводное хозяйство и гусиная ферма	2015
Агротуризм, Винзавод, Сыроварня	2015
Экоферма	2015

# Выполненные проекты

## Строительство

Строительство Многоквартирного дома	2011
Строительство Офисного Центра	2011
Строительство Бизнес Центра	2011
Строительство Жилого Комплекса (Многоквартирный жилой дом)	2011
Строительство Гостиницы	2011
Строительство Аквапарка	2011
Строительство Коттеджного поселка	2011
Строительство Базы отдыха	2011
ТРЦ	2012
Склада	2012
Строительство Домов	2012
Гостиницы	2012
Склад Хим реагентов	2014
Строительство дома	2014
База отдыха	2015

# Выполненные проекты

## Услуги

Детский сад	2011
Центр Детского Развития	2011
Ремонт Квартир	2011
Строительная фирма	2011
Типография	2011
Туристическое Агентство	2011
Швейное Ателье	2011
Медицинский Центр	2011
Парикмахерская	2011
Салон Красоты	2011
АЗС	2011
Такси	2011
Академия Тенниса	2012
Тир	2012
АГЗС	2014
Кинотеатр в Шереметьево	2014
Пассажирские перевозки (Маршрутки)	2014
СПА центр	2014
Фитнес клуб	2014
Меховое Ателье	2015

# Выполненные проекты

## Торговля (магазины, оптовая торговля, интернет продажи)

Магазин цветов	2011
Продажа детской одежды	2011
Продажа мяса	2011
Магазин одежды	2011
Продажа рыбы	2011
Интернет магазин игрушек	2012
Интернет магазин косметики	2012
Магазин Шин	2012
Оптовая торговля ГСМ	2012
Торговля часами	2012
Продажа фильтров для воды	2012
Магазин Одежды	2014
Продуктовый магазин (Торговый центр)	2014

# Выполненные проекты

## Общественное питание (рестораны, кафе, бары, столовые и т.д.)

Пиццерия	2011
Столовая	2011
Суши	2011
Кафе	2012
Сеть Пиццерий	2012
Спорт бар	2012
Ресторан	2013
Фаст-Фуд	2013

# Контакты

Позвоните по телефону или напишите нам письмо



**(495) 645-18-95**



**info@bizplan5.ru**



**www.bizplan5.ru**



## Часть №2. Бизнес-план

# Бизнес-план

## Агротуризм, Винзавод, Сыроварня



**Разработчик:**  
Консалтинговая группа «БизпланиКо»  
[www.bizplan5.ru](http://www.bizplan5.ru)  
+7 (495) 645 18 95  
[info@bizplan5.ru](mailto:info@bizplan5.ru)

## Оглавление

Оглавление	19
1 Резюме проекта	25
1.1 Сущность проекта	25
1.2 Потребность в финансировании	25
1.3 Источники финансирования	25
1.4 Экономическая эффективность	26
1.5 Преимущества проекта	27
2 Описание проекта	28
2.1 Описание концепции проекта	28
2.2 Описание бизнес-процессов	28
2.3 Организационные схемы	31
2.4 Цели бизнеса: доли рынка, финансовые показатели, показатели внутренней деятельности	31
3 Анализ рынка	32
3.1 Характеристика региона	32
3.2 Характеристика месторасположения объекта	34
3.3 Анализ отрасли виноградарства и виноделия	36
3.3.1 Развитие виноградарства	36
3.3.2 Развитие виноделия	37
3.3.3 Особенности микровиноделия	39
3.3.4 Прогноз развития отрасли виноградарства и виноделия	39
3.4 Анализ рынка сыра	40
3.4.1 Развитие рынка сыра в РФ	40
3.4.2 Развитие рынка сыра в Краснодарском крае	41
3.5 Анализ рынка мясопродукции и мясных деликатесов	42
3.5.1 Объем и динамика рынка	42
3.5.2 Структура рынка	42
3.5.3 По типу продукции	43
3.5.4 Тенденции и прогнозы	44
3.6 Общая характеристика животноводства в Краснодарском крае. Обеспечение сырьем проекта	45
3.7 Смежные рынки. Общая характеристика туристической отрасли в Краснодарском крае	46

3.7.1	Динамика туристической отрасли Краснодарского края	46
3.7.2	Особенности развития сельского туризма	47
3.8	Характеристика предложения и конкурентного окружения	49
3.8.1	Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке виноградных вин	49
3.8.2	Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке сыров	51
3.8.3	Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке мясной гастрономии (колбасы и мясные деликатесы)	52
3.9	Анализ ценовой конъюнктуры	53
3.9.1	Динамика цен на рынке виноградных вин	53
3.9.2	Динамика цен на рынке сыра	54
3.9.3	Динамика цен на рынке мясных деликатесов	54
3.10	Характеристика потребительской среды	55
3.10.1	Характеристика потребительской среды на рынке виноградных вин	55
3.10.2	Характеристика потребительской среды на рынке сыра	55
3.10.3	Характеристика потребительской среды на рынке мясных деликатесов	58
3.11	Выводы по анализу рынка	62
3.12	Стратегия маркетинга	63
4	Производственный план	64
4.1	Потребность в основных средствах	64
4.1.1	Земельные участки	64
4.1.2	Здания и сооружения	64
4.1.3	Оборудование и техника	65
4.1.4	Капитальные затраты на закладку виноградника	67
4.2	Объем производства	68
4.3	Себестоимость производства	68
4.3.1	Себестоимость выращивания винограда	68
4.3.2	Себестоимость производства вина	69
4.3.3	Себестоимость производства сыра	69
4.3.4	Себестоимость производства мясных деликатесов	69
4.4	Потребность в персонале. Штатное расписание	71
4.5	Постоянные затраты	71
5	Финансовый план	72
5.1	Исходные данные и допущения	72
5.1.1	Общие допущения	72
5.1.2	Налоговое окружение	72
5.2	Инвестиционный план	72

5.2.1	Потребность в финансировании	72
5.2.2	Календарный инвестиционный план	72
5.3	Источники финансирования. Показатели расчета по кредиту	73
5.4	План доходов	73
5.5	План расходов	76
5.6	Точка безубыточности	78
5.7	Прогноз налоговых выплат	79
5.8	Расчет государственных субсидий	81
5.9	Прогноз амортизационных отчислений	81
5.10	Прогноз движения денежных средств	83
5.11	Прогноз прибыли (убытков)	84
6	Оценка рисков	84
7	Оценка экономической эффективности	87
7.1	Показатели инвестиционной привлекательности	87
7.1.1	Обоснование ставки дисконтирования	87
7.1.2	Показатели финансовой эффективности	89
8	Заключение по инвестиционной привлекательности проекта	90
8.1	Сводные показатели эффективности	90
8.2	Заключение об инвестиционной привлекательности проекта	90

**Перечень таблиц**

Таблица 1-1. Инвестиционный план, руб.....	25
Таблица 1-2. Сводные показатели эффективности проекта.....	26
Таблица 2-1. Характеристика бизнес-процессов .....	28
Таблица 3-1. Основные параметры виноградарства в Краснодарском крае в xxxx году .....	37
Таблица 3-2. Потребительская мотивация.....	57
Таблица 3-3. Основные параметры рынка .....	63
Таблица 3-4. Ключевые факторы маркетинговой стратегии .....	64
Таблица 4-1. Расчет площади участка .....	64
Таблица 4-2. Расчет площади гостиницы.....	65
Таблица 4-3. Общая потребность в помещениях .....	65
Таблица 4-4. Расчет стоимости строительства, руб.....	65
Таблица 4-5. Расчет стоимости оборудования для винзавода.....	66
Таблица 4-6. Расчет стоимости техники для выращивания винограда .....	66
Таблица 4-7. Расчет стоимости оборудования гостиницы .....	67
Таблица 4-8. Потребность в инвестициях для приобретения оборудования (техники).....	67
Таблица 4-9. Расчет капитальных затрат для закладки виноградника, руб. ....	67
Таблица 4-10. Производственная мощность комплекса .....	68
Таблица 4-11. Себестоимость выращивания винограда в расчете на х га, руб.....	68
Таблица 4-12. Себестоимость выращивания винограда.....	69
Таблица 4-13. Расчет себестоимости производства вина .....	69
Таблица 4-14. Расчет себестоимости производства сыра .....	69
Таблица 4-15. Расчет себестоимости производства мясных деликатесов.....	70
Таблица 4-16. Себестоимость производства единицы продукции .....	70
Таблица 4-17. Штатное расписание.....	71
Таблица 4-18. Расчет постоянных расходов .....	71
Таблица 5-1. Ставки налоговых отчислений .....	72
Таблица 5-2. Инвестиционный план, руб.....	72
Таблица 5-3. Прогноз выхода на проектную мощность.....	74
Таблица 5-4. Прогноз объема продаж .....	74
Таблица 5-5. Прогноз расходов, руб.....	76
Таблица 5-6. Расчет точки безубыточности, руб. ....	78
Таблица 5-7. Расчет налоговых отчислений, руб. ....	79
Таблица 5-8. Поступления налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, руб. 79	
Таблица 5-9. Расчет субсидий на культивирование виноградников, руб.....	81
Таблица 5-10. Расчет суммы амортизационных отчислений.....	81
Таблица 5-11. Движение денежных средств, руб. ....	83
Таблица 5-12. Прогноз отчета о прибылях (убытках), руб. ....	84
Таблица 7-1. Структура финансирования проекта и ставка дисконтирования.....	87
Таблица 7-2. Расчет стоимости собственных средств компании .....	88
Таблица 7-3. Инвестиционные показатели.....	89
Таблица 8-1. Сводные показатели эффективности проекта.....	90

**Перечень рисунков**

Рис. 2.1. Организационная схема.....	31
Рис. 3.1. Краснодарский край на карте РФ .....	32
Рис. 3.2. Месторасположение участка .....	35
Рис. 3.3. Удельный вес районов Краснодарского края в производстве винной продукции.....	36

**Перечень диаграмм**

Диаграмма 3-1. Динамика производства столовых вин, млн. декалитров .....	37
Диаграмма 3-2. Динамика розничных продаж вина в РФ в xxxx-xxxx годах.....	38
Диаграмма 3-3. Динамика розничных продаж вина в Краснодарском крае в xxxx-xxxx годах .....	38
Диаграмма 3-4. Продажа всех видов вин на душу населения, л/год.....	39
Диаграмма 3-5. Динамика производства сыра в РФ .....	40
Диаграмма 3-6. Структура рынка сыров в РФ по типу продукта .....	41
Диаграмма 3-7. Динамика производства сыра и сырных продуктов в Краснодарском крае .....	41
Диаграмма 3-8. Объем производства мяса и субпродуктов в РФ, млн. тонн.....	42
Диаграмма 3-9. Темпы роста производства мяса и субпродуктов в РФ, в % к предыдущему году .....	42
Диаграмма 3-10. Структура рынка переработанной мясной продукции.....	43
Диаграмма 3-11. Структура рынка колбас и мясных деликатесов по типу продукции.....	43
Диаграмма 3-12. Ценовая сегментация мясопродукции.....	44
Диаграмма 3-13. Производство скота и птицы на убой в живом весе в Краснодарском крае .....	45
Диаграмма 3-14. Производство молока в Краснодарском крае .....	45
Диаграмма 3-15. Количество туристов, размещенных в средствах коллективного размещения в Краснодарском крае .....	47
Диаграмма 3-16. Площадь номерного фонда коллективных средств размещения в Краснодарском крае .....	47
Диаграмма 3-17. Структура предложения на рынке вина РФ .....	49
Диаграмма 3-18. Структура импорта вина в РФ.....	49
Диаграмма 3-19. Динамика средних цен производителей на виноградные вина в ЮФО .....	53
Диаграмма 3-20. Сезонное изменение цен производителей на вина виноградные в ЮФО, руб./дал .....	54
Диаграмма 3-21. Динамика средних цен производителей на сыры твердые и	

прочие в ЮФО, руб./тонну .....	54
Диаграмма 3-22. Динамика цен на колбасы сырокопченые в ЮФО, руб./тонну .....	55
Диаграмма 3-23. Потребительские предпочтения на рынке вина .....	55
Диаграмма 3-24. Потребительские предпочтения по маркам сыра .....	56
Диаграмма 3-25. Доля населения, регулярно покупающего сыр, по возрастным группам .....	57
Диаграмма 3-26. Критерии выбора сыра .....	58
Диаграмма 3-27. Потребление мяса на душу населения, кг в год .....	59
Диаграмма 3-28. Распределение потребителей мясопродуктов по причине выбора покупки .....	60
Диаграмма 3-29. Распределение покупателей по местам совершения покупки ....	60
Диаграмма 3-30. Распределение покупателей по цели совершения покупки .....	61
Диаграмма 5-1. Календарный инвестиционный план, руб. ....	73
Диаграмма 5-2. Структура доходов .....	75
Диаграмма 5-3. Прогноз расходов, руб. ....	77
Диаграмма 5-4. Структура текущих расходов .....	77
Диаграмма 5-5. Точка безубыточности .....	78
Диаграмма 5-6. Структура налоговых выплат .....	80
Диаграмма 5-7. Доля налоговых отчислений в выручке от продаж .....	80
Диаграмма 5-8. Стоимость имущества на балансе и сумма амортизации, руб. ....	81
Диаграмма 5-9. Прогноз движения денежных средств, руб. ....	83
Диаграмма 5-10. Прогноз прибылей (убытков) .....	84
Диаграмма 7-1. Дисконтированный денежный поток, руб. ....	89



## 1 Резюме проекта

### 1.1 Сущность проекта

В рамках рассматриваемого проекта предусматривается организация фермерского комплекса, включающего выращивание винограда и производство вина, мини-производств сыра и мясoproдуктов, а также гостиницу с целью развития агротуризма.

Для реализации необходим участок площадью  $x$  га (включая площадь виноградников).

При выходе на запланированный объем, ежегодно будет производиться  $xx$  тыс. л вина,  $xx,x$  тыс. тонн сыра,  $xxx,x$  тыс. тонн мясных деликатесов. Вместимость

### 1.2 Потребность в финансировании

Потребность в финансировании составляет  $xx,x$  млн. руб., в том числе на строительство –  $xx$  млн. руб., приобретение оборудования –  $xx,x$  млн. руб.

Таблица 1-1. Инвестиционный план, руб.

Направления инвестиционных вложений	Итого
<i>Строительство</i>	<i>xx xxx xxx</i>
<i>Виноградник</i>	<i>x xxx xxx</i>
<i>Оборудование</i>	<i>xx xxx xxx</i>
<i>Прочие и непредвиденные</i>	<i>x xxx xxx</i>
<i>Продвижение</i>	<i>x xxx xxx</i>
<b>Инвестиции всего</b>	<b>xx xxx xxx</b>

### 1.3 Источники финансирования

В рамках рассматриваемого проекта предполагается финансирование за счет двух источников:

- банковский кредит –  $xx,x$  млн. руб. ( $xx\%$  от суммы инвестиций).
- собственные средства инициатора проекта -  $x,x$  млн. руб. ( $xx\%$  от суммы инвестиций).

Условия кредитования:

- процентная ставка -  $xx\%$ .
- отсрочка по возврату основной суммы –  $x$  год, по оплате процентов –  $x$  год.
- общий срок кредита:  $x$  лет.

За планируемый период сумма выплаченных процентов по кредиту составит  $x,x$  млн. руб.

## 1.4 Экономическая эффективность

Расчетный период проекта – х лет.

Экономическая эффективность проекта рассчитывалась при условии ставки дисконтирования – xx,х%.

Сводные показатели эффективности проекта представлены в таблице.

**Таблица 1-2. Сводные показатели эффективности проекта**

Показатели продаж:	Значения
Точка безубыточности, %	xx.xx%
Точка безубыточности, продаж в год	х xxx xxx
<b>Показатели рентабельности:</b>	
Рентабельность продаж	xx%
<b>Показатели основной деятельности</b>	
Объем продаж, в квартал	xx xxx xxx
Объем текущих расходов, в квартал	xx xxx xxx
Чистая прибыль, в квартал	xx xxx xxx
Денежный поток, в квартал	xx xxx xxx
<b>Инвестиционные показатели</b>	
ВНД, % в год.	xx.х%
Объем инвестиций, тыс. руб.	xx xxx xxx
Чистый Дисконтированный Доход	xx xxx xxx
Инвестиционный период, кварталов	xx
Срок окупаемости, кварталов	xx.х
Срок окупаемости, лет	х.х
Индекс доходности за период прогноза	xxx%

За прогнозный период накопленная чистая прибыль составит xxx млн. руб., накопленный поток денежных средств – xx,х млн. руб. Подробные расчеты представлены в финансовой модели.

Анализ финансовых прогнозов свидетельствует о высокой инвестиционной привлекательности проекта:

- Высокий уровень продаж - xx млн. руб. в квартал.
- Высокий уровень доходности, что влечет за собой высокий уровень чистой прибыли – xx,х млн. руб. в квартал.
- Низкий уровень чувствительности – точка безубыточности продаж составляет xx% от планируемого объема продаж.
- Высокий уровень внутренней нормы доходности – xx,х% в год.

## 1.5 Преимущества проекта

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о привлекательности проекта:

- Рыночная привлекательность – развитие в динамично развивающихся сегментах рынка, расположение в регионе, обладающим высоким потенциалом для развития сельского хозяйства и туризма.
- Технологическая привлекательность – развитие деятельности на базе традиционных технологий и современного оборудования, привлечение опытных специалистов, в том числе европейских технологов.
- Финансовая привлекательность – рентабельность продаж достигает xx%, проект окупается за x,x года.
- Социальная привлекательность:
  - Создание xx новых рабочих мест.
  - Бюджетная эффективность – поступление средств в бюджеты всех уровней за x лет составит xxx млн. руб., в том числе в региональный бюджет – xx млн. руб., в территориальный бюджет – x,x млн. руб.
  - Обеспечение населения экологически чистыми качественными продуктами.
  - Снижение зависимости от импорта сыра, мясных деликатесов и вина.
- Привлекательность проекта для региона:
  - Развитие аграрного сектора – культивирование винограда, создание питомника элитных сортов, производство сыра и мясных деликатесов из сырья местных производителей.
  - Развитие туризма в наиболее привлекательном сегменте – экотуризме (агротуризме), что позволяет с одной стороны, привлечь в регион туристов, с другой – сохраняет природные ресурсы местности.

**Совокупность приведенных показателей свидетельствует о перспективности рассматриваемого проекта.**

## 2 Описание проекта

### 2.1 Описание концепции проекта

В рамках рассматриваемого проекта предусматривается организация фермерского комплекса, включающего:

- Виноградники.
- Производство вина (гаражное виноделие).
- Мини-производство сыра.
- Мини-производство мясных деликатесов.
- Гостиница.

Развитие проекта предусматривает в дальнейшем развитие следующих направлений:

- винотека,
- дегустационный зал,
- ресторан,
- мини отель на xxx мест,
- агро туризм, курсы сыроварения, мясо переработки,
- банно-оздоровительный комплекс.

Таким образом, в результате реализации проекта будет создан фермерский комплекс, развивающий деятельность в различных направлениях.

### 2.2 Описание бизнес-процессов

В соответствии с выбранными направлениями будет реализовываться комплекс бизнес-процессов.

В таблице представлено описание бизнес-процессов, которые будут реализовываться на создаваемом предприятии.

**Таблица 2-1. Характеристика бизнес-процессов**

№	Название	Краткое описание	Подразделение (должность)
<b>Основные бизнес-процессы</b>			
x.x	Виноградники	Выбор сортов. Посадка. Культивирование. Сбор урожая. Выращивание саженцев.	Руководитель направления – специалист по выращиванию винограда. Рабочие.
x.x	Производство вина	Получение виноградного сусла. Брожение сусла. Обработка и выдержка вин.	Руководитель направления – технолог-винодел. Персонал завода.
	Производство сыра	Подготовка молока к свертыванию. Свертывание молока и получение	Руководитель направления – технолог.

№	Название	Краткое описание	Подразделение (должность)
		сырной массы. Созревание сыра. Фасовка.	Персонал цеха.
	Производство мясных деликатесов	Первичная обработка сырья. Посол. Термическая обработка. Фасовка.	Руководитель направления – технолог. Персонал цеха.
х.х	Гостиница	Прием туристов. Уборка номеров. Обеспечение бесперебойного функционирования инженерных систем.	Управляющий гостиницы. Администратор. Горничные. Электрик/сантехник.
х.х	Прочие направления <sup>1</sup>	Организация экскурсий (винотека, производство сыра и мясных деликатесов). Организация дегустаций. Организация курсов сыроварения. Другое.	
<b>Управленческие и вспомогательные бизнес-процессы</b>			
х.х	Стратегическое управление	Выбор стратегии развития, разработка плана реализации стратегии, взаимодействие с инвесторами.	Генеральный директор совместно с руководителями подразделений
х.х	Оперативное управление	Координирование деятельности подразделений компании, принятие тактических управленческих решений, решение текущих вопросов.	
х.х	Бухгалтерский учет	Составление бухгалтерской отчетности, взаимодействие с налоговыми органами, оптимизация налогообложения.	Бухгалтер
х.х	Юридическая поддержка	Решение вопросов, связанных с лицензированием и сертификацией; составление договоров и пр.	Специализированные компании на условиях аутсорсинга
х.х	Работа с кадрами	Поиск и обучение персонала, разработка и реализация системы мотивации.	Генеральный директор совместно с руководителями подразделений
х.х	Работа с поставщиками	Выбор поставщиков, налаживание долгосрочных деловых связей, соблюдение сроков и условий поставки..	Менеджер по закупкам/продажам.
х.х	Реализация продукции /услуг, работа с покупателями	Развитие каналов продаж, заключение договоров на поставку, контроль соблюдения сроков и условий поставки.	Менеджер по закупкам/продажам.

<sup>1</sup> В рамках бизнес-плана дополнительные направления деятельности не рассматриваются

№	Название	Краткое описание	Подразделение (должность)
х.х	Транспортировка	Доставка сырья и готовой продукции	Специализированные транспортные компании - аутсорсинг
х.х	Уборка и ремонт помещений	Поддержание чистоты и административных площадей, прилегающей территории. Текущий ремонт помещений.	Вспомогательный персонал подразделений
х.х	Обеспечение безопасности	Охрана помещений и виноградника	Охранники (сторожа)
х.хх	Маркетинговая поддержка	Проведение маркетинговых исследований, разработка и воплощение маркетинговых программ.	Рекламно-маркетинговые компании – аутсорсинг

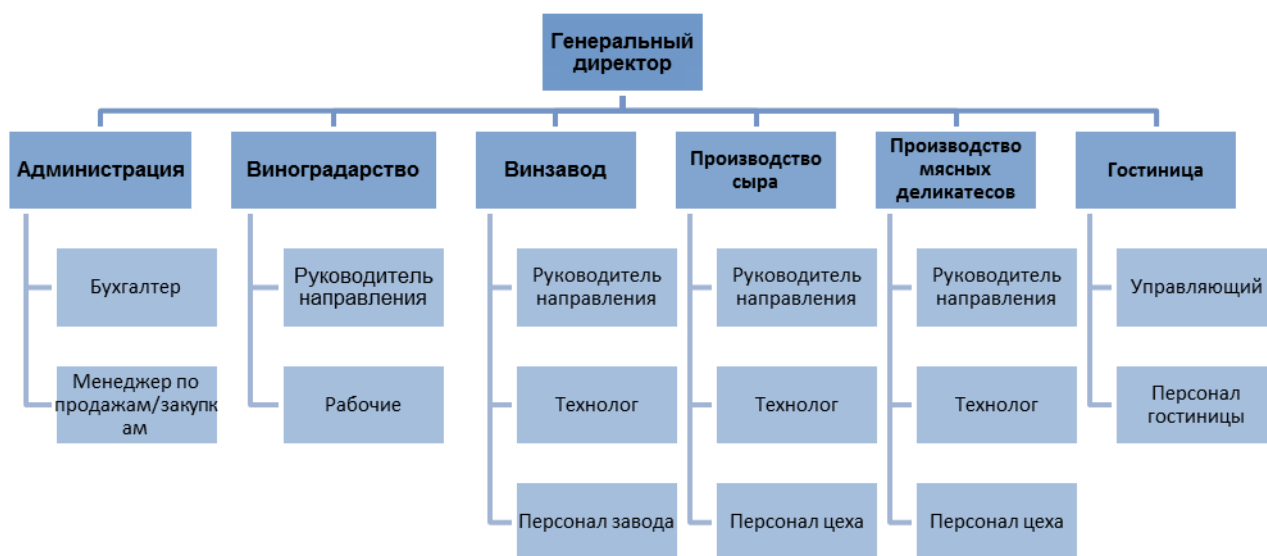
Ключевыми бизнес-процессами, обеспечивающими успешное осуществление деятельности компании, являются:

- Работа с поставщиком – составление и обеспечение плана закупок. Контроль качества приобретаемого сырья.
- Работа с покупателем – развитие каналов продаж.

## 2.3 Организационные схемы

Организационная структура складывается на основании выбранных направлений деятельности, особенностей реализации бизнес-процессов.

Рис. 2.1. Организационная схема



## 2.4 Цели бизнеса: доли рынка, финансовые показатели, показатели внутренней деятельности

Стратегические цели бизнеса определяются следующими ключевыми параметрами:

- Объем продаж – xxx млн. руб. в год.
- Объем чистой прибыли – xx млн. руб. в год.
- Рентабельность продаж – xx%.
- Чистый денежный поток – xxx млн. руб. в год.

*Для детального анализа смотрите финансовую модель.*

## 3 Анализ рынка

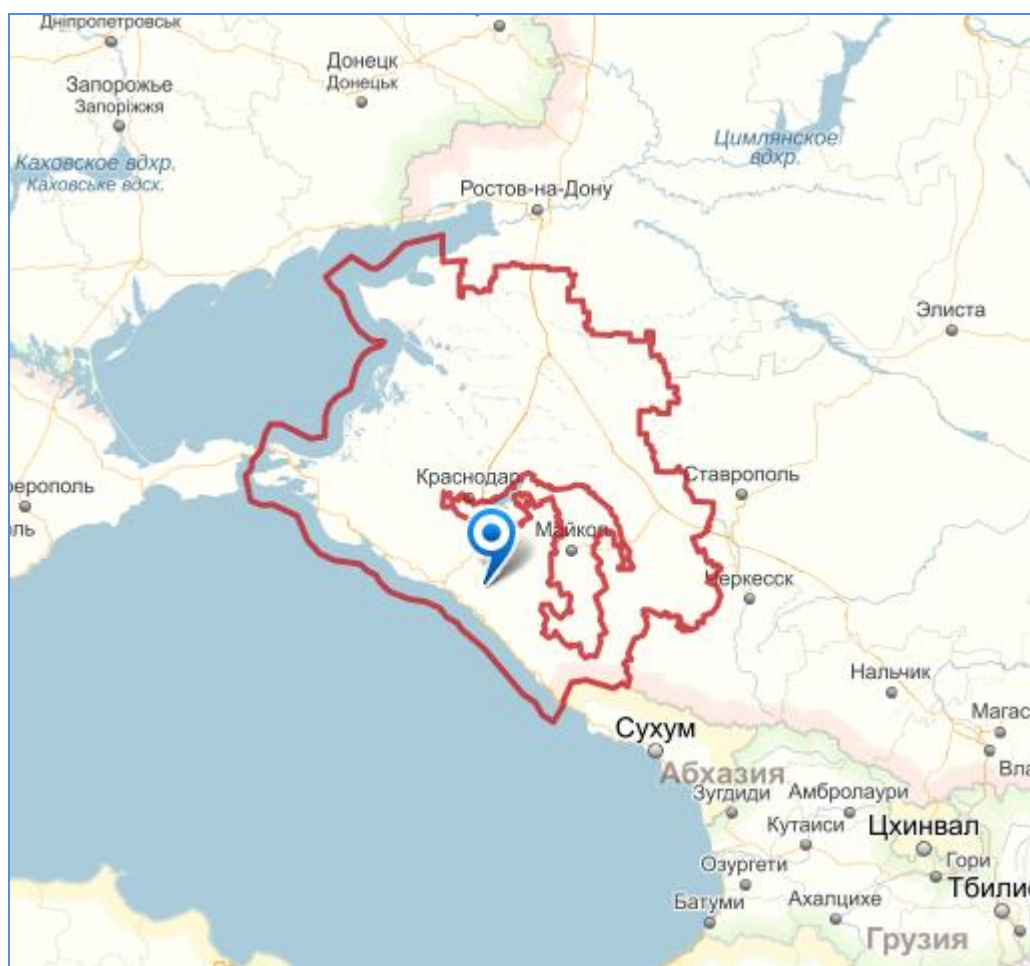
### 3.1 Характеристика региона

Рассматриваемый проект будет развиваться в Анапском районе Краснодарского края.

#### Географическое положение

Краснодарский край находится на юге России, в юго-западной части Северного Кавказа и входит в состав Южного федерального округа. На северо-востоке край граничит с Ростовской областью, на востоке — со Ставропольским краем, на западе с Республикой Крым (через Керченский пролив, сухопутной границы нет), на юге — с Республикой Абхазия. Внутри региона находится Республика Адыгея. Территория края омывается водами Азовского на северо-западе и Чёрного на юго-западе морей.

Рис. 3.1. Краснодарский край на карте РФ



#### Население

Численность населения края по данным Росстата составляет х ххх ххх чел. (хххх). Край занимает х-е место среди регионов Российской Федерации по числу жителей —



после Москвы и Московской области. Плотность населения —  $xx,xx$  чел./км $x$ ( $xxxx$ ).

### **Макроэкономика**

В связи с проведением в городе Сочи Олимпиады  $xxxx$  года произошёл приток инвестиций в инфраструктуру Черноморского побережья Краснодарского края.

В отраслевой структуре краевого ВВП выделяются транспорт ( $xx,х$  % против  $х,х$  % для России в целом) и сельское хозяйство ( $xx,х$  % против  $х,х$  %). Удельный вес промышленности по сравнению со среднероссийским показателем в два раза ниже —  $xx$  % (против  $xx$  % по РФ в целом и  $xx$  % для Южного федерального округа).

### **Промышленность**

Ведущее место в структуре промышленности принадлежит перерабатывающим производствам. Пищевая отрасль обеспечивает  $xx,х$  % общего объёма промышленной продукции; далее идут электроэнергетика ( $xx,х$  %), топливная отрасль ( $xx,х$  %), машиностроение и металлообработка ( $х,х$  %) и промышленность строительных материалов ( $х,х$  %). На химический и лесной комплексы приходится всего по  $х—х$  % промышленного производства. Доля легкой отрасли совсем незначительна ( $х,х$  %).

Отличительной чертой промышленной инфраструктуры Краснодарского края является высокая степень концентрации специализированных производств в основных промышленных центрах — Краснодаре (где сосредоточено более трети краевого промышленного потенциала), Армавире и Новороссийске.

В Краснодаре и его окрестностях сосредоточено  $xx$  % объёма промышленной продукции и  $xx$  % инвестиций в основной капитал, сконцентрировано  $xx$  % населения.

### **Сельское хозяйство**

В экономике России край выделяется как важнейший сельскохозяйственный регион страны ( $х$  % валовой продукции сельского хозяйства России,  $х$ -е место в России). Краснодарский край — лидер по валовому сбору зерна ( $xx$  % от общероссийского) и сахарной свёклы ( $xx,х$  %), один из ведущих производителей семян подсолнечника ( $xx$  %) и виноградных вин ( $xx$  %).

### **Туризм**

Туристическая отрасль является одной из основных отраслей экономики края. Вклад туризма в ВРП Краснодарского края по состоянию на  $xxxx$  год составил  $xx,х$ %. Для сравнения, по России в целом вклад туризма в ВВП был на уровне  $х,х$ %.

### **Транспорт**

Морские порты края обеспечивают прямой выход через Азовское и Чёрное моря на международные внешнеторговые пути и перерабатывают более  $xx$  процентов внешнеторговых российских и транзитных грузов морских портов России, обслуживают около трети российского нефтеэкспорта.

По территории края проходят важнейшие железнодорожные маршруты федерального значения, которые ориентированы в сторону морских международных портов края и курортов Чёрного и Азовского морей.

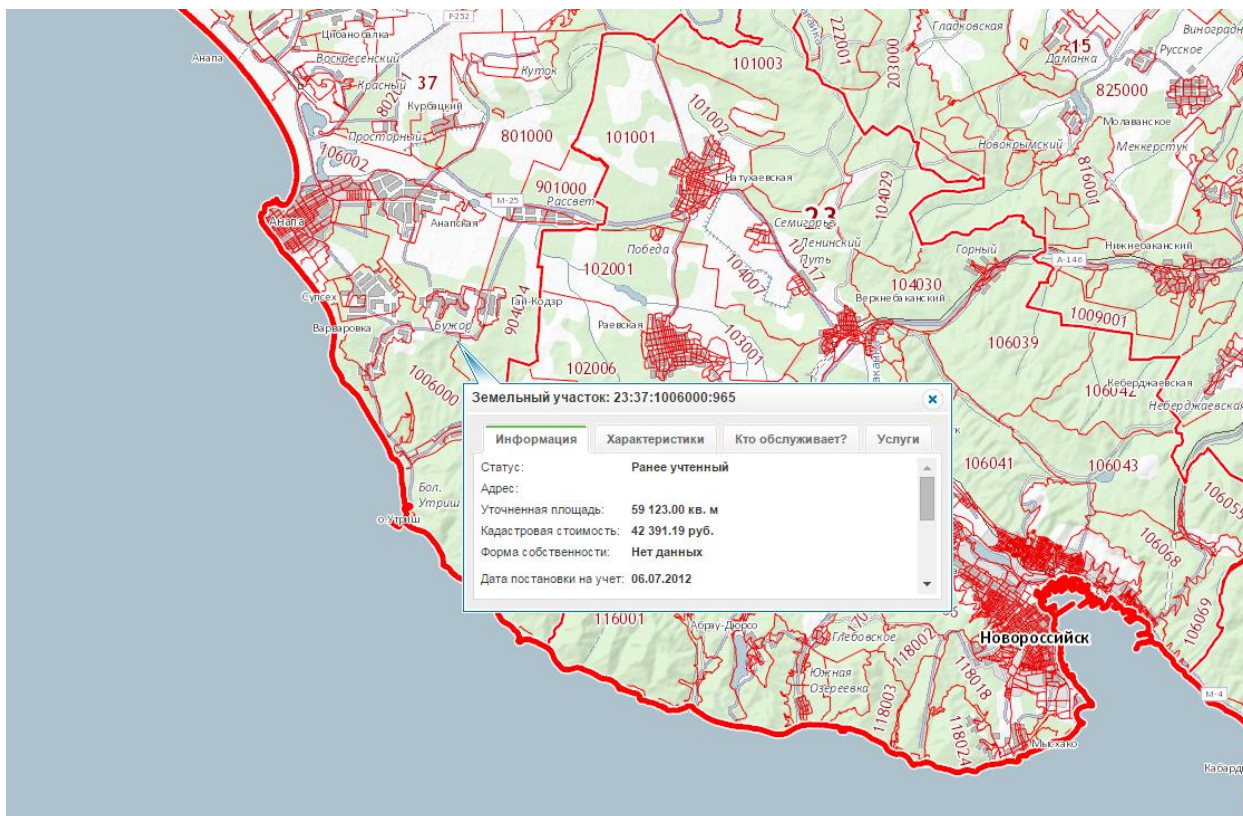
**Основными преимуществами региона, в котором будет развиваться проект, являются: благоприятные природно-климатические и экономические условия,**

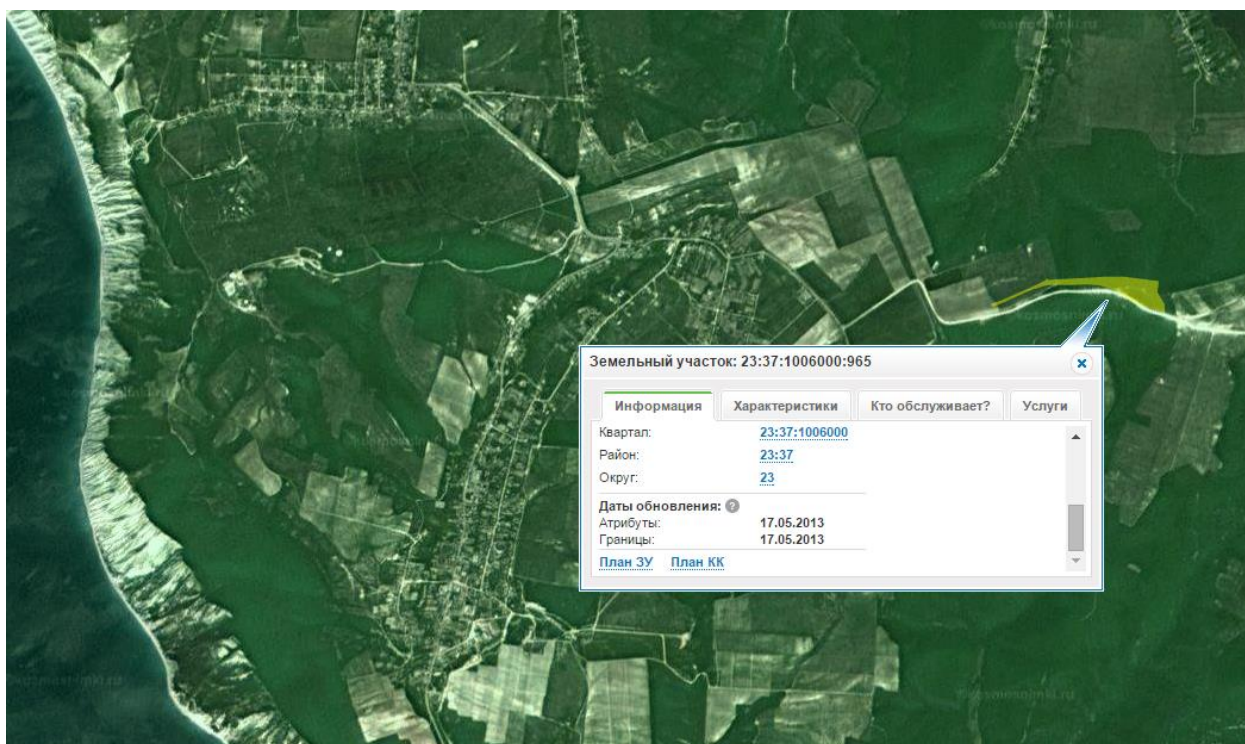
развитый сектор туризма и сельское хозяйство, в особенности виноделие.

### 3.2 Характеристика месторасположения объекта

Особенностями участка, на котором будет развиваться рассматриваемый проект, являются:

- Расположение вблизи трассы.
- Панорамный вид: на горы, на море, на город Анапа.





**Рис. 3.2. Месторасположение участка**

Общая площадь участка составляет xx тыс. кв.м, кадастровая стоимость – xx тыс. руб.

Месторасположение участка оценивается как благоприятно с точки зрения как развития виноградарства и виноделия, так и развития туристических (гостиничных) услуг, а также развития производства по переработке сельскохозяйственной продукции.

### 3.3 Анализ отрасли виноградарства и виноделия

#### 3.3.1 Развитие виноградарства

В России на сегодняшний день всего пять регионов, в которых есть виноградники: Республика Дагестан, Карачаево-Черкесская Республика, Краснодарский и Ставропольский края, Ростовская область. На этих территориях располагается чуть более хх тыс. гектаров виноградников (в СССР виноградниками было занято ххх тыс. га).

Краснодарский край - крупнейший виноградарско-винодельческий регион в Российской Федерации. Сегодня площадь виноградных насаждений в регионе составляет хх тыс. гектаров или около хх% всех насаждений в стране.

Основные площади виноградных насаждений сосредоточены в Темрюкском, Крымском районах, Анапе и Новороссийске.



Рис. 3.3. Удельный вес районов Краснодарского края в производстве винной продукции

Выращиванием винограда в крае занимаются более хх специализированных предприятий. Из общей площади насаждений столовый виноград занимает площадь х тыс. га (хх%), технический виноград - хх тыс. га (хх%). В крае возделывается хх столовых и хх технических сортов европейско-азиатского вида Витис Винифера. Виноградники заложены сертифицированными саженцами в основном иностранного производства из Италии, Австрии, Франции, Германии, Сербии.

В хххх году валовой сбор винограда составил ххх,х тыс. тонн, урожайность – хх,х тонн с га, при этом валовой сбор увеличился по сравнению с предыдущим годом на х,х%, урожайность – на х,х%.

	ед.изм.	xxxx	xxxx/xxxx
<b>Валовой сбор</b>	тыс. тонн	xxx.x	xxx.x%
<b>Урожайность</b>	ц/га	xx.x	xxx.x%

Таблица 3-1. Основные параметры виноградарства в Краснодарском крае в xxxx году

### 3.3.2 Развитие виноделия

#### Виноделие в РФ

Производство столовых вин в РФ снижается – с xx,x млн. декалитров в xxxx году, до xx,x млн. декалитров – в xxxx-м. В ЮФО наблюдается аналогичная ситуация – снижение производства с xx,x млн. декалитров в xxxx году, до xx,x млн. дал в xxxx-м.

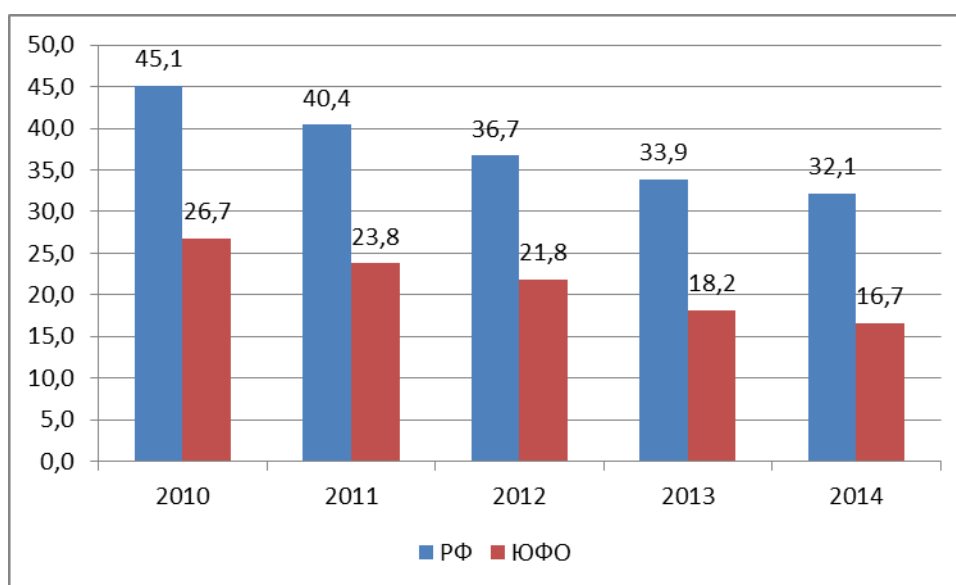


Диаграмма 3-1. Динамика производства столовых вин, млн. декалитров

Розничные продажи вина в РФ снизились xx,x млн. дал в xxxx году, до xx,x млн. дал – в xxxx-м.

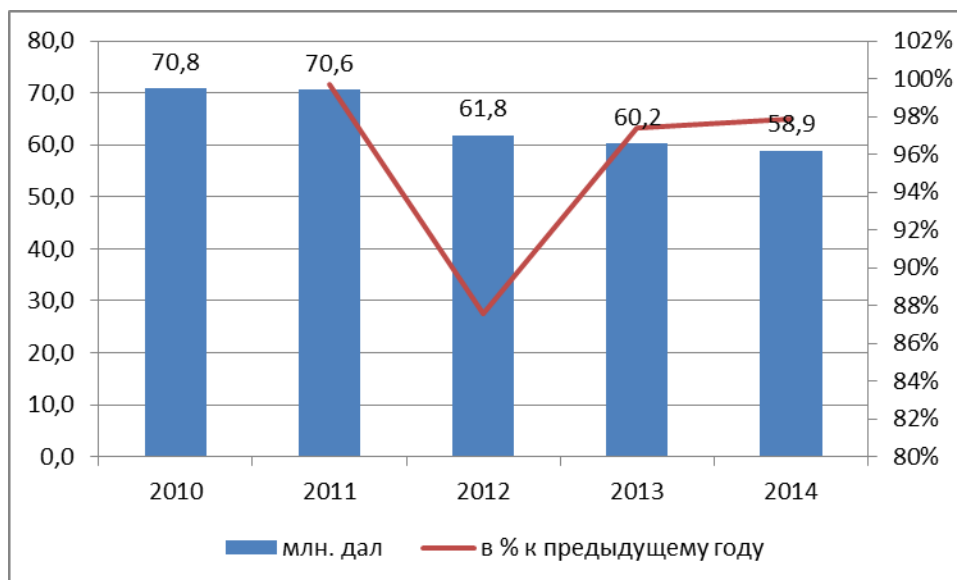


Диаграмма 3-2. Динамика розничных продаж вина в РФ в xxxx-xxxx годах

### Виноделие в Краснодарском крае

В Краснодарском крае продажи вина также снизились – с х млн. дал в xxxx-м, до х,х млн. дал – в xxxx-м.

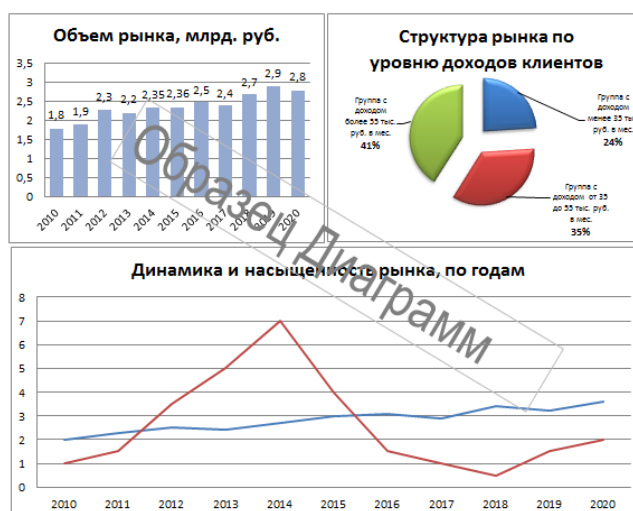


Диаграмма 3-3. Динамика розничных продаж вина в Краснодарском крае в xxxx-xxxx годах

Продажа вин на душу населения также снизилась за рассматриваемый период – с х до х,х л/год по РФ и с х,х до х литров – в Краснодарском крае.



Диаграмма 3-4. Продажа всех видов вин на душу населения, л/год

Несмотря на некоторое снижение продаж вина, специалисты свидетельствуют о развитии культуры потребления вина, рост интереса к вину в больших городах. Эксперты считают, что потребитель стал лучше разбираться в винах и больше внимания уделять качеству продукции при покупке<sup>2</sup>.

### 3.3.3 Особенности микровиноделия

Гаражным называют вино, производимое в малых объемах из винограда с небольших малоурожайных виноградников (иногда используется другой термин — *microcuvée*). Особенность технологии — повышенное внимание к выращиванию и сбору урожая (например, ранняя обрезка гроздьев ради созревания других).

В России этот способ производства вин распространен в основном в Краснодарском крае — тому способствует и климат, и большой туристический поток. В xxxx году «гаражисты» создали некоммерческое партнерство «Черноморские гаражные вина» (сейчас в него входит xx виноделен малых форм). В xxxx году вино «Совиньон» российского «гаражиста» Геннадия Опарина (усадьба «Семигорье») завоевало серебряную медаль на конкурсе в Новой Зеландии. А первое авторское вино — «Стретто» — было создано виноделом Иваном Каракезиди, в прошлом учителем музыки.

### 3.3.4 Прогноз развития отрасли виноградарства и виноделия

По прогнозам, потребление вина в России будет увеличиваться: в ближайшие три года розничные продажи вин будут расти на x–x %.

Дальнейшее развитие рынка вина, в особенности микровиноделия, эксперты связывают с принятием поправок к ФЗ xxx<sup>3</sup>. Новый закон сильно упрощает систему лицензирования и регулирования отрасли государством. А это значит, что появляется больше возможностей для малых форм виноделия, для тех, которые имеют по несколько гектаров виноградников.

По оценкам экспертов, при принятии программы, обеспечивающей льготы и преференции виноделам наравне с аграриями, этот бизнес будет развиваться и через xx лет

<sup>2</sup> <http://www.horeca-magazine.ru/article/xxxx/>

<sup>3</sup> О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления алкогольной продукции.

увеличится минимум в х раз, а вино частных кубанских виноделий сможет конкурировать на мировом рынке<sup>4</sup>.

### 3.4 Анализ рынка сыра

#### 3.4.1 Развитие рынка сыра в РФ

Основным фактором, оказавшим влияние на рынок сыров РФ в хххх году стали ограничения на ввоз продукции, снижение импорта повлекло за собой рост производства. В результате в хххх году было произведено ххх тыс. тонн сыра, рост по сравнению с предыдущим годом – хх%.

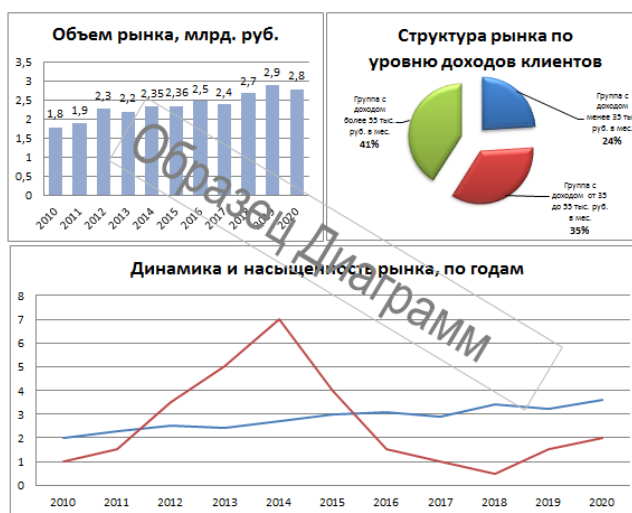


Диаграмма 3-5. Динамика производства сыра в РФ

По данным ГТК, в хххх году Россия сократила ввоз сыров и творога на хх,х% и увеличила экспорт на х,х%.

В структуре производства сыра в РФ преобладает сыр твердый (хх,х% по итогам хххх года), на втором месте – сыр плавленый (хх,х%), на третьем – сыр полутвердый (хх,х%). За период хххх-хххх годы наблюдается увеличение доли полутвердого сыра (на х п.п.), снижение доли плавленого сыра (на х п.п.), увеличение доли рассольного сыра (на х п.п.) и мягкого сыра (на х п.п.), доля твердого сыра практически не изменилась.



<sup>4</sup> <http://krasnodar.real-business.ru/magazines/xx-xxxx/bez-prava-na-prodazhu>



**Диаграмма 3-6. Структура рынка сыров в РФ по типу продукта**

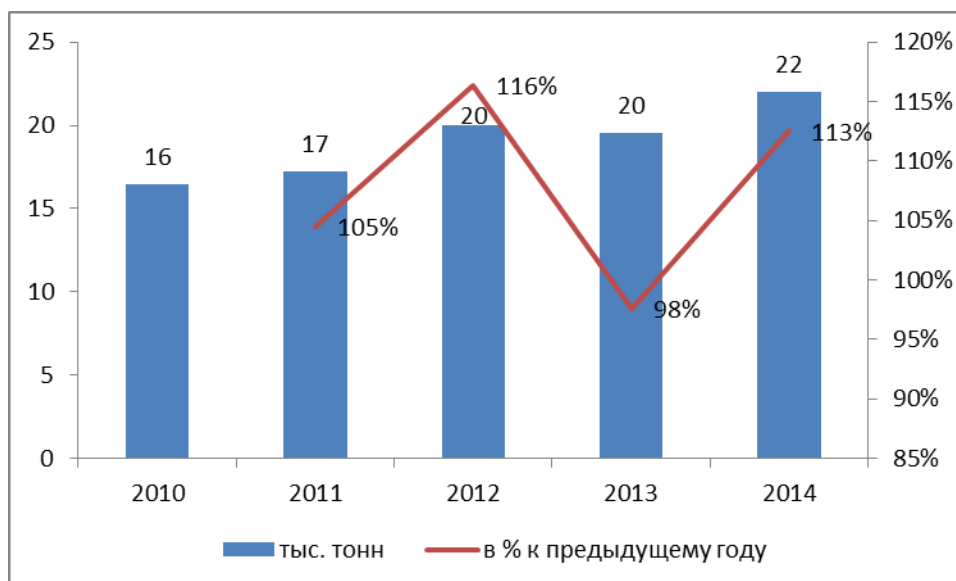
По данным «Союзмолоко», объем производства твердых сыров в xxxx году увеличились на xx,x% по сравнению с xxxx годом и составил xxx тыс. тонн. При этом четыре региона произвели наибольшее количество твердых сыров - Республика Татарстан, Воронежская область, Ростовская область и Пермский край. На долю этих субъектов РФ приходится xx,x% общероссийского объема производства твердых сыров, а темпы роста производства в этих регионах значительно выше, чем в среднем по России.

Сыры сверхтвердые производятся в Республике Алтай. Их по итогам года произвели xx тонн против xx тонн в xxxx году. За прошлый год полутвердых сыров стало выпускаться на x,x% меньше, чем в xxxx году. Это связано с тем, что лишь к концу года российские сыроделы смогли наладить производство полутвердого сыра: в декабре было произведено на xx,x% больше, чем в декабре xxxx года.

Рассольные сыры показали увеличение объемов производства в xxxx году на x,x% - xx тыс. тонн. Лидерами по росту стали Республика Адыгея, Брянская область, Республика Дагестан, Кабардино-Балкарская Республика и Краснодарский край. На xx% выросло производство копченых сыров.

### 3.4.2 Развитие рынка сыра в Краснодарском крае

Краснодарский край занимает x% в объеме российского производства сыров и сырных продуктов. Динамика производства сыров в крае соответствует динамике в среднем по РФ: за период с xxxx по xxxx годы производство увеличилось на x тыс. тонн, достигнув к концу периода показателя xx тыс. тонн.



**Диаграмма 3-7. Динамика производства сыра и сырных продуктов в Краснодарском крае**

Оценивая прогноз дальнейшего развития российского рынка сыра, можно говорить о его инвестиционной привлекательности. Но производителям все-таки стоит обратить внимание на возможность продвижения своей продукции за счет увеличения PR-активности, так как вкусовые предпочтения отечественных потребителей сыра только начинают формироваться.

### 3.5 Анализ рынка мясопродукции и мясных деликатесов

#### 3.5.1 Объем и динамика рынка

По информации Росстата, объем производства мяса и субпродуктов в РФ вырос с х,х млн. тонн в хххх году до х,х млн. тонн в хххх-м.

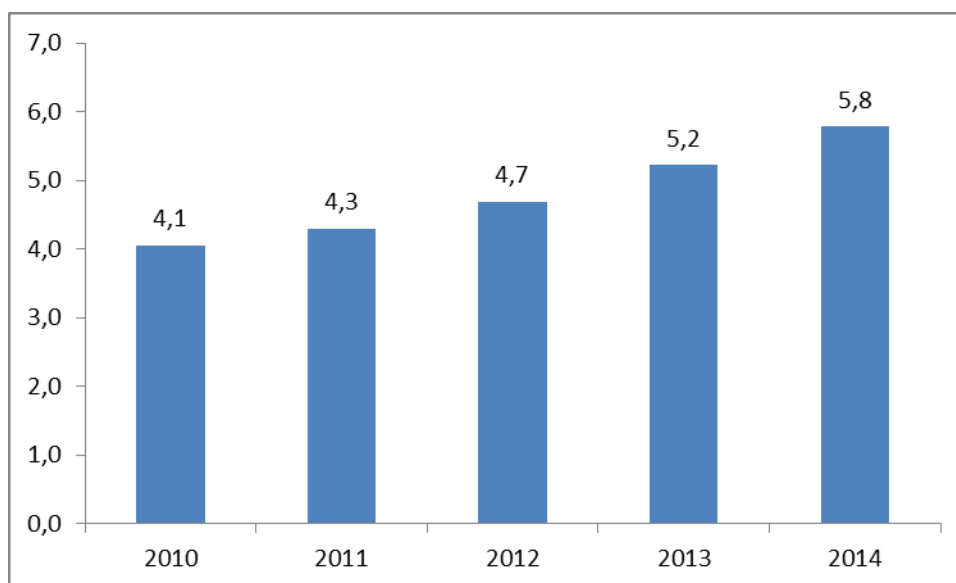


Диаграмма 3-8. Объем производства мяса и субпродуктов в РФ, млн. тонн

Рынок мяса и субпродуктов показывает положительную динамику, за рассмотренный период производство росло в среднем на х,х% в год. В хххх году темпы роста по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года составили хх,х%.



Диаграмма 3-9. Темпы роста производства мяса и субпродуктов в РФ, в % к предыдущему году

#### 3.5.2 Структура рынка

В структуре переработанных мясных продуктов преобладают колбасные изделия (хх%), на втором месте – полуфабрикаты (хх%), на долю консервов приходится не более х% рынков, прочей продукции – х%<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> [http://expert-rating.ru/marketing\\_research/index.php?productID=xxx](http://expert-rating.ru/marketing_research/index.php?productID=xxx)



Диаграмма 3-10. Структура рынка переработанной мясной продукции

### 3.5.3 По типу продукции

На российском рынке представлен широкий ассортимент колбасных изделий и мясных деликатесов. По мнению экспертов, в структуре российского рынка колбасных изделий и мясных деликатесов наибольшая доля в натуральном выражении – хх% – приходилась на вареные, варено-копченые и полукопченые колбасы. Доля сосисок и сарделек составила хх%, а доля твердокопченых колбас – х%. Доля мясных деликатесов и прочих мясных изделий в общем объеме российского рынка составила порядка хх%. В настоящее время наблюдается такое же распределение долей основных видов колбасных изделий и мясных деликатесов.

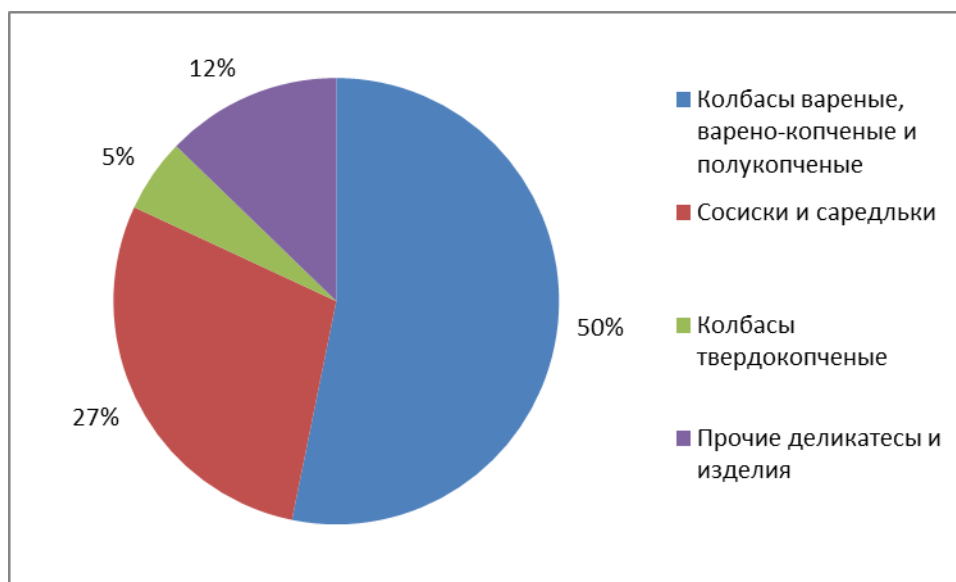


Диаграмма 3-11. Структура рынка колбас и мясных деликатесов по типу продукции

Крупнейшими зарубежными производителями колбасных изделий и деликатесов из мяса птицы, поставляемых на российский рынок, являются Bar-S Foods Co. (США), Perdue Farms Inc. (США) и Minuano De Alimentos (Бразилия).

В рассматриваемом сегменте рынка, безусловно, лидируют мясные деликатесы

российских производителей. Рынок импортных мясных деликатесов сегодня существенно сократился по сравнению с xxxx годом. В настоящее время импортные мясные деликатесы на московский рынок поставляют около полутора десятка компаний, в основном из Испании, Дании, Венгрии и Германии.

Доля сегмента Премиум составляет на рынке xx%; Сегмент рынка колбасной продукции Медиум занимает xx%; Сегмент рынка Low - xx%.



Диаграмма 3-12. Ценовая сегментация мясopодукции

### 3.5.4 Тенденции и прогнозы

В настоящее время фактически все отечественные и зарубежные отраслевые эксперты прогнозируют хорошие перспективы отечественного рынка мясной продукции, в частности:

- Дальнейший рост душевого потребления мясной продукции до уровня, превышающего научно-обоснованную норму РАМН и соответствующего среднестатистическим показателям развитых стран.
- Устойчивый рост отечественного производства скота и птицы на убой, постепенное вытеснение импорта, формирование экспортного потенциала.
- Увеличение производства мяса будет происходить, в основном, за счет крупных высокотехнологичных сельхозпредприятий, вклад личных подсобных хозяйств в развитие отрасли продолжит снижаться.

В последнее время на мясном направлении идет интенсивная скупка активов, за лучшие из которых борются сразу несколько агропромышленных холдингов. Причины увеличения интереса к новым мясным производствам со стороны крупных агропромышленных компаний:

- Устойчивое повышение спроса на мясopодукты - приоритеты смещаются в сторону более качественной брендовой продукции;
- Правительство занимается регулированием отрасли. Предполагается максимальное оперативное реагирование на демпинг и поставки субсидируемых продуктов.
- В настоящий момент ситуация в сегменте рынка является более прогнозируемой и располагающей к долгосрочным инвестициям в мясной сегмент рынка.

### 3.6 Общая характеристика животноводства в Краснодарском крае. Обеспечение сырьем проекта

Помимо винограда, необходимого для организации производства вина, который будет выращиваться на собственных виноградниках, для реализации проекта необходимо обеспечить производство продукцией животноводства (молоко и мясо).

Животноводческая отрасль в Краснодарском крае отличается нестабильностью. Так, производство скота и птицы на убой в живом весе в xxxx году достигло xxx,х тыс. тонн, на протяжении xxxx-xxxx годов производство снижалось (до xxx,х тыс. тонн). В xxxx году было выращено скота и птицы на х% больше, чем в предыдущем году (xxx,х тыс. тонн).

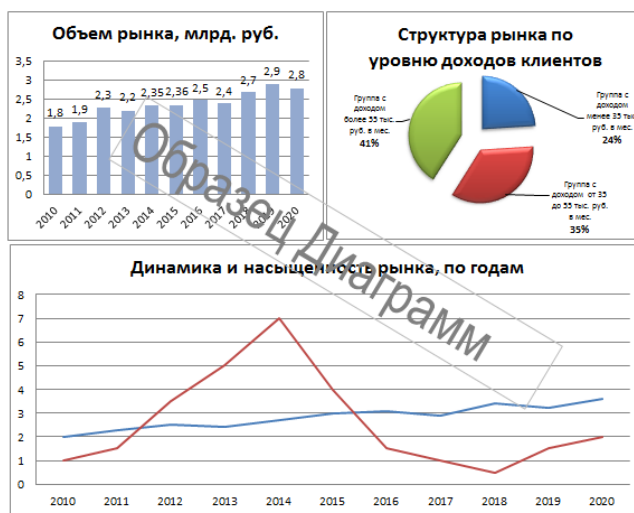


Диаграмма 3-13. Производство скота и птицы на убой в живом весе в Краснодарском крае

Производство молока в Краснодарском крае снизилось с х xxx тыс. тонн в xxxx году, до xxxx тыс. тонн – в xxxx-м.

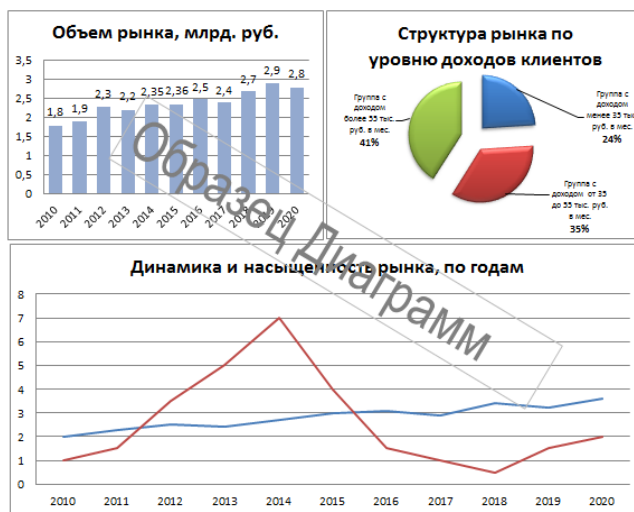


Диаграмма 3-14. Производство молока в Краснодарском крае

Несмотря на снижение производства продукции животноводства в Краснодарском крае рассматриваемый проект будет обеспечен сырьем в связи с небольшим объемом производства, а также продуманной стратегией закупок.

### 3.7 Смежные рынки. Общая характеристика туристической отрасли в Краснодарском крае

Туризм – одно из наиболее перспективных направлений развития экономики Краснодарского края, каждый год индустрия гостеприимства приносит в бюджет до xx% совокупного дохода.

Ежегодно по распоряжениям правительства Российской Федерации из федерального и регионального бюджетов выделяются значительные финансовые средства на развитие отрасли с целью повышения её привлекательности для туристов и увеличения доходов.

Однако, по мнению экспертов рынка, эффективность использования имеющихся курортно-рекреационных ресурсов недостаточна, а показатели качества обслуживания и уровни соответствия средств размещения и объектов туристской индустрии значительно отстают от международных стандартов.

С точки зрения возможностей развития доступного туризма Краснодарский край обладает всеми необходимыми ресурсами и условиями.

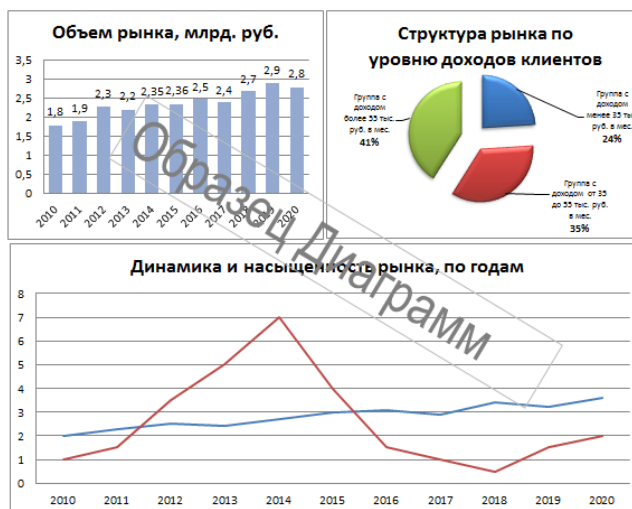
В xxxx году Правительство Российской Федерации присвоило Краснодарскому краю значение особой экономической зоны туристско-рекреационного типа. На территории края располагаются xxx крупных объекта туристского показа.

Из них:

- Культурно-исторических – xx
- Культурно-развлекательных – xx
- Этнических и этнографических центров – x
- Памятников истории – xx
- Памятников природы – xxx
- Археологических объектов – xx
- Архитектурных памятников – xx

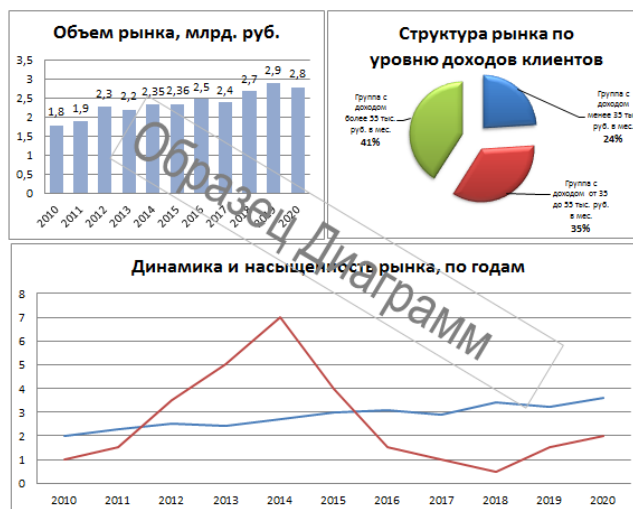
#### 3.7.1 Динамика туристической отрасли Краснодарского края

О развитии туристической отрасли в Краснодарском крае свидетельствует ежегодное увеличение числа туристов, размещенных в средствах коллективного размещения.



**Диаграмма 3-15. Количество туристов, размещенных в средствах коллективного размещения в Краснодарском крае**

Одновременно с ростом числа туристов, наблюдается снижение площади номерного фонда – в основном за счет вывода из эксплуатации устаревшего фонда.



**Диаграмма 3-16. Площадь номерного фонда коллективных средств размещения в Краснодарском крае**

### 3.7.2 Особенности развития сельского туризма

#### Состояние агротуризма в Краснодарском крае

В Краснодарском крае есть все условия для развития агротуризма. По данным Министерства сельского хозяйства РФ, на Кубани сельским, или аграрным туризмом занимаются более xx предприятий. Основные его направления – винные и чайные туры, посещение пасек, страусовые фермы, охота и рыбалка.

На Кубани более xx предприятий занимаются организацией рыбалки, порядка xx – устраивают конные шоу и прогулки. Организованы туристические маршруты на четыре страусовые фермы. На территории Сочи в пос. Уч-Дере располагаются «Чайные домики», где туристы могут увидеть чайные плантации, узнать о том, как перерабатывается чайный лист.

В последние годы широким спросом пользуются экскурсии на медовые пасеки; в курортный сезон в крае работает порядка десяти пасек, где туристы могут продегустировать разные сорта меда, медовуху, приобрести понравившуюся продукцию.

Традиционно в сельском туризме популярны экскурсии на винодельческие предприятия или хозяйства. Почти все крупные заводы края устраивают подобные винные туры.

#### Государственная поддержка отрасли

На оказание помощи по развитию инженерной инфраструктуры и технического обеспечения объектов агротуризма, на улучшение качества благоустройства сельских населенных пунктов, сохранение экологии и охраны объектов туристического показа, а также на формирование квалифицированных трудовых кадров в сельской местности для обеспечения потребности сферы агротуризма в общей сложности предусмотрено выделить xx,х млн. рублей.

Из них х млн. пойдет на субсидирование части фактически понесенных затрат (но не

более xx %) по созданию в Краснодарском крае центра развития агротуризма. На компенсацию части затрат (xx%) по обустройству и инженерно-техническому обеспечению на территории сельских поселений потенциальных объектов туристического показа (в т.ч. природных), а также на организацию туристических маршрутов (с учетом сезонности) заложено xx,х млн. рублей, в т.ч. из краевого бюджета – х,х млн. (остальное - внебюджетные средства).

Проведение обучения субъектов малого предпринимательства в сфере органического земледелия, производства экологических продуктов питания и организации туристического бизнеса в сельской местности обойдется краевой казне в х млн. рублей. Создание демонстрационной площадки для обучения субъектов малого предпринимательства в сфере развития агротуризма – в х млн.

В результате реализации мероприятий Программы в части развития агротуризма на Кубани будет создана единая организованная сеть объектов сельского туризма, обеспеченная квалифицированными кадрами из числа субъектов малого предпринимательства.

Количество владельцев объектов агротуризма увеличится на xx единиц. Намечено привести в привлекательное состояние xx потенциальных объектов туристического показа в сельских районах, организовать xx агротуристических маршрутов.

### **Социальная значимость развития сельского туризма**

Меры государственной поддержки развития агротуризма, направленные «на создание условий для развития сельского туризма на основе использования рекреационного потенциала индивидуальных предпринимателей и крестьянских (фермерских) хозяйств», по мнению аналитиков, позволят стимулировать создание в сельских поселениях объектов для туризма и повысить занятость сельского населения, в первую очередь молодежи.

Это в свою очередь должно "повысить качество жизни сельских жителей, стимулировать развитие органического земледелия и производства органических продуктов питания для потребностей агротуризма".

Перечень объектов сельского туризма представлен в Приложении.

---



### 3.8 Характеристика предложения и конкурентного окружения

#### 3.8.1 Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке виноградных вин

В структуре предложения вина в РФ на долю отечественной продукции приходится примерно xx% общего объема продаж.

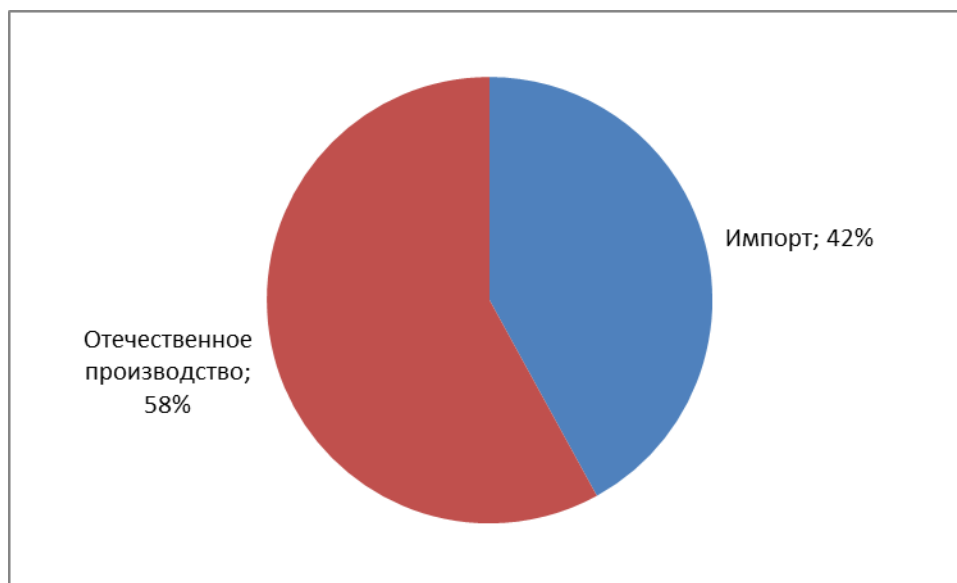


Диаграмма 3-17. Структура предложения на рынке вина РФ

За последние xx лет кардинально изменилась структура рынка импортного вина в нашей стране. В xxxx году виноградные вина республик бывшего СССР составляли около xx% от общего количества, вина, произведенные в Европе и на Ближнем Востоке около xx%, вина Нового Света (вновь образовавшиеся производители) около x%. В xxxx году процентное соотношение имеет следующий вид: xx%, xx% и xx% соответственно.



Диаграмма 3-18. Структура импорта вина в РФ

Эффективное развитие рынка на современном этапе требует от зарубежных

производителей не только готовой продукции и качественных виноматериалов, но и передачи опыта и проверенных временем рецептов. Ключевым фактором развития отечественного виноделия должны стать инвестиции. Основопологающей причиной медленного изменения структуры потребления вина является его высокая стоимость. Если отталкиваться от соотношения его стоимости к размеру минимальной заработной платы, то по сравнению с европейскими странами, в России бутылка вина стоит в х раз дороже.

Производством винодельческой продукции в крае занимаются хх предприятий (из них по полному циклу (от переработки винограда до розлива готовой продукции) работают хх предприятий). Мощности по переработке винограда в сезон виноделия составляют порядка ххх тыс. тонн, специализированного оборудования по розливу винодельческой продукции - хх млн. дал в год. В российском производстве вина составляющая Кубани составляет хх%. Практически каждая вторая бутылка вина России - это кубанская продукция.

В Краснодарском крае основными производителями вина являются такие предприятия, как

- ООО РПК «Красноармейский»,
- ООО АПК «Мильстрим-Черноморские вина»,
- ОАО АПФ «Фанагория»,
- ЗАО «Русская лоза»,
- ООО «Олимп»,
- ЗАО РПК «Славянский»,
- ООО «Кубань-Вино»,
- ООО «Долина».

Что касается гаражного виноделия, предложение в данном сегменте еще незначительно.

Во Франции хх% рынка занимают небольшие шато, выращивающие виноград на участках по хх га, и только хх% – крупные винодельческие компании. В России – обратная пропорция. На Кубани «гаражное» виноделие только набирает обороты. Среди наиболее известных частных виноделен:

- «Гостагай»,
- «Усадьба Семигорья»,
- «Винодельня Алексея Толстого»,
- «Винодельня Марченко»,
- «Винное подворье старого грека»,
- «Деревенское подворье».

Всего в крае насчитывается порядка хх виноделен высокого уровня, где не только производят авторское вино, но и проводят экскурсии и дегустации.

У самих же фермеров желание развивать малотиражное виноделие настолько сильно, что те небольшие подвиги, которые уже происходят, они воспринимают как изменения всего курса развития винодельческой отрасли. Например, Геннадий Опарин на хх га земли выращивает порядка хх тонн винограда, что

---

### 3.8.2 Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке сыров

На сегодняшний день на российском рынке сыра присутствуют как отечественные, так и импортные производители. Импортная продукция является конкурентоспособной по цене и качеству. Тем не менее, импорт медленными темпами сокращается – на  $x-x\%$  в год.

Что касается российского производства, рынок сыров характеризуется, на настоящий момент, низкой степенью концентрации: рынок не консолидирован, крупные игроки занимают не более  $x\%$ ; в предложении сыров доминирует сортовая продукция.

Всего в России насчитывается около  $xxx$  сыроваренных заводов. Среди них по производству твердых и мягких сыров ведущие позиции на рынке занимают компании "Сыр Стародубский" (Брянская область) и "Можгасыр" (Удмуртия). За этими игроками рынка следует комбинат "Калининский" (Краснодарский край).

Технический уровень отечественной сыродельной отрасли по глубине переработки молока, производительности труда, степени механизации и автоматизации производства, а также по ассортименту, качеству и упаковке выпускаемой продукции значительно уступает уровню, достигнутому в промышленно развитых странах.

Как уже отмечалось ранее, ограничения на импорт в РФ целого ряда продуктов, повлекло за собой активизацию производства внутри страны. Так, ООО «Калория» заявила о намерении полностью обеспечить потребности Краснодарского края в сыре с голубой плесенью.

В результате реконструкции цеха объемы производства этого продукта вырастет в  $xx$  раз к осени  $xxxx$  года. Работы по реконструкции цеха по производству сыра с голубой плесенью завершились  $x$  недели назад. И уже в течение ближайших двух месяцев производство вырастет вдвое. На  $xxxx$  год также запланировано открытие нового цеха, с помощью которого производство кубанских сыров с голубой плесенью увеличится еще в два раза, сообщает пресс-служба компании. При этом на предприятии также выросли объемы производства сыров с белой плесенью с  $xxx$  до  $xxxx$  кг в сутки.

Среди производителей молочной продукции и сыров в открытых источниках указываются следующие предприятия:

- ПТК «ХУТОРЯНКА» Краснодарский край, Выселковский район.
  - ООО «ЛАБМОЛПРОДУКТ» Краснодарский край, г. Лабинск.
  - ООО «ИСТОК ПЛЮС» Краснодарский край, г. Армавир.
  - ООО «СЫРЫ КУБАНИ» Краснодарский край, Красноармейский район.
  - ООО «РОДНИК» Краснодарский край.
  - ФЛ ОАО «ВИММ-БИЛЛЬ-ДАНН» Краснодарский край, г. Сочи.
  - ООО «КУБАНЬАГРОМОЛОКО» Краснодарский край, г. Ейск.
  - ФЛ СТАРОМИНСКОЙ ОАО «ТРЕСТ «ЮЖНЫЙ САХАР» Краснодарский край, Староминский район.
  - ООО «ЕЙСКИЙ МОЛОЧНИК» Краснодарский край, Ейский район.
  - ООО «КУБАНСКАЯ ФЕРМА «БЕЛОЕ ЗОЛОТО» Краснодарский край.
  - ООО «ЮГМОЛТОРГ» Краснодарский край, г. Ейск.
  - ООО «САНМАРИН» Краснодарский край, г. Краснодар.
  - ЗАО «КОРЕНОВСКИЙ МКК» Краснодарский край.
-

- ПТК «УСПЕХ» Краснодарский край, Кореновский район.
- ПТК «БЕЛОРЕЧЕНСКИЙ МОЛОЧНИК» Краснодарский край.
- ООО «УСЛАДА» Краснодарский край, Белореченский район.
- ООО «МПЗ «ДИНСКОЙ» Краснодарский край, Динской район.
- ООО «ГАРУН» Краснодарский край, г. Краснодар.
- ООО «ЯНТАРЬ» Краснодарский край, Красноармейский район.
- ПТК «АРТЕЛЬ» Краснодарский край, Динской район.
- СППСК «ЗАРЕЧЕНСКИЙ МОЛОЧНИК» Краснодарский край, г. Новокубанск.
- ООО «ФАВОРИТ» Краснодарский край, г. Лабинск.
- ООО «МОЛКОМ» Краснодарский край, г. Сочи.
- ООО «МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД «ЯРОСЛАВСКИЙ» Краснодарский край, Мостовский район.
- ООО «МОЛЗАВОД «ГЕЛЕНДЖИКСКИЙ» Краснодарский край, г. Геленджик.
- ОАО «МОЛКОМБИНАТ «АНАПСКИЙ» Краснодарский край, г. Анапа.
- ТОО МЕНУА-II Краснодарский край, г. Кропоткин.

### **3.8.3 Характеристика предложения и конкурентного окружения на рынке мясной гастрономии (колбасы и мясные деликатесы)**

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что одной из главных тенденций последних лет на рынке мясопродукции является увеличение числа брендов, к которым потребители проявляют лояльность. Если в xxxx г xx лидерам были лояльны xx% потребителей, то в xxxx году доля лояльных потребителей у лидеров рынка сократилась до xx,x%<sup>6</sup>.

Ниже представлена краткая характеристика производителей мясных деликатесов в Краснодарском крае.

#### **ОАО «Мясокомбинат Краснодарский» (ОАО «М. Холодцов»)**

ОАО «Мясокомбинат Краснодарский» (ОАО «М. Холодцов») - это крупнейшее мясоперерабатывающее предприятие по производству экологически чистых мясопродуктов, обладающее современным технологическим комплексом и самостоятельно осуществляющее весь процесс переработки, от забоя скота, выпуска колбас и деликатесов до отгрузки готовой продукции под заказ конкретного потребителя.

Дата основания (создания) – xxxx год, мощность составляла xx,x тыс. тонн в год.

На сегодняшний день «М. ХОЛОДЦОВ» - современное, динамичное предприятие. Численность сотрудников комбината – более xxxx человек. Создана кафедра технологии мясопереработки Кубанского государственного технологического университета, на которой проходят обучение студенты университета, сотрудники и специалисты из Германии, Дании, Франции.

#### **ОАО «Сочинский мясокомбинат»**

Сочинский мясокомбинат, одно из самых динамично и стабильно развивающихся предприятий юга России.

Дата основания - xxxx год.

Первоначальные задачи - производство мясо-колбасной продукции для обеспечения

---

<sup>6</sup> [http://www.zhitomir.info/news\\_xxxxxx.html](http://www.zhitomir.info/news_xxxxxx.html)

нужд курорта. В xxxx году преобразован в открытое акционерное общество Сочинский мясокомбинат. Полный ассортимент продукции составляет более xxx видов изделий.

Сбытовая сеть мясокомбината сегодня охватывает xx городов России, а также страны ближнего зарубежья - Азербайджан, Грузия, страны Средней Азии. Мясокомбинат выпускает до xx% всей аналогичной продукции, вырабатываемой предприятиями Краснодарского края.

Ассортимент продукции, производимой комбинатом, четко сегментирован по потребительским группам - от простых вареных колбас и сосисок до элитных сортов, включая различные копчености - бекон, балыки, рулеты, карбонаты, языки свиные и говяжьи.

Таким образом, ассортимент охватывает потребительские предпочтения практически всех сегментов рынка. К примеру, совсем недавно предприятие пустило новую современную линию по производству сосисок. Благодаря этому сейчас комбинат в состоянии производить до xx тонн сосисок в сутки. Благодаря новой линии расширился и их ассортимент - с кетчупом, сыром, всего xx наименований.

### ООО «Мясокомбинат «Усть-Лабинский»

Мясокомбинат «Усть-Лабинский» сегодня это современное мясоперерабатывающее предприятие способное производить колбасы, паштеты, деликатесные изделия и мясные полуфабрикаты соответствующие самым высоким мировым стандартам качества.

Дата создания – xxxx год.

Производственная мощность - до xxx тонн мясopодуkтов и колбасных изделий в сутки.

## 3.9 Анализ ценовой конъюнктуры

### 3.9.1 Динамика цен на рынке виноградных вин

По информации Росстата, средние цены производителей виноградных вин увеличиваются ежегодно на x%, по состоянию на январь xxxx года винзаводы реализовывали вино по цене xxx,х руб./декалитр.



Диаграмма 3-19. Динамика средних цен производителей на виноградные вина в ЮФО

Цены на виноградные вина подвержены сезонному влиянию, однако сезонность

отличается по годам.

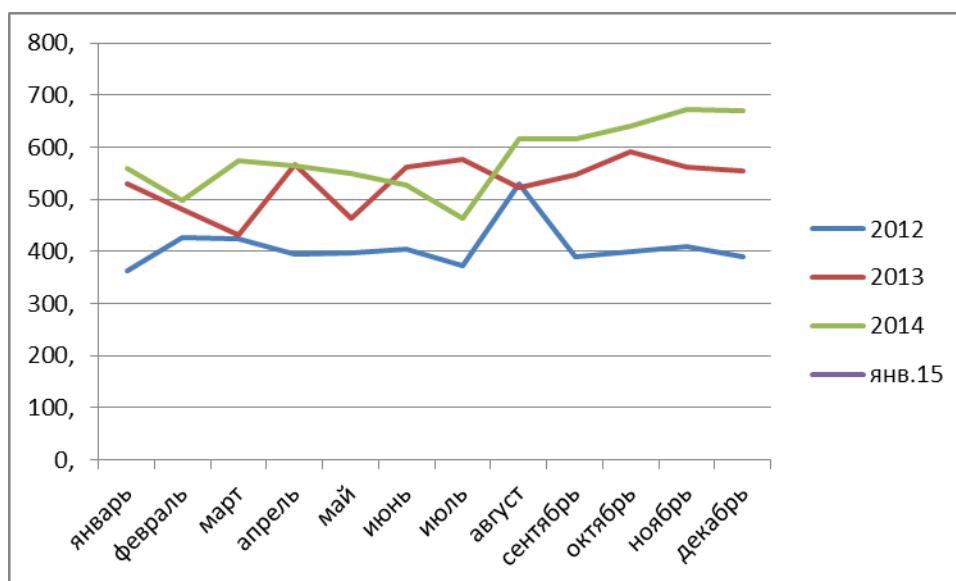


Диаграмма 3-20. Сезонное изменение цен производителей на вина виноградные в ЮФО, руб./дал

### 3.9.2 Динамика цен на рынке сыра

За период xxxx-январь xxxx года цены на сыры существенно выросли: на хх% - на твердые сыры и на хх% - на сыры прочие. В январе xxxx года средние цены производителей в ЮФО составили: на твердые сыры – ххх,х тыс. руб./тонну, на сыры прочие: ххх,х тыс. руб./тонну.



Диаграмма 3-21. Динамика средних цен производителей на сыры твердые и прочие в ЮФО, руб./тонну

### 3.9.3 Динамика цен на рынке мясных деликатесов

Анализ динамики цен на мясные деликатесы производился на примере колбасы сырокопченой.

Средние цены производителей на колбасу сырокопченую в ЮФО увеличились за период xxxx-январь xxxx годы на хх%, достигнув к январю xxxx года значения ххх,х тыс. руб./тонну.



Диаграмма 3-22. Динамика цен на колбасы сырокопченые в ЮФО, руб./тонну

Таким образом, цены производителей на рассматриваемые группы продуктов (вина виноградные, сыры, мясные деликатесы) растут с темпами, превышающими темпы инфляции.

### 3.10 Характеристика потребительской среды

#### 3.10.1 Характеристика потребительской среды на рынке виноградных вин

##### Потребительские предпочтения

Потребителями вина является население со средним и высоким уровнями дохода (хх-хх лет). Чаще всего они отдают предпочтение полусладким, сухим или полусухим красным винам. Вина среднего ценового сегмента приобретают в основном женщины. Мужчины лидируют в покупке вин «премиум» класса.

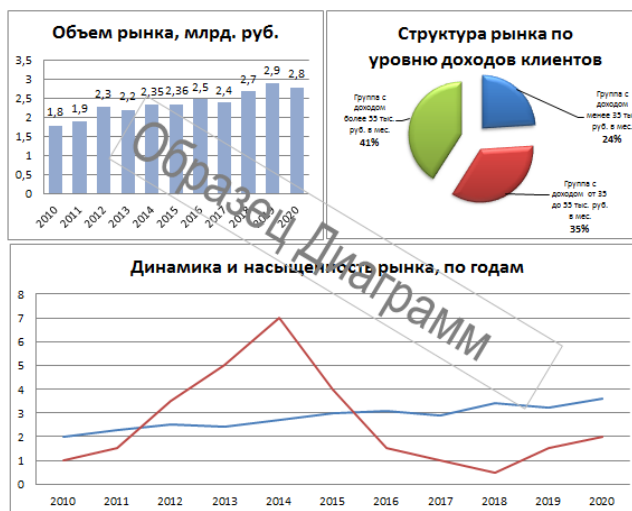


Диаграмма 3-23. Потребительские предпочтения на рынке вина

#### 3.10.2 Характеристика потребительской среды на рынке сыра

##### Количественная характеристика потребления

Существует ряд факторов, которые оказывают влияние на развитие российского рынка

сыра. Одним из значимых факторов является уровень среднедушевого потребления сырной продукции. Рекомендуемая норма потребления сыра на душу населения составляет  $x, x$  килограмма в год, но, по данным специалистов, в нашей стране этот показатель не превышает  $x$  килограммов. Особенно существенным является отставание от европейских стран. Так, например, во Франции потребление сыра составляет  $xx$  килограммов на человека в год. Стоит отметить, что на отечественном рынке наблюдается тенденция к увеличению спроса на сыр и сырную продукцию. Россияне постепенно пересматривают свое отношение к данному продукту. По прогнозам специалистов, в течение  $x-x$  лет среднедушевое потребление может вырасти в среднем на треть.

### Потребительские предпочтения

Наибольшим спросом пользуются сыры основной группы: российский, доля потребителей сыра этой марки составляет почти половину (около  $xx\%$ ) от числа всех потребителей сыра, голландский (около  $xx\%$ ), пошехонский (около  $xx\%$ ) и костромской (около  $xx\%$ ), далее следуют гауда (около  $xx\%$ ) и эдамер (около  $xx\%$ ), то есть также сыры твердых сортов, близкие по вкусовым качествам к привычным для России сортам сыра.



Диаграмма 3-24. Потребительские предпочтения по маркам сыра

### Характеристика потребителей

По данным опроса, проведенного центром маркетинговых исследований Qualitel Data от  $xx\%$  до  $xx\%$  опрошенных являются постоянными покупателями сыра. При этом большим спросом он пользуется у людей старше  $xx$  лет, но особенно заметно увеличение интереса к продукту в группе  $xx-xx$  лет. Потребители этих возрастных категорий готовы покупать более дорогие марки сыра, в том числе деликатесные импортные сыры<sup>7</sup>.

<sup>7</sup> <http://cheesemaster.ru/kakprodatsyr>





Диаграмма 3-25. Доля населения, регулярно покупающего сыр, по возрастным группам

Как видно, сыр — продукт, пользующийся большим спросом у людей старше xx лет, но особенно заметно увеличение интереса к продукту в группе xx-xx лет. Рассмотрим мотивацию покупателей для приобретения более дорогих видов сыров.

Мотивация/возраст респондентов, лет	xx-xx	xx-xx%	xx-xx	xx-xx
На праздник/в подарок	xx%	xx%	xx%	xx%
Для детей, членов семьи	xx%	xx%	xx%	xx%
Побаловать/порадовать себя	xx%	xx%	xx%	xx%
Нет таких причин, не приобретал более дорогие марки	xx%	xx%	xx%	xx%

Таблица 3-2. Потребительская мотивация<sup>8</sup>

Как следует из приведенной таблицы, аудитория xx+ лет в большинстве случаев покупает более дорогую марку как продукт для детей и членов семьи (xx–xx%). Безусловно, на этом можно построить маркетинговую стратегию, но одна из проблем сыра как продукта в том, что дорогой сыр требует «экспертизы». То есть необходимо знать, как и с чем его «правильно» есть, а молодежь во все эти тонкости не вникает. Нельзя делать вывод только исходя из полученных данных, тут нужна дополнительная информация. Информация о способах потребления сыра, о том, что стоит за ценой сыра – вкус? особый случай? угощение для гостей? Как видно из таблицы, после xx лет люди покупают дорогой сыр преимущественно для детей и членов семьи.

Эксперты предлагают вкладывать в продукт какие-нибудь сообщения, месседжи о здоровом образе жизни. Например, делать упор на отсутствие ГМО, на пониженное содержание холестерина, на супернатуральность и т.д.. Тут акцентируется забота о здоровье близких, что, безусловно, является одним из важнейших факторов приобретения продукта в данной возрастной категории.

В целом, полученные результаты говорят о том, что сейчас потребитель готов тратить деньги на покупку сыров. Безусловно, имеются в виду по сути своей совершенно разные продукты. Одна часть рынка – это нацеленные на молодежь «снэковые» или дешевые

<sup>8</sup> [http://www.goodsmatrix.ru/articles/Uderjannie\\_pozicii.html](http://www.goodsmatrix.ru/articles/Uderjannie_pozicii.html)

сыры. Совсем другая часть – это новые, более дорогие марки со своей предысторией и «правильным» способом употребления. В последнем случае расчет делается на людей с уровнем дохода выше среднего и высоким.

### Критерии выбора продукции

Критериями выбора сыра для большинства покупателей является, помимо цены (хх%), дизайн и вид упаковки (хх%).



Диаграмма 3-26. Критерии выбора сыра

Стоит отметить, что в настоящее время сыр в РФ не относится к продуктам первой необходимости, поэтому его относят к продукции неустойчивого спроса.

### 3.10.3 Характеристика потребительской среды на рынке мясных деликатесов

По мнению экспертов рынка, с xxxx по xxxx год, спрос на колбасы и мясные деликатесы в России вырос на хх процентов<sup>9</sup>.

Только в xxxx году было зафиксировано небольшое снижение, когда люди из-за кризиса сэкономили на дорогих продуктах, но потом этот показатель вырос, сообщает «АгроНовости».

В xxxx году Россия экспортировала хх,х тысяч тонн колбас и мясных деликатесов. Основным импортером российских колбас стал Казахстан, в основном импортировались сосиски, полукопченые и вареные колбасы и сардельки.

Импорт колбасной продукции за этот период вырос на хх процента, а основным поставщиком стала Испания.

### Количественная оценка потребительской среды

В течение последних хх лет российский рынок мяса и мясной продукции испытал обвальное сокращение платежеспособного спроса в хх-е годы вследствие глубокого системного кризиса в стране, быстрый восстановительный рост в период с xxxx по xxxx гг., стагнацию в кризисном xxxx году. Начиная с xxxx г., национальный мясной рынок вышел на траекторию устойчивого развития, постепенно приобретая все больше черт,

<sup>9</sup> <http://agro-new.ru/?p=xxxxx>

характерных для продовольственных рынков развитых стран.

В целом в период с xxxx по xxxx гг. личное потребление мяса и мясопродуктов в России увеличилось более чем на xx%. Помимо существенной государственной поддержки сельскохозяйственного производства основными факторами динамичного роста национального мясного рынка в долгосрочном периоде стали:

- Улучшение общеэкономической конъюнктуры.
- Рост реальных доходов и повышение уровня жизни населения.
- Развитие сетевой розничной торговли и пищевой промышленности.

Текущая емкость рынка мяса и мясопродуктов в России оценивается в xx,х млн. т, среднее потребление мяса на душу населения в xxxx г. оценивается в xx,х кг.

Рациональная норма, в соответствии с научно обоснованным питанием предусматривает потребление человеком xx кг мяса в год, из них — xx кг (xx %) говядины, xx кг (xx %) свинины, x кг (x %) баранины, xx кг (xx %) птицы и x кг (x %) мяса прочих видов.



Диаграмма 3-27. Потребление мяса на душу населения, кг в год

По прогнозу Министерства сельского хозяйства, к xxxx году каждый россиянин будет съедать по xx,х кг мяса, а доля отечественной продукции увеличится до xx,х% от общего объема. Причем по мясу птицы российские производители смогут обеспечить xx% потребностей внутреннего рынка, по свинине — xx%.

Для сравнения, подушевое потребление мяса в США сейчас составляет порядка xxx кг, в европейских странах — в среднем порядка xx кг.

### Потребительские предпочтения

Предпочтения потребителей в выборе колбас и мясных деликатесов значительно варьируются в зависимости от уровня ежемесячного материального дохода, однако среди основных факторов, определяющих выбор, респондентами назывались цены, качество самого продукта и упаковки. Жители крупных городов покупают колбасы хорошо известных марок, доля случайных покупок невелика. Около x% опрошенных респондентов говорят, что покупают колбасные изделия малоизвестных брендов.



Диаграмма 3-28. Распределение потребителей мясопродуктов по причине выбора покупки

По данным исследований, самыми популярными среди мясных деликатесов оказались различные виды копченых колбас и ветчина. Так, копченые колбасы чаще всего приобретает каждый второй покупатель мясных деликатесов, а ветчину и карбонат – примерно каждый третий. Немного менее популярны – шейка и грудинка.

При ответе на вопрос: "Какие мясные деликатесы ваша семья приобрела в последнюю покупку?" – наибольшее число голосов также набрала ветчина – xx%. Дальнейшая последовательность видов мясных деликатесов, приобретенных в последнюю покупку, оказалась схожей с рейтингом часто покупаемой продукции.

Стоит только отметить, что довольно большое число респондентов – xx% – не смогли припомнить, какие мясные деликатесы были ими приобретены при последней покупке.

Для покупки мясных деликатесов основными местами совершения покупки являются гипермаркеты и крупные сетевые магазины — xx %<sup>10</sup>.



Диаграмма 3-29. Распределение покупателей по местам совершения покупки

Рассматривая результаты опроса респондентов о целях покупки мясных деликатесов, интересно отметить, что каждый второй покупатель приобретает эту продукцию в качестве лакомства "для себя", а еще треть – для семьи в качестве продукции

<sup>10</sup> <http://www.moluch.ru/archive/xx/xxxx/>

ежедневного рациона. Между тем только  $xx\%$  покупателей закупают деликатесы для праздников и семейных торжеств, и всего  $x\%$  – для гостей. Причем такое распределение по целям покупки характерно практически для всех видов мясных деликатесов. Единственное различие – среди покупателей сырокопченой колбасы и ветчины немного ниже, чем среди покупателей других видов деликатесов, доля респондентов, покупающих мясные деликатесы для праздников и семейных торжеств. Решающим фактором при выборе мясопродуктов для потребителя при равенстве цены являются вкус и внешний вид.

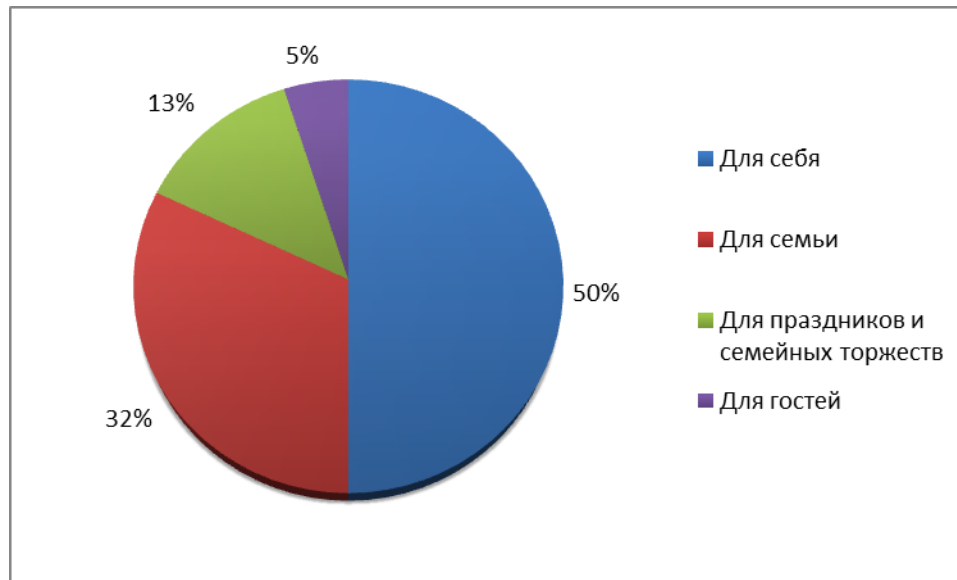


Диаграмма 3-30. Распределение покупателей по цели совершения покупки

По данным проведенного Subscribe.Ru онлайн опроса<sup>11</sup>, лишь около  $x\%$  пользователей Рунета, представляющих взрослую активную (месячную) аудиторию, не приобретают никаких мясопродуктов для себя, членов своей семьи или гостей. В числе наиболее популярных мясопродуктов оказались вареные колбасы (среди всех опрошенных  $xx\%$  покупают их не реже одного раза в неделю, а  $xx\%$  - несколько раз в месяц), сосиски, сардельки (соответственно  $xx\%$  и  $xx\%$ ), мясные полуфабрикаты, кулинария ( $xx\%$  и  $xx\%$ ), полукопченые колбасы ( $xx\%$  и  $xx\%$ ), варенокопченые колбасы, сервелат ( $xx\%$  и  $xx\%$ ).

Что касается деликатесных мясопродуктов - таких как ветчина (среди всех опрошенных  $xx\%$  покупают ее один-два раза в месяц, а  $xx\%$  еще реже), деликатесы из натурального мяса, окорок, шинка, буженина и др. (соответственно  $xx\%$  и  $xx\%$ ), сыровяленая колбаса, салями ( $xx\%$  и  $xx\%$ ).

**Резюмируя вышесказанное, можно сделать вывод, что мясные деликатесы сегодня уже не являются редкими элементами исключительно праздничного стола, а скорее, перешли в разряд привычных продуктов повседневного рациона.**

**Можно прогнозировать, что перераспределение потребительских предпочтений по производителю и приверженность потребителей к новым видам деликатесной продукции, произойдет за счет активных маркетинговых действий и неординарных технологических решений<sup>12</sup>**

<sup>11</sup> <http://subscribe.ru/>

<sup>12</sup> [http://www.vkolbasu.ru/article\\_tendenciinarynke.html](http://www.vkolbasu.ru/article_tendenciinarynke.html)

### 3.11 Выводы по анализу рынка

Проведенное исследование позволяет выделить основные тенденции развития сегментов рынка, а также сделать ряд выводов, необходимых для принятия управленческих решений в процессе развития проекта.

Сегмент рынка/параметры сегмента	Вино	Сыр	Мясные деликатесы
<b>Объем рынка в Краснодарском крае</b>	х,х млн. дал в год	хх тыс. тонн в год	хх,х тыс. тонн в год (все сегменты)
<b>Прогноз рынка</b>	Рост ежегодно на х-х% в натуральном выражении. Рост «гаражного» виноделия	Рост потребления, до достижения научно обоснованных норм, увеличение доли высококачественных сыров.	Рост потребления, до достижения научно обоснованных норм, увеличение доли качественной продукции, изготовленной по оригинальным рецептам.
<b>Потребительская среда</b>	Население Краснодарского края (более х млн. чел.) и туристы (более х,х млн. в год). Развитие потребительской среды связано как с ростом уровня жизни населения, смещения в потребительских предпочтениях в сторону более качественной продукции, так и с ростом туристических потоков – развитие туристического потенциала Краснодарского края.		
<b>Конкурентное окружение</b>	Конкурентное давление оценивается как среднее. Предпосылки для импортозамещения создают дополнительную рыночную нишу для рассматриваемого проекта.		
<b>Основные тенденции/факторы, влияющие на рынок</b>	Принятие закона, благоприятного для развития «гаражного» виноделия. Развитие культуры вина. Развитие туризма, в особенности сельского туризма в Краснодарском крае	Существенное сокращение импорта создает условия для развития отечественного производства. Рост туристических потоков создает предпосылки для развития продаж в секторе HORECA	Рост спроса на мясные деликатесы в целом. Рост туристических потоков создает предпосылки для развития продаж в секторе HORECA

Таблица 3-3. Основные параметры рынка

Проведенный анализ позволяет выделить следующие рыночные преимущества проекта:

- Проект будет развиваться в сегментах рынка, отличающихся стабильным спросом.
- Развитие туристического потенциала региона способствует развитию потребительской среды для проекта.
- Наметившиеся тенденции к импортозамещению во всех сегментах рынка создают дополнительную рыночную нишу для проекта.
- Особым преимуществом проекта станет реализация комплекса направлений, включая гостиничный и туристический бизнес.

**Таким образом, все сегменты рынка оцениваются как перспективные и инвестиционно привлекательные.**

### 3.12 Стратегия маркетинга

На основании проведенного анализа можно выделить основные рекомендации, которые будут способствовать успешному продвижению новой компании на рынке.

Параметры	Характеристика
Позиционирование	<p>Продукция высокого качества. Соответствует ГОСТ</p> <p>Оригинальная рецептура (национальная кухня, редкие виды мяса, приправы и ингредиенты).</p> <p>Экологически чистая продукция – контроль качества на всех этапах технологической цепочки.</p> <p>Продукция соответствует тенденциям здорового питания.</p>
Стратегия продвижения	<p>Использование каналов масс-медиа для формирования имиджа компании информировании широкого круга покупателей о наличии и преимуществах продукции.</p> <p>На всех этапах развитие особе внимание необходимо уделять каналам BTL-коммуникаций:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Проведение промо-акций.</li> <li>• Использование всех возможных носителей рекламы (POS-терминалы, печать на чеках и др.)</li> <li>• На всех этапах развития – особое внимание необходимо уделять мерчендайзингу (размещение на полках супермаркетов, представленность в магазинах, наличие особых стендов и т.д.)</li> <li>• При разработке бренда особе внимание необходимо уделять упаковке как часть имиджа и рекламный носитель.</li> </ul>

Параметры	Характеристика
Стратегия продаж	Реализация через торговые сети. Реализация в секторе HORECA. Сотрудничество с турфирмами.

Таблица 3-4. Ключевые факторы маркетинговой стратегии

Представленные рекомендации являются предварительными выводами, сделанными в ходе анализа рынка. Конкретные мероприятия, реализуемые в ходе реализации стратегии продвижения и продаж, включая бюджет маркетинга, необходимо разрабатывать в процессе продвижения продукции.

## 4 Производственный план

### 4.1 Потребность в основных средствах

#### 4.1.1 Земельные участки

В соответствии со структурой проекта (выбранными направлениями) определяется потребность в основных средствах.

Общая площадь участка – х га, в том числе виноградник – х,х га.

	Площадь участка, га
Вино	х.хх
Сыр	х.хх
Мясные деликатесы	х.хх
Гостиница	х.хх
Виноградник	х.хх
Прочее	х.хх
Всего	х.хх

Таблица 4-1. Расчет площади участка

Потребность в земельном участке для организации производств и гостиницы определялась, исходя из площади помещений, для виноградника - исходя из потребности в сырье для винзавода, а также технологических параметров выращивания винограда.

#### 4.1.2 Здания и сооружения

Потребность в помещениях для производств определялась на основании параметров оборудования, для гостиницы – на основании норм площади, в расчете на х койко-место, а также структуры помещений гостиницы.

Показатели	Значения
Количество мест	ххх
Количество номеров	хх
Площадь участка в расчете на х место, кв.м	хх
Площадь участка под гостиницу	хххх



Площадь номера на х место <sup>13</sup>	х
Площадь всех номеров	xxx
Вестибюльная группа	xx
Администрация	xx
Ресторан (xx% от площади номеров)	xx
Прочие (xx% от площади номеров)	xx
<b>Площадь гостиницы, кв.м</b>	<b>xxx</b>

Таблица 4-2. Расчет площади гостиницы

Общая потребность в помещениях составляет xxx кв.м.

	Площадь помещений, кв.м
<b>Винзавод</b>	xxx
<b>Цех по производству сыра</b>	xx
<b>Цех по производству мясных деликатесов</b>	xx
<b>Гостиница</b>	xxx
<b>Всего</b>	<b>xxx</b>

Таблица 4-3. Общая потребность в помещениях

Производственные помещения будут строиться по быстровозводимой технологии, гостиница будет представлять собой капитальные строения.

Направления	Площадь, кв.м	Стоимость строительства х кв.м	Стоимость строительства всего	Стоимость проектирования	Всего
<b>Винзавод</b>	xxx	х xxx	х xxx xxx	xx xxx	х xxx xxx
<b>Цех по производству сыра</b>	xx	х xxx	xxx xxx	xx xxx	xxx xxx
<b>Цех по производству мясных деликатесов</b>	xxx	х xxx	xxx xxx	xx xxx	xxx xxx
<b>Гостиница</b>	xxx	xx xxx	xx xxx xxx	xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Всего</b>	<b>xxx</b>		<b>xx xxx xxx</b>	<b>х xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>

Таблица 4-4. Расчет стоимости строительства, руб.

Себестоимость строительства х кв.м зданий по быстровозводимой технологии определялась на основании актуальных предложений производителей<sup>14</sup>, себестоимость строительства гостиницы – на основании нормативе стоимости одного квадратного метра общей площади жилого помещения<sup>15</sup>.

Таким образом, затраты на строительство составят xx,х млн. руб.

#### 4.1.3 Оборудование и техника

Стоимость оборудования определялась на основании актуальных предложений поставщиков оборудования.

Стоимость оборудования для винзавода, включая линию розлива, составляет х,х млн. руб.

<sup>13</sup> <http://docs.cntd.ru/document/xxxxxxx>

<sup>14</sup> <http://stroj.biz/modul.html>

<sup>15</sup> <http://www.rg.ru/xxxx/xx/xx/norma-dok.html>

Наименование оборудования	Стоимость, EUR	Стоимость, руб.
Шнековый подъемник-загрузчик	xxxx	xxx xxx
Дробилка	xxx	xx xxx
Гидравлический пресс	xxxx	xxx xxx
Всего	xxxxx	xxx xxx
Оборудование для розлива		xxx xxx
Итого		x xxx xxx

Таблица 4-5. Расчет стоимости оборудования для винзавода<sup>16</sup>

Ориентировочная стоимость с/х техники для выращивания винограда составит x,x млн. руб.

Наименование с/х техники	Кол-во единиц	Стоимость, тыс.руб.
Трактор Беларусь МТЗ-xx	x	xxx.xx
Трактор ДТ - xx	x	xxxx.xx
Плуг ПВН-х	x	xx.xx
Культиватор КНВ-х	x	xxx.xx
Борона дисковая БДН-xx	x	xxx.xx
Опрыскиватель ОВС-xxxx	x	xxx.xx
Столбостав СП-х	x	xxx.xx
Секатор аккумуляторный	x	x.xx
Укрывной агрегат	x	xxx.xx
Отдувочный агрегат	x	xxx.xx
Система капельного орошения		x xxx.xx
	xx	x xxx.xx

Таблица 4-6. Расчет стоимости техники для выращивания винограда<sup>17</sup>

Стоимость оборудования гостиницы рассчитывается, на основании информации участников рынка о стоимости оборудования x номера<sup>18</sup>.

Показатели	Значения
------------	----------

<sup>16</sup> [http://www.orelpm.ru/prays\\_list\\_bloki\\_rozliva](http://www.orelpm.ru/prays_list_bloki_rozliva), <http://eniw.ru/oborudovanie-mikrovinodeliya-proizvodstva-italii.htm>

<sup>17</sup> <http://stavvinprom.com/finansovye-pokazateli-otrasli/finansovo-ekonomicheskoe-obosnovanie-vyraschivaniya-vinograda.html>

<sup>18</sup> <http://journal.dasreda.ru/ideas/xxxx-kak-eto-rabotaet-skolko-stoit-otkryt-hostel-na-xx-mest>

Оборудование номеров (в расчете на х номер)	xx xxx
На все номера	x xxx xxx
Прочее оборудование (входная группа, администратор, др.)	xxx xxx
Итого	x xxx xxx

Таблица 4-7. Расчет стоимости оборудования гостиницы

Общая потребность в инвестициях для приобретения оборудования составит xx млн. руб.

Направления	Сумма, руб.
Оборудование для винзавода	x xxx xxx
Виноградарство (с/х техника)	x xxx xxx
Оборудование для производства сыра	x xxx xxx
Оборудование для производства мясных деликатесов	x xxx xxx
Оборудование для гостиницы	x xxx xxx
Итого	xx xxx xxx

Таблица 4-8. Потребность в инвестициях для приобретения оборудования (техники)

#### 4.1.4 Капитальные затраты на закладку виноградника

Потребность в капитальных затратах для закладки виноградника рассчитывается, на основании информации о расходах на х га и площади виноградника.

	На х га <sup>19</sup>	На общую площадь	х год	х год
Количество саженцев, шт.	x xxx	x xxx		
Цена за ед, руб.	xx			
Стоимость саженцев, руб.	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	
Количество шпалер, шт.	xxx	x xxx		
Цена за ед, руб.	xx			
Стоимость шпалер, руб.	xx xxx	xxx xxx		xxx xxx
		x xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx

Таблица 4-9. Расчет капитальных затрат для закладки виноградника, руб.

<sup>19</sup> <http://stavvinprom.com/finansovye-pokazateli-otrasli/finansovo-ekonomicheskoe-obosnovanie-vyraschivaniya-vinograda.html>

## 4.2 Объем производства

Расчет объема производства производился на основании информации о технологических параметрах оборудования и виноградника, а также плановом объеме продаж.

	ед. изм.	Производственная мощность в смену	Продажи в год	Продажи в квартал
Вино	л		xx xxx	xx xxx
в том числе собственные виноградники	л		xx xxx	xx xxx
Сыр	кг	xxx	xx xxx	x xxx
Мясные деликатесы	кг	xxx	xxx xxx	xx xxx
Гостиница	человеко/мест	xxx	x xxx	x xxx

Таблица 4-10. Производственная мощность комплекса

При расчетах учитывались также следующие параметры: количество рабочих дней в году – xxx, заполняемость гостиницы в среднем по году – xx%.

## 4.3 Себестоимость производства

### 4.3.1 Себестоимость выращивания винограда

Себестоимость выращивания винограда отличается в зависимости от года (возраста) виноградника.

Наименование мероприятия	x год	x год	x год	x год
Заработная плата	xxxxx	xxxxx	xxxxx	xxxxx
Налоговые отчисления по заработной плате	xxxxx	xxxxx	xxxxx	xxxxx
ГСМ	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Минеральные удобрения	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Прочие затраты	xxxx	xxxx	xxxx	xxxx
Итого	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx	xxxxxx

Таблица 4-11. Себестоимость выращивания винограда в расчете на x га, руб.

Кроме того, при планировании расходов учитывалась инфляция – в размере xx% в год.

Себестоимость выращивания винограда по годам	x год	x год	x год	x год
В расчете на x га, руб.	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx
На всю площадь, руб.	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx
Всего расходов за x лет, руб.	x xxx xxx			
Всего собрано винограда за x лет, кг	xxx xxx			
Себестоимость выращивания x кг винограда, руб.	xx			

Таблица 4-12. Себестоимость выращивания винограда

### 4.3.2 Себестоимость производства вина

Себестоимость производства вина складывается, исходя из стоимости винограда (из расчета х т винограда на х т вина) и стоимости производства и розлива в бутылки.

Статьи	Ед. изм.	Расход в ед. изм.	Цена (тариф), руб.	Стоимость на единицу изм., руб.	Стоимость на единицу изм., руб.
				Собственный виноград	Покупной виноград
вино				xx	xxx
бутылка	шт/л	х.хх	хх	хх	хх
пробка		х.хх	х	х	х
термоусадочный колпачок		х.хх	х.хх	х	х
прочее	хх%			хх	хх
Итого				xxx	xxx

Таблица 4-13. Расчет себестоимости производства вина

Таким образом, себестоимость производства х л вина составит ххх руб./л при производстве из собственного винограда и ххх руб./л, при производстве из покупного винограда.

### 4.3.3 Себестоимость производства сыра

Себестоимость производства сыра рассчитывается на основании информации о технических параметрах оборудования, а также действующих цен (тарифов).

Статьи	Ед. изм.	Расход в ед. изм.	Цена (тариф), руб.	Стоимость на единицу изм., руб.
Электроэнергия	кВт (ххх кВт*х часов/ххх кг в смену)	х.хх	х.хх	хх
Молоко	кг	хх.хх	хх	ххх
Прочее	хх%			ххх
Итого				ххх

Таблица 4-14. Расчет себестоимости производства сыра

Себестоимость производства сыра составляет ххх руб./кг.

### 4.3.4 Себестоимость производства мясных деликатесов

Себестоимость производства мясных деликатесов составляет, ориентировочно, ххх руб.

Статьи	Ед. изм.	Расход в ед. изм.	Цена (тариф), руб.	Стоимость на единицу изм., руб.
Электроэнергия	кВт (хх кВт/ч*х часов смена/ххх кг/смену)	х.хх	х.хх	х.х
Полутуши	кг	х.хх	ххх	ххх
Прочее	хх%			ххх
Итого				ххх

Таблица 4-15. Расчет себестоимости производства мясных деликатесов

Сводная информация о себестоимости производства единицы продукции представлена в таблице.

Себестоимость	Ед. изм.	Себестоимость ед. изм., руб.
Виноград	Кг	хх
Вино	л	хх
Сыр	кг	ххх
Мясные деликатесы	кг	ххх
Гостиница	% от выручки	х%

Таблица 4-16. Себестоимость производства единицы продукции

#### 4.4 Потребность в персонале. Штатное расписание

Потребность в персонале складывается на основании организационной структуры, потребности в персонале на каждом из бизнес-процессов компании.

Штатная единица	Количество штатных единиц	Оклад, руб./мес.	Фонд оплаты труда, руб.в месяц
Директор	х	хх ххх	хх ххх
Бухгалтер	х	хх ххх	хх ххх
Управляющий направлением	х	хх ххх	ххх ххх
Технологи	х	ххх ххх	х ххх ххх
Менеджеры по продажам	х	хх ххх	хх ххх
Персонал сыроделение	хх	хх ххх	ххх ххх
Персонал мясопродукция	х	хх ххх	ххх ххх
Персонал гостиницы	хх	хх ххх	ххх ххх
Итого	хх		х ххх ххх

Таблица 4-17. Штатное расписание

Таким образом, в ходе реализации проекта будет создано хх новых рабочих мест, фонд оплаты труда составит х,х млн. руб. в месяц.

#### 4.5 Постоянные затраты

В состав условно-постоянных затрат входят коммунальные, офисные расходы, расходы содержание основных средств и др. Расчет суммы постоянных расходов представлен в таблице.

Статьи	База расчета	Количество	Руб./ед.	Сумма в мес.	Сумма в кв.
Коммунальные	кв.м	ххх	хх	хх ххх	ххх ххх
Офисные	офисный персонал	хх	х ххх	хх ххх	хх ххх
Содержание зданий	% от стоимости в год	х%		хх ххх	хх ххх
Содержание оборудования и техники	% от стоимости в год	х%		хх ххх	ххх ххх
Реклама и маркетинг	% от объема продаж	х%			
Страхование виноградики	% стоимость урожая	хх%		х ххх	хх ххх
Прочие и непредвиденные	% от остальных	хх%			

Таблица 4-18. Расчет постоянных расходов

Информация, представленная в разделе, используется при дальнейших расчетах.

## 5 Финансовый план

### 5.1 Исходные данные и допущения

#### 5.1.1 Общие допущения

- Расчетный период проекта составляет  $x$  лет. Информация для расчета подготовлена по кварталам.
- Основная валюта расчетов – руб.
- Ставка дисконтирования принималась на уровне  $xx,x\%$ .
- Инфляция –  $xx\%$  в год.

#### 5.1.2 Налоговое окружение

Расчет затрат, связанных с выплатой налогов, осуществлялся в соответствии с текущей налоговой политикой государства и особенностью налогообложения в отрасли.

В рамках рассматриваемого проекта предусматривается основная система налогообложения.

Таблица 5-1. Ставки налоговых отчислений

Налоговые ставки:	%	База для уплаты	Частота начисления
Ставка отчислений от ФЗП	$xx\%$	ФОТ	ежемесячно
Ставка налога на имущество	$x.x\%$	Имущество на балансе	$x$ раз в квартал
Акцизы	$x.xx$	$x$ л вина	ежемесячно
Ставка НДС	$xx\%$	Облагаемая НДС выручка	ежемесячно
Ставка НДС на с/х продукцию	$xx\%$	Облагаемая НДС выручка	ежемесячно
Налог на прибыль	$xx\%$	Прибыль	ежемесячно

### 5.2 Инвестиционный план

#### 5.2.1 Потребность в финансировании

Потребность в финансировании составляет  $xx,x$  млн. руб., в том числе на строительство –  $xx$  млн. руб., приобретение оборудования –  $xx,x$  млн. руб.

Таблица 5-2. Инвестиционный план, руб.

Направления инвестиционных вложений	Итого
<i>Строительство</i>	$xx\ xxx\ xxx$
<i>Виноградник</i>	$x\ xxx\ xxx$
<i>Оборудование</i>	$xx\ xxx\ xxx$
<i>Прочие и непредвиденные</i>	$x\ xxx\ xxx$
<i>Продвижение</i>	$x\ xxx\ xxx$
<b>Инвестиции всего</b>	<b><math>xx\ xxx\ xxx</math></b>

#### 5.2.2 Календарный инвестиционный план



Инвестиции планируется осуществлять в течение х-х квартала с момента начала реализации проекта.

**Диаграмма 5-1. Календарный инвестиционный план, руб.**



### 5.3 Источники финансирования. Показатели расчета по кредиту

В рамках рассматриваемого проекта предполагается финансирование за счет двух источников:

- банковский кредит – хх,х млн. руб. (хх% от суммы инвестиций).
- собственные средства инициатора проекта - х,х млн. руб.(хх% от суммы инвестиций).

Условия кредитования:

- процентная ставка - хх%.
- отсрочка по возврату основной суммы – х год, по оплате процентов – х год.
- общий срок кредита: х лет.

За планируемый период сумма выплаченных процентов по кредиту составит х,х млн. руб.

### 5.4 План доходов

Выручка от продаж рассчитывалась, на основании расчета объема производства, а также цен, установленных для расчетов по проекту (с учетом инфляции), а также плана выхода на проектную мощность.

Таблица 5-3. Прогноз выхода на проектную мощность

Наименование продукции	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.	х кв.
Вино	х%	х%	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Сыр	х%	х%	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Мясные деликатесы	х%	х%	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Гостиница	х%	х%	х%	х%	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%
Выращивание винограда	х%	х%	х%	х%	х%	х%	х%	х%	х%	х%
В среднем	х%	х%	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%

Наименование продукции	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.	хх кв.
Вино	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Сыр	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Мясные деликатесы	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Гостиница	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
Выращивание винограда	х%	х%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%
В среднем	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%	хх%

Плановый уровень загрузки – хх% от максимально возможного, выход на запланированный объем по всем направлениям будет достигнут к хх-му кварталу с момента начала реализации проекта.

Таблица 5-4. Прогноз объема продаж

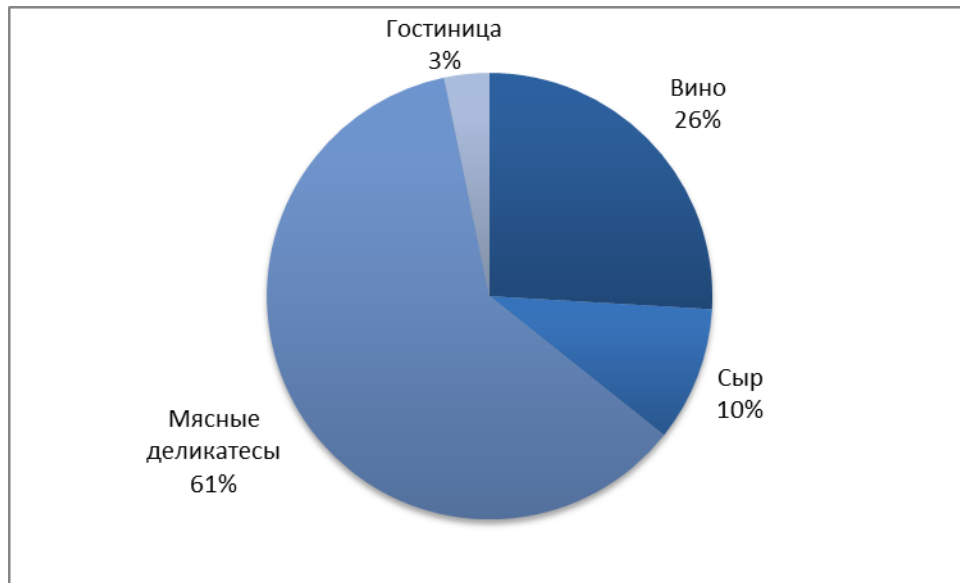
Показатели	х год	х год	х год	х год	х год	Итого
<b>Объем продаж в натуральном выражении</b>						
Вино	х	хх ххх	хх ххх	хх ххх	хх ххх	ххх ххх
Сыр	х	хх ххх	хх ххх	хх ххх	хх ххх	хх ххх
Мясные деликатесы	х	хх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх
Гостиница	х	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх	хх ххх
<i>Справочно: объем производства вина из винограда, собранного на собственных виноградниках из приобретенного винограда</i>	х	х	х	хх ххх	хх ххх	хх ххх
<b>Цена, руб./ед.</b>						
Вино	ххх	ххх	ххх	ххх	х ххх	ххх
Сыр	ххх	ххх	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх
Мясные деликатесы	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх
Гостиница	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх	х ххх
<b>Выручка от продаж, руб.</b>						
Вино	х	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	ххх ххх ххх
Сыр	х	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх
Мясные деликатесы	х	хх ххх ххх	ххх ххх ххх	ххх ххх ххх	ххх ххх ххх	ххх ххх ххх
Гостиница	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх
<b>Итого</b>	<b>х</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>

Выручка от продаж будет увеличиваться с ххх млн. руб. во х-й год, до ххх млн. руб. – в х-м году с момента начала реализации проекта.

В структуре продаж в стоимостном выражении (за весь период) на долю выручки от

реализации мясных деликатесов приходится xx%, от реализации вина – xx%, на долю выручки от реализации сыра и выручки гостиницы приходится xx% и x% соответственно.

**Диаграмма 5-2. Структура доходов**



## 5.5 План расходов

План расходов рассчитывался на основании информации о себестоимости производства продукции (услуг), расчета постоянных затрат, а также инфляционных процессов.

Таблица 5-5. Прогноз расходов, руб.

Прогноз расходов	х год	х год	х год	х год	х год	Итого
<b>Переменные расходы</b>						
Приобретение винограда, кг	х	хх ххх	ххх ххх	хх ххх	хх ххх	ххх ххх
Приобретение винограда, руб.	х	х ххх ххх	хх ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх
Производство винограда	х	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	х ххх ххх
Производство вина	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх
Сыр	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх
Мясные деликатесы	х	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	ххх ххх ххх	ххх ххх ххх
Гостиница	х	х ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх
<b>Итого переменные расходы</b>	<b>х</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>
<b>Постоянные расходы</b>						
Оплата труда	х	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх	хх ххх ххх
Отчисления с Фонда оплаты труда	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх
Коммунальные	х	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	х ххх ххх
Офисные	х	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	х ххх ххх
Содержание зданий	х	хх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх
Содержание оборудования и техники	х	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	ххх ххх	х ххх ххх
Реклама и маркетинг	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх
Страхование виноградника	х	х	х	хх ххх	ххх ххх	ххх ххх
Прочие и непредвиденные	х	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	х ххх ххх	хх ххх ххх
<b>Итого постоянные расходы</b>	<b>х</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>хх ххх ххх</b>
<b>Расходы всего</b>	<b>х</b>	<b>хх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>	<b>ххх ххх ххх</b>

Расходы компании возрастают – от хх,х млн. руб. во второй год с момента начала реализации проекта, до ххх млн. руб. – на х-й год.

Диаграмма 5-3. Прогноз расходов, руб.



В структуре текущих расходов оптовой компании на долю себестоимости приходится xx% от общей суммы.

Диаграмма 5-4. Структура текущих расходов



### 5.6 Точка безубыточности

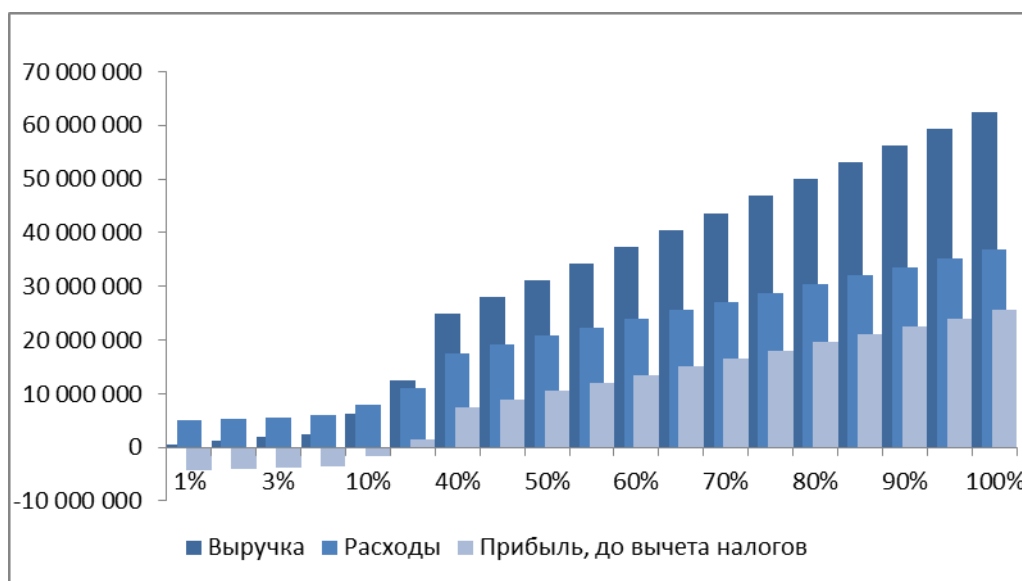
Высокая доля переменных затрат влечет за собой низкий уровень точки безубыточности – xx% от суммы планового объема.

Таблица 5-6. Расчет точки безубыточности, руб.

Параметры	Значение при xxx% загрузке	x%	xx%	xx%	xx%
<b>Выручка</b>	xx xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Расходы</b>	xx xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Постоянные расходы</b>	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx
<b>Постоянные расходы</b>	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx
<b>Налоги (кроме налога на прибыль)</b>	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx
<b>Проценты по кредиту</b>	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx
<b>Переменные расходы</b>	xx xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Себестоимость</b>	xx xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Прибыль, до вычета налогов</b>	xx xxx xxx	-x xxx xxx	-x xxx xxx	x xxx xxx	x xxx xxx

Наглядно расчет точки безубыточности представлен на рисунке.

Диаграмма 5-5. Точка безубыточности



## 5.7 Прогноз налоговых выплат

Прогноз налоговых выплат строился, на основании выбранной системы налогообложения и ставок налоговых отчислений.

Таблица 5-7. Расчет налоговых отчислений, руб.

Налоги	х год	х год	х год	х год	х год	Итого
Отчисления ФЗП	-	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	хх xxx xxx
Налог на имущество	-	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx
Акцизы	-	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	х xxx xxx
НДС	-	хх xxx xxx	хх xxx xxx	хх xxx xxx	хх xxx xxx	хх xxx xxx
Налог на прибыль	-	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	хх xxx xxx
<b>Итого:</b>	-	хх xxx xxx	хх xxx xxx	хх xxx xxx	хх xxx xxx	xxx xxx xxx

Налоговые отчисления увеличиваются с хх,х млн. руб. (на второй год с момента начала реализации проекта), до хх,х млн. руб. в год – к концу периода.

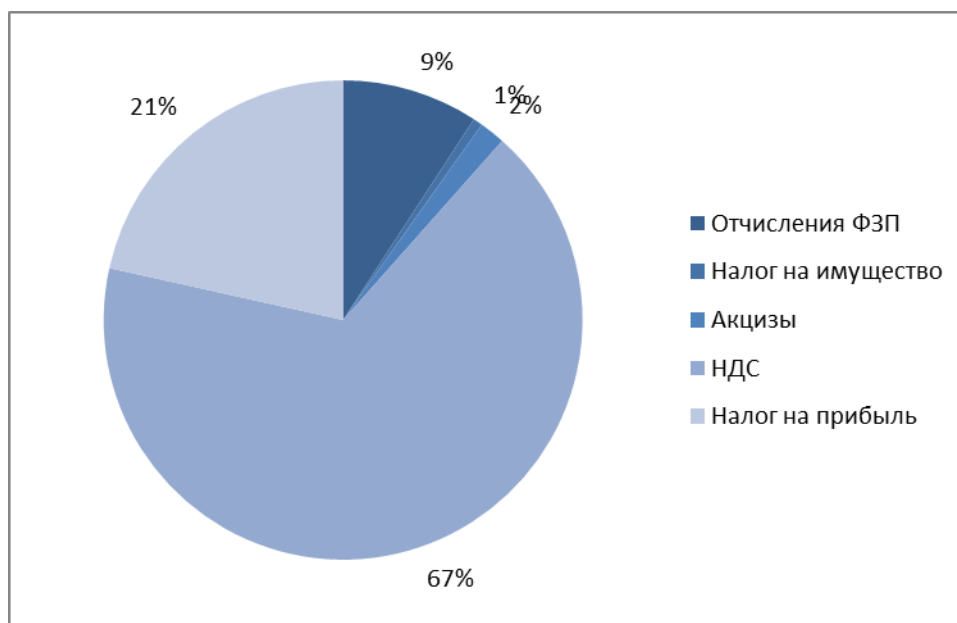
Всего за планируемый период поступления в бюджеты всех уровней (включая НДФЛ) составит ххх млн. руб., в том числе в бюджет Краснодарского края – хх млн. руб., территориальный бюджет – х,х млн. руб.

Таблица 5-8. Поступления налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, руб.

Распределение налогов	Федеральный	Региональный	Территориальный	Всего
Отчисления ФЗП	хх xxx xxx			хх xxx xxx
Налог на имущество			xxx xxx	xxx xxx
Акцизы	х xxx xxx			х xxx xxx
НДС	хх xxx xxx			хх xxx xxx
Налог на прибыль	х xxx xxx	хх xxx xxx		хх xxx xxx
НДФЛ			х xxx xxx	х xxx xxx
<b>Итого:</b>	<b>ххх xxx xxx</b>	<b>хх xxx xxx</b>	<b>х xxx xxx</b>	<b>ххх xxx xxx</b>

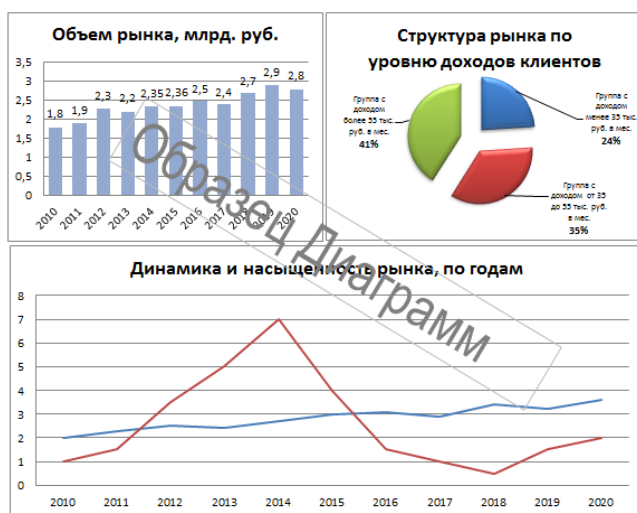
В структуре налоговых отчислений на долю НДС приходится хх%, налога на прибыль – хх% от общей суммы налоговых отчислений.

Диаграмма 5-6. Структура налоговых выплат



Доля налогов в выручке составляет xx%.

Диаграмма 5-7. Доля налоговых отчислений в выручке от продаж





## 5.8 Расчет государственных субсидий

Отрасли, в рамках которых будет развиваться рассматриваемый проект, обладают высокой значимостью с точки зрения социально-экономического развития страны, региона и территории. Соответственно, отрасли пользуются поддержкой государства – в частности, с точки зрения развития виноделия и виноградарства в Краснодарском крае.

Направления	Руб./га	На всю площадь	
На закладку виноградников	xxxxx	xxxxxx	в x год
На уход за виноградниками	xxxxx	xxxxx	ежегодно

Таблица 5-9. Расчет субсидий на культивирование виноградников, руб.<sup>20</sup>

Сумма субсидий, планируемых к получению в рамках рассматриваемого проекта, составляет xxx тыс. руб. (всего).

Направления	x год	x год	x год	x год	x год	Итого
На закладку виноградника	x	xxx xxx	x	x	x	xxx xxx
На уход за виноградником	x	xx xxx	xx xxx	xx xxx	xx xxx	xxx xxx
<b>Итого</b>	x	xxx xxx	xx xxx	xx xxx	xx xxx	xxx xxx

## 5.9 Прогноз амортизационных отчислений

Амортизационные отчисления рассчитываются, на основании следующих исходных данных:

- Срок амортизации зданий и сооружений – xx лет.
- Срок амортизации зданий и сооружений – xx лет.

За планируемый период сумма амортизации составит xxx тыс. руб. в год.

Таблица 5-10. Расчет суммы амортизационных отчислений

Показатели	x год	x год	x год	x год	x год	Итого
<b>Имущество на балансе</b>						
Здания и сооружения	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	
Оборудование	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	
<b>Итого:</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	
<b>Амортизация</b>	x год	x год	x год	x год	x год	Итого
Здания и сооружения	xx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	x xxx xxx
Оборудование	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	x xxx xxx
<b>Итого:</b>	<b>xxx xxx</b>	<b>xxx xxx</b>	<b>xxx xxx</b>	<b>xxx xxx</b>	<b>xxx xxx</b>	<b>x xxx xxx</b>

К концу планируемого периода стоимость имущества на балансе составит xx млн. руб.

Диаграмма 5-8. Стоимость имущества на балансе и сумма амортизации, руб.

<sup>20</sup> <http://admkrain.krasnodar.ru/upload/iblock/bxx/bxxxxfxxxbdxdfxxxxxfxxxxdxaxbx.pdf>



### 5.10 Прогноз движения денежных средств

Чистый денежный поток от основной деятельности достигает xx млн. руб. в год к концу периода.

Таблица 5-11. Движение денежных средств, руб.

Основная деятельность	х год	х год	х год	х год	х год	Всего
Поступления от основной деятельности	х	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
Выбытия от текущей деятельности	х	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
<b>Сальдо от основной деятельности</b>	<b>х</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>
<b>Сальдо накопленным итогом</b>	<b>х</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>	
Инвестиционная деятельность	х	х	х	х	х	х
Выбытия от инвестиционной деятельности	xx xxx xxx	xx xxx xxx	х	х	х	xx xxx xxx
<b>Итого по инвестиционной деятельности</b>	<b>-xx xxx xxx</b>	<b>-xx xxx xxx</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>-xx xxx xxx</b>
<b>ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>	<b>х</b>
Поступления от финансовой деятельности	xx xxx xxx	xx xxx xxx	х	х	х	xx xxx xxx
Собственные средства инициатора проекта	х xxx xxx	х xxx xxx	х	х	х	х xxx xxx
Кредит	xx xxx xxx	xx xxx xxx	х	х	х	xx xxx xxx
Выбытия от финансовой деятельности	х	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	xx xxx xxx
Возврат тела кредита	х	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Итого по финансовой деятельности</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>х xxx xxx</b>	<b>-х xxx xxx</b>	<b>-х xxx xxx</b>	<b>-х xxx xxx</b>	<b>х xxx xxx</b>
Остаток ДС на начало периода	х	х	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	
Итого поступлений	xx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
Итого выбытий	xx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
<b>Остаток ДС на конец периода</b>	<b>х</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>

Всего за планируемый период, накопленный чистый денежный поток по основной деятельности составит xxx млн. руб., по проекту в целом – xxx млн. руб.

Диаграмма 5-9. Прогноз движения денежных средств, руб.



### 5.11 Прогноз прибыли (убытков)

Сумма чистой прибыли увеличивается с xx млн. руб. во второй год, до xx млн. руб. – в пятый год, за счет снижения суммы амортизационных отчислений и процентов по кредиту, а также за счет роста объема продаж.

Таблица 5-12. Прогноз отчета о прибылях (убытках), руб.

Статьи отчета о прибылях и убытках	х год	х год	х год	х год	х год	Итого
Выручка	х	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
Расходы	х	xx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx	xxx xxx xxx
<b>Прибыль, до вычета налогов, % и амортизации</b>	<b>х</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>
Амортизация	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	xxx xxx	х xxx xxx
Прибыль, до вычета налогов, %	-xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xxx xxx xxx
Проценты по кредиту	х	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	xxx xxx	xx xxx xxx
Взносы на ФОТ	х	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	xx xxx xxx
Прибыль	-xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xx xxx xxx	xxx xxx xxx
Налог на прибыль	х	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	х xxx xxx	xx xxx xxx
<b>Чистая прибыль</b>	<b>-xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>
<b>Чистая прибыль накопленным итогом</b>	<b>-xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>	<b>xxx xxx xxx</b>	

Всего за планируемый период суммарная чистая прибыль составит xxx млн. руб.

Диаграмма 5-10. Прогноз прибылей (убытков)



## 6 Оценка рисков

В данном разделе проводится качественный анализ рисков проекта, и даются общие рекомендации относительно методов борьбы с ними.

Риски, связанные с реализацией настоящего проекта, можно разделить на несколько категорий.

### Неспецифические риски

К первой группе относятся неспецифические риски, т.е. прямо или косвенно угрожающие

практически любому проекту. В этой категории можно выделить макроэкономические риски (ухудшение экономической ситуации в стране, колебания курсов валют и т.д.), административные риски (изменения правил согласования, налогового законодательства и пр.), а также возникновение форс-мажорных обстоятельств. Подробно рассматривать данную группу рисков не имеет смысла, поскольку снизить их вероятность практически невозможно.

Основным методом борьбы с неспецифическими рисками является страхование проекта. Кроме того, частичной защитой от угроз данной категории будет являться гибкость и мобильность компании, позволяющие быстро реагировать на изменения и оперативно перестраиваться.

### Организационные риски

Среди рисков второй группы можно выделить следующие:

№	Описание	Степень угрозы	Методы борьбы
Увеличение сроков реализации проекта по организационным причинам			
х	По плану на организацию отводится х,х года, однако существует вероятность того, что этот срок придется увеличить. Поскольку некоторые риски проекта демонстрируют положительную зависимость от времени, данная угроза требует особого внимания, т.к. затягивание сроков реализации проекта увеличивает другие риски (например, маркетинговые).	Вероятность данного риска находится в прямой зависимости от организационных усилий по реализации проекта.	Минимизировать данную угрозу можно путем разработки подробного календарного плана и строгого следования правилам проджект-менеджмента.
Нарушение договоренностей со стороны внешних участников проекта			
х	К данной группе относятся такие риски, как изменение условий, стоимости и сроков поставок сырья и материалов.	Вероятность нарушения договоренностей со стороны внешних участников проекта существует.	Для минимизации данных угроз необходимо четко прописывать обязательства сторон и юридически оформлять все договоренности.

### Маркетинговые риски

К третьей категории относятся маркетинговые риски, связанные с возможным негативным влиянием рыночного окружения и концептуальными маркетинговыми просчетами проекта.

Среди маркетинговых рисков можно выделить следующие:

№	Описание	Степень угрозы	Методы борьбы
Риски, связанные с действиями конкурентов			
Расчет показателей проекта проводился исходя из допущения, что конкурентная ситуация в ближайшее время принципиально не изменится. Если же действия конкурентов будут активными, это может негативно отразиться на перспективах проекта.			

x	Выход на рынок новых игроков.	Вероятность данного риска существует, поскольку благоприятная рыночная конъюнктура будет привлекать на рынок новых игроков. Сдерживающим фактором является высокая инвестиционная стоимость и административные барьеры.	Риск оценивается как незначительный, поскольку компания уже длительный срок работает на рынке, бренд успел зарекомендовать себя у покупателей.
<p>Переоценка Плана продаж</p> <p>Финансовые показатели проекта довольно сильно зависят от сроков и объемов реализации. К невыполнению плана продаж может привести переоценка востребованности товаров на рынке, пробелы в маркетинге.</p>			
x	Переоценка спроса	Вероятность низка, поскольку план продаж был построен на основании предварительно проведенных маркетинговых исследований.	Снизить последствия переоценки спроса можно с помощью налаживания эффективных каналов продаж, проведения продуманной маркетинговой стратегии.
x	Неэффективность программы продвижения	Вероятность этого риска низка, поскольку заниматься продвижением продукции будут менеджеры, имеющие большой опыт работы на рынке.	Основным методом снижения данного риска является проведение дополнительных маркетинговых исследований и привлечение к проекту опытных специалистов для разработки и реализации маркетинговых мероприятий.

Из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод: риски, связанные с реализацией проекта, не существенные, и большинство из них можно минимизировать с помощью грамотного управления.

## 7 Оценка экономической эффективности

### 7.1 Показатели инвестиционной привлекательности

#### 7.1.1 Обоснование ставки дисконтирования

Ставка дисконтирования (%) – ставка сравнения (норма дисконта), по которой производится дисконтирование денежных потоков. Соответствует процентной ставке, отражающей альтернативную доходность, или стоимость капитала. Дисконтирование – операция расчета современной ценности денежных сумм, относящихся к будущим периодам времени.

Ставка дисконтирования в настоящем проекте рассчитывалась на основании принятой методики – средневзвешенной стоимости капитала.

Таблица 7-1. Структура финансирования проекта и ставка дисконтирования

№	Показатель	Сумма	Доходность, %
№	х	х	х
х	Банковское финансирование	xxx xxx xxx	xx.xx%
х	Собственные средства компании	xxx xxx xxx	xx.xx%
х	Общая сумма финансирования:	xxx xxx xxx	
х	Ставка дисконтирования	xx.xx%	(номинальное значение, для расчета с учетом инфляции)

Формула расчета:

*Ставка дисконтирования = (стр.хгр.х\*стр.х гр.х+стр.х гр.х\*стр.х гр.х) /стр.х гр.х*

*Ставка дисконтирования=((xxx xxx xxx \*xx,xx%+xxx xxx xxx\*xx,xx%)/xxx  
xxx xxx)\*xxx% =((xx xxx xxx+xx xxx xxx)/xxx xxx xxx)\*xxx% = xx,xx%*

Стоимость банковского финансирования определялась на основании следующих принципов:

- В качестве стоимости банковского финансирования указывается предполагаемая ставка по кредиту, который будет получен для реализации проекта. Поскольку в рамках рассматриваемого проекта ставка отличается по годам, средняя процентная ставка за период определялась по формуле:

*Сумма выплаченных процентов за весь период/сумма выплаченного кредита.*

Данная модель расчета ставки предполагает, что кредиты будут учтены в денежных потоках проекта, поэтому в ставке дисконтирования не выполняется никаких корректировок, связанных с налоговыми выгодами от учета процентов по

кредитам (эти выгоды напрямую отражены в денежных потоках).

- Расчет стоимости собственных средств компании представлен в таблице.

**Таблица 7-2. Расчет стоимости собственных средств компании**

Показатели	Значения
Собственный капитал в балансе компании	xxx xxx xxx
Заемный капитал в балансе компании	xxx xxx xxx
Целевое значение ROE	xx%
Средневзвешенная процентная ставка по займам	xx%
Ставка налога на прибыль	xx%
WACC компании	xx.x%
<b>Рисковые премии в зависимости от категории проекта:</b>	
х. вложения при интенсификации производства на базе освоенной техники	x%
х. увеличение объема продаж существующей продукции	x%
х. производство и продвижение на рынок нового продукта	xx%
х. вложения в исследования и инновации	xx%
Рисковая премия для проекта	x%
<b>Итоговое значение</b>	<b>xx.x%</b>

Таким образом, размер ставки дисконтирования, принятой в расчетах проекта, составил xx,x%.



### 7.1.2 Показатели финансовой эффективности

При ставке дисконтирования  $xx, x\%$ , чистый дисконтированный доход достигнет уровня  $xx$  млн. руб.

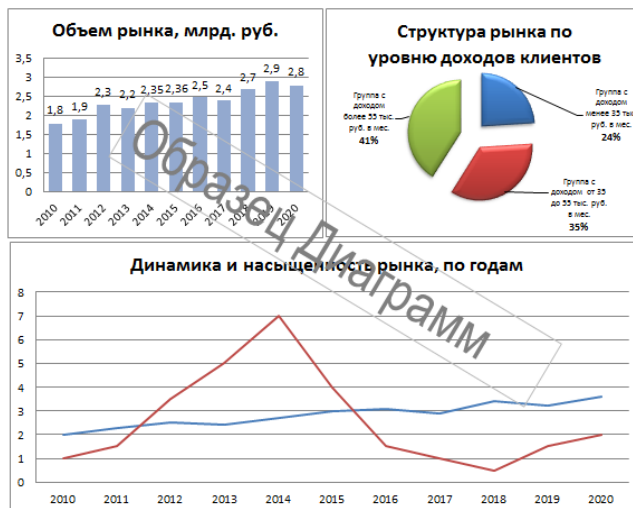
Внутренняя норма доходности составит  $xx\%$  в год.

Таблица 7-3. Инвестиционные показатели

Показатели	Значения
ВНД, % в год.	$xx, x\%$
Объем инвестиций, тыс. руб.	$xx\ xxx\ xxx$
Чистый Дисконтированный Доход	$xx\ xxx\ xxx$
Инвестиционный период, мес.	$xx$
Срок окупаемости, кв.	$xx, x$
Срок окупаемости, лет	$x, x$
Индекс доходности за период прогноза	$xxx\%$

Простой срок окупаемости составит  $x, x$  года.

Диаграмма 7-1. Дисконтированный денежный поток, руб.



## 8 Заключение по инвестиционной привлекательности проекта

### 8.1 Сводные показатели эффективности

Расчетный период проекта – х лет.

Экономическая эффективность проекта рассчитывалась при условии ставки дисконтирования – хх,х%.

Сводные показатели эффективности проекта представлены в таблице.

Таблица 8-1. Сводные показатели эффективности проекта

Показатели продаж:	Значения
Точка безубыточности, %	хх.хх%
Точка безубыточности, продаж в год	х ххх ххх
<b>Показатели рентабельности:</b>	
Рентабельность продаж	хх%
<b>Показатели основной деятельности</b>	
Объем продаж, в квартал	хх ххх ххх
Объем текущих расходов, в квартал	хх ххх ххх
Чистая прибыль, в квартал	хх ххх ххх
Денежный поток, в квартал	хх ххх ххх
<b>Инвестиционные показатели</b>	
ВНД, % в год.	хх.х%
Объем инвестиций, тыс. руб.	хх ххх ххх
Чистый Дисконтированный Доход	хх ххх ххх
Инвестиционный период, кварталов	хх
Срок окупаемости, кварталов	хх.х
Срок окупаемости, лет	х.х
Индекс доходности за период прогноза	ххх%

За прогнозный период накопленная чистая прибыль составит ххх млн. руб., накопленный поток денежных средств – хх,х млн. руб. Подробные расчеты представлены в финансовой модели.

### 8.2 Заключение об инвестиционной привлекательности проекта

Анализ финансовых прогнозов свидетельствует о высокой инвестиционной привлекательности проекта:

- Высокий уровень продаж - хх млн. руб. в квартал.
- Высокий уровень доходности, что влечет за собой высокий уровень чистой прибыли – хх,х млн. руб. в квартал.
- Низкий уровень чувствительности – точка безубыточности продаж составляет хх% от планируемого объема продаж.
- Высокий уровень внутренней нормы доходности – хх% в год.

Совокупность приведенных показателей свидетельствует о перспективности рассматриваемого проекта.