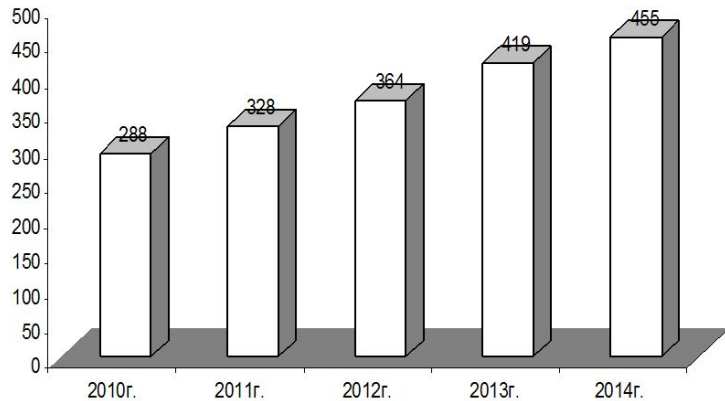


**Создание и управление  
деятельностью предприятия  
по производству  
оборудования для  
пчеловодов**

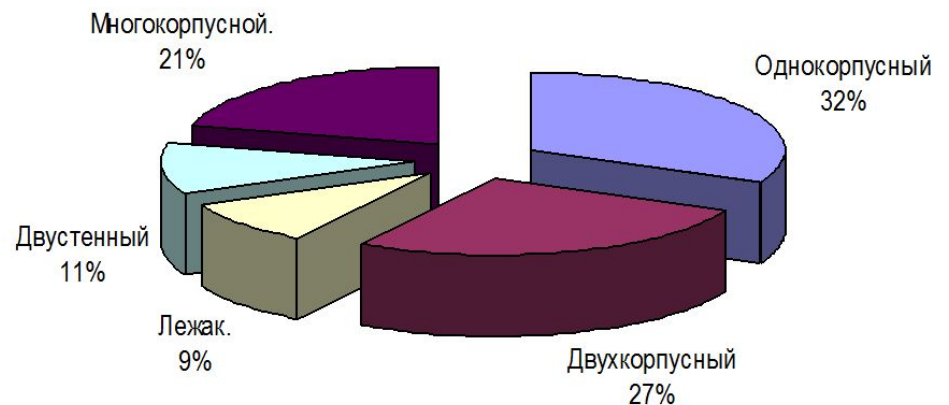
Автор: студ. гр. 11ЗЭМ51 Харитоновна Александра Петровна

Руководитель: к.э.н., доцент Куликова Т.А.

# Анализ рынка ульев в Пензенской области

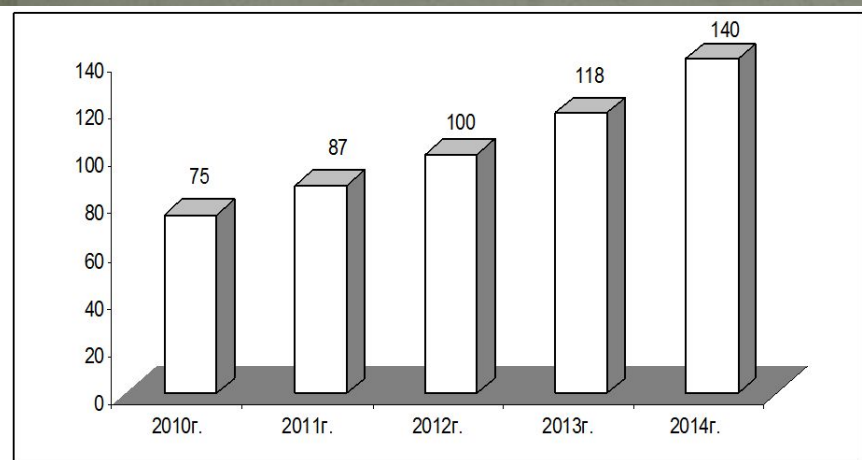


Динамика рынка ульев в Пензенской области, тыс. долл. США

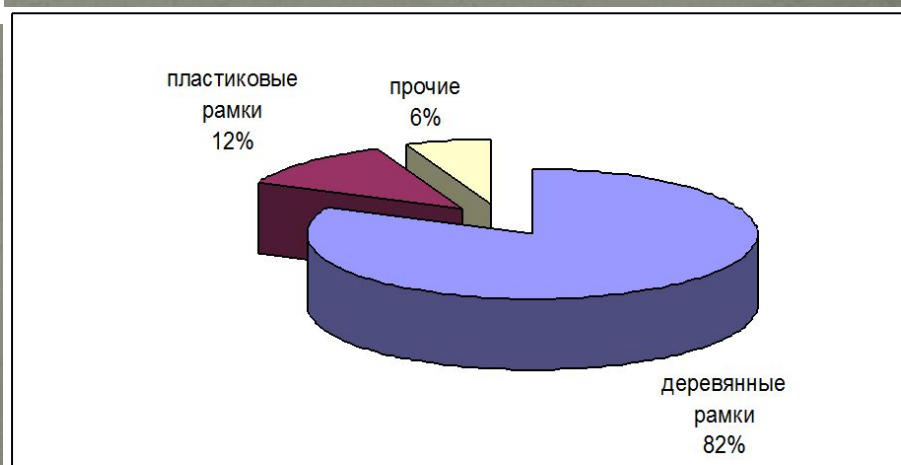


Структура рынка ульев в 2014 году, %

# Анализ рынка рамок для ульев в Пензенской области



Динамика рынка рамок для ульев в Пензенской области, тыс. долл.

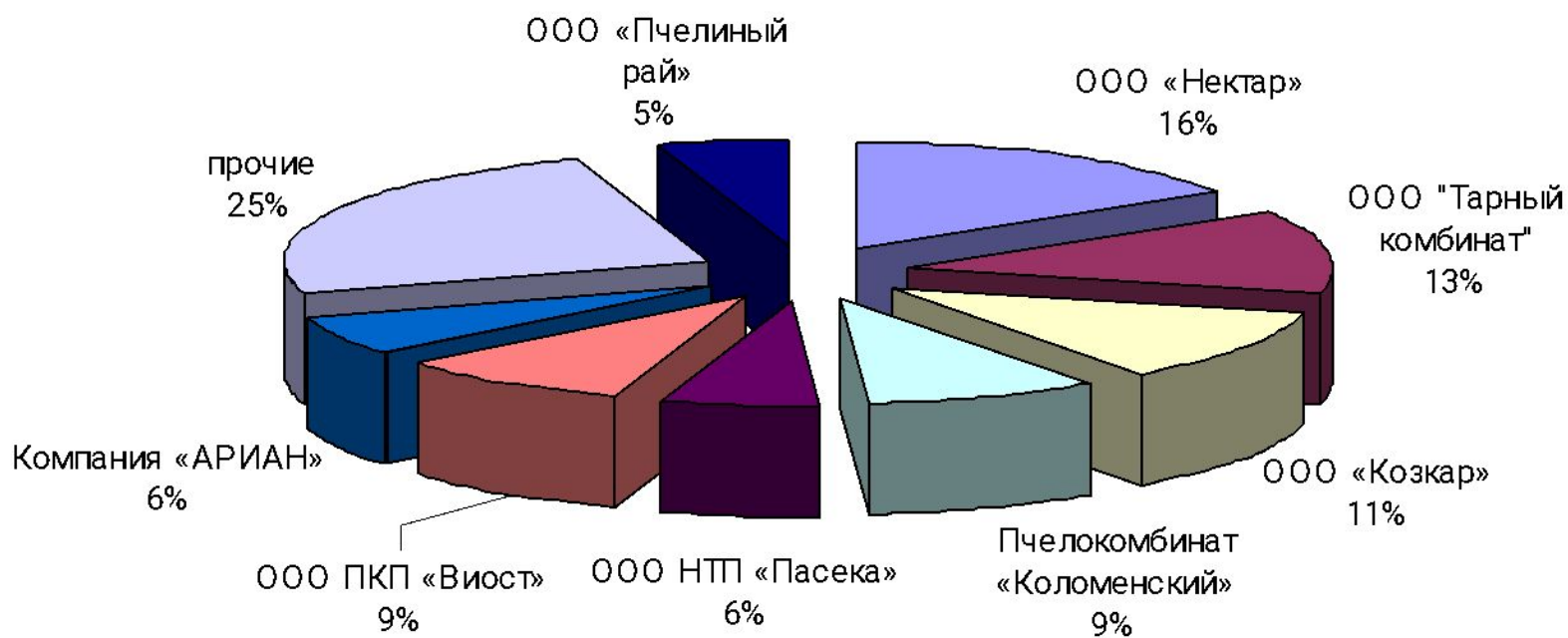


Структура рынка рамок для ульев по видам используемых материалов, %

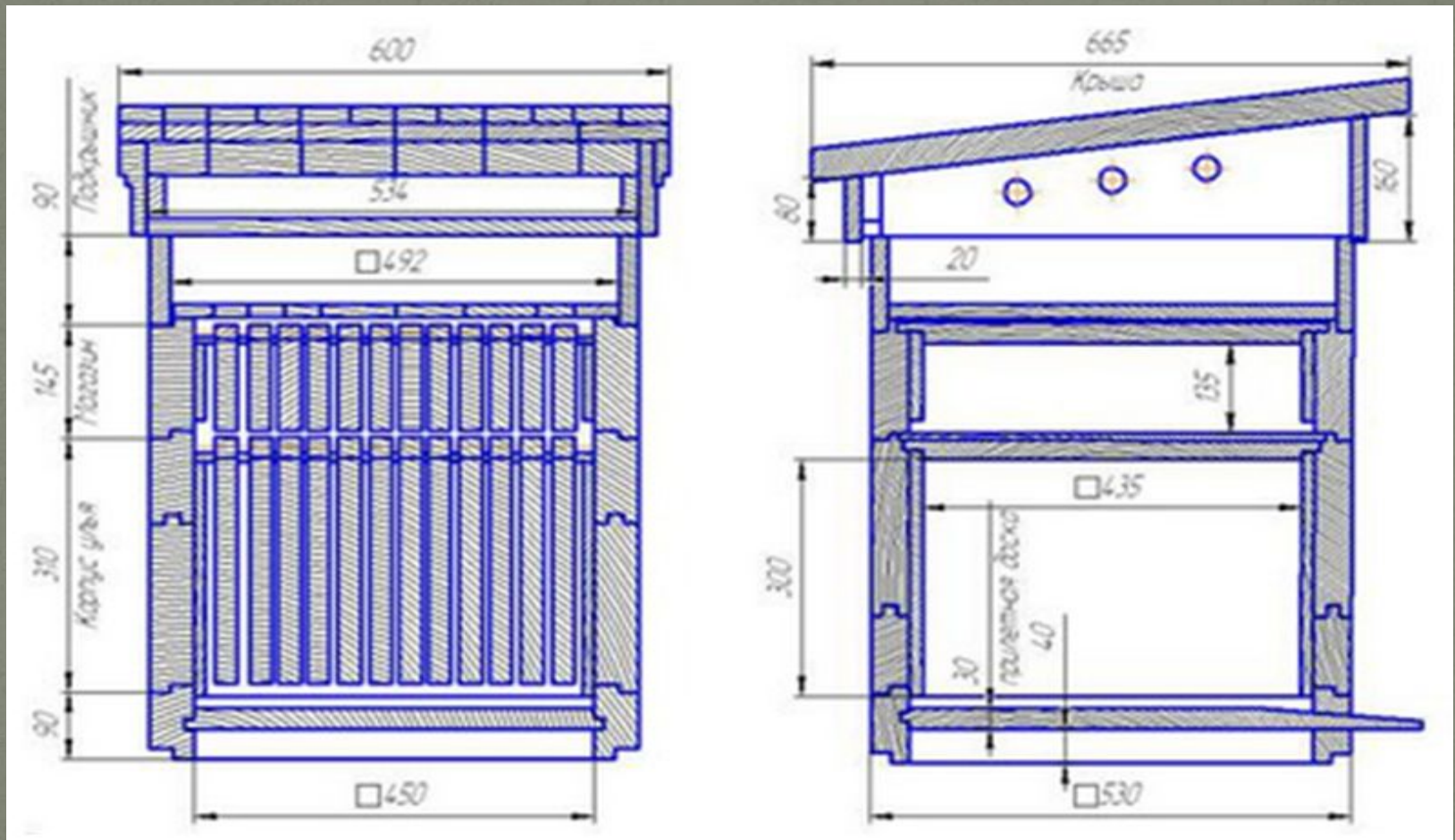
# Основные характеристики целевого сегмента

Характеристики	Значение
Отрасль	Сельское хозяйство (пчеловодство)
Размеры предприятий	Малые (КФХ, ЛПХ)
По цели	Осуществление производства продукции пчеловодства
Географическое положение	Пензенская область

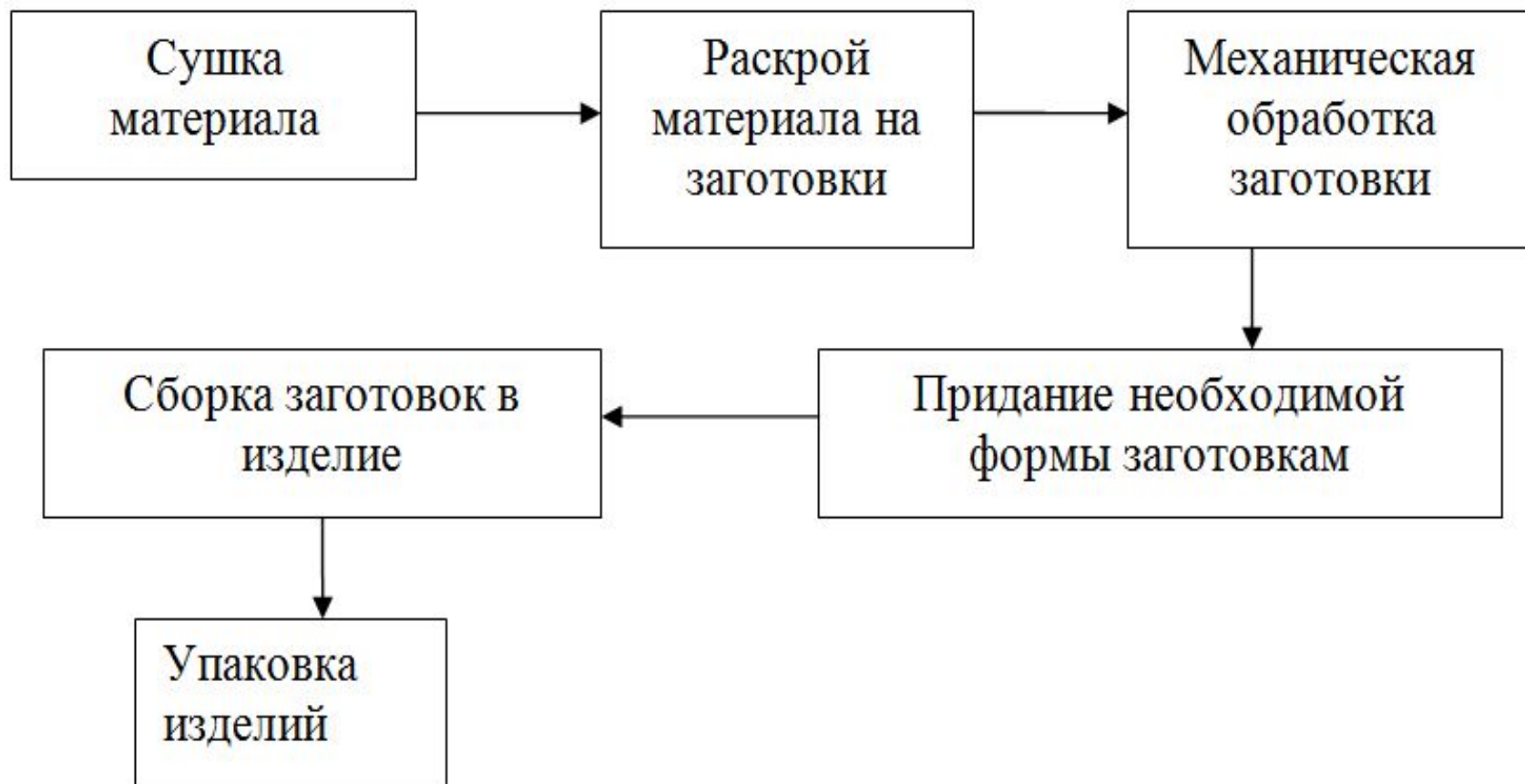
# Предполагаемая доля ООО «Пчелиный рай» на рынке ульев и рамок Пензенской области, %



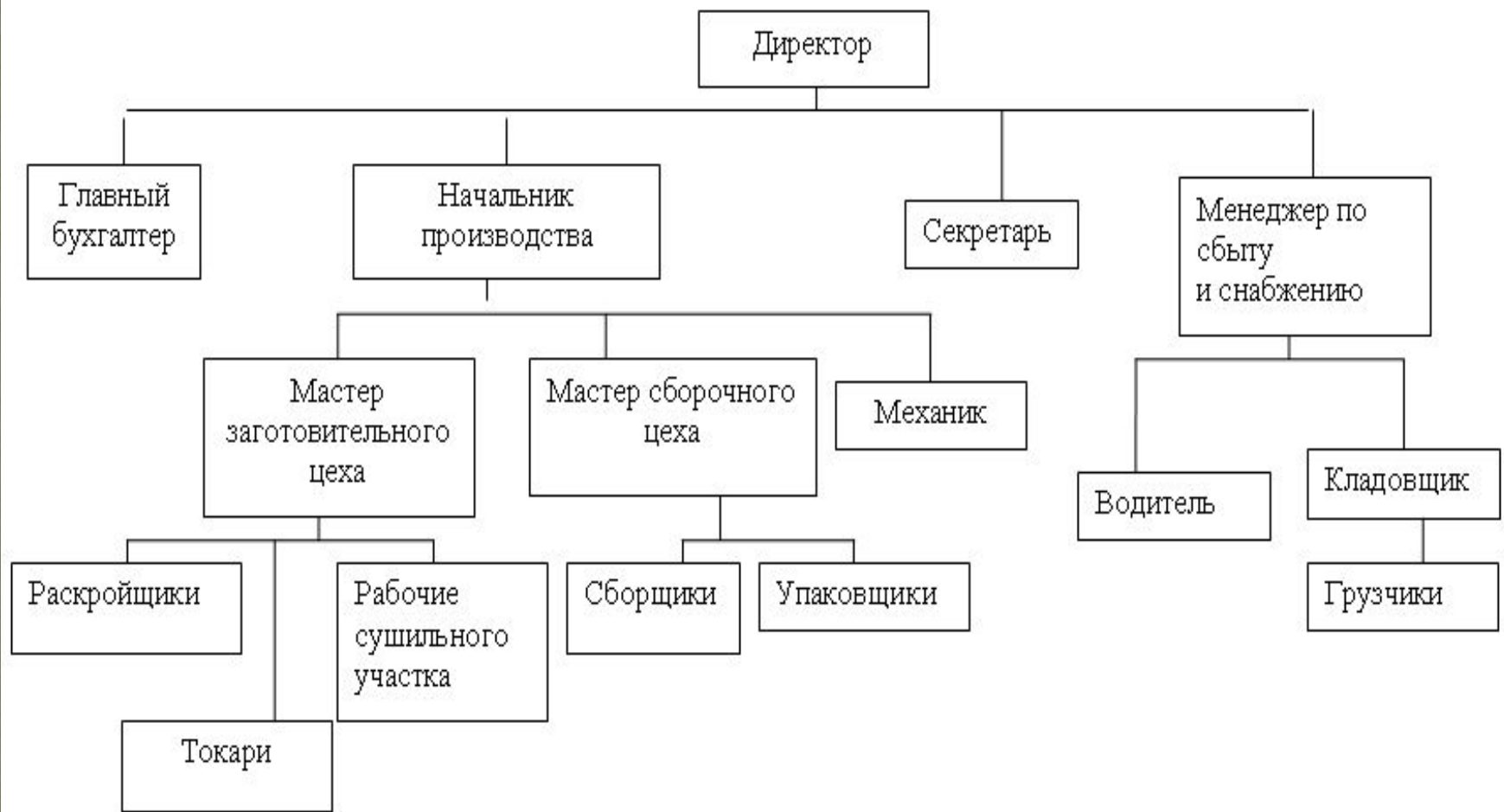
# Чертеж однокорпусного улья



# Технологический процесс производства ульев и рамок



# Организационная структура управления ООО «Пчелиный рай»





## Миссия ООО «Пчелиный рай»

- *«Мы обеспечиваем пчеловодов высококачественными материалами, позволяющими производить отменную пчеловодческую продукцию»*

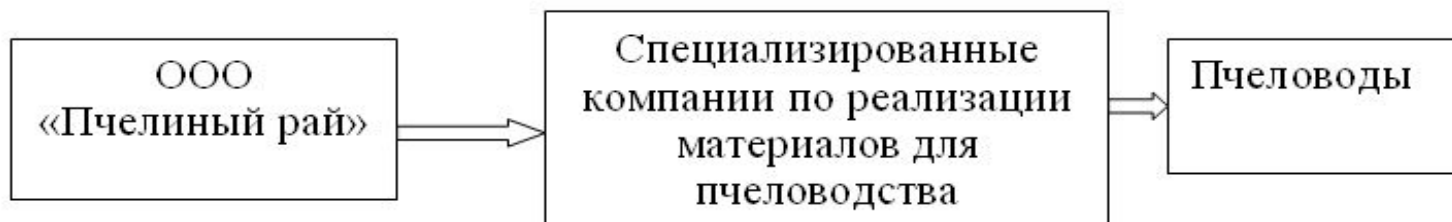
# SWOT-анализ ООО «Пчелиный рай»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Современные технологии производства ульев и рамок.</li><li>2. Наличие современного технологического оборудования.</li><li>3. Высококвалифицированный персонал.</li><li>4. Высокое качество продукции при цене ниже, чем у конкурентов.</li><li>5. Наличие возможностей выполнения индивидуальных потребностей заказчика.</li><li>6. Применение в управлении информационных технологий</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Нестабильность отношений с поставщиками пиломатериалов.</li><li>2. Менее развитая система продвижения продукции в силу недостаточности финансовых ресурсов.</li><li>3. Нехватка ресурсов для осуществления долгосрочной маркетинговой стратегии.</li><li>4. Отсутствие возможности на первоначальном этапе предоставления продукции потребителям с отсрочкой платежа.</li></ol>
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокий потенциал рынка, обусловленный ростом отрасли пчеловодства.</li><li>2. Региональные и федеральные программы поддержки малого предпринимательства.</li><li>3. Поддержка со стороны государства предприятий агропромышленного комплекса приведет к росту емкости рынка.</li><li>4. Наличие доступных информационных технологий управления.</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Невысокие барьеры входа в отрасль обуславливают возможность появления новых конкурентов.</li><li>2. Возможность изменения потребительских предпочтений.</li><li>3. Низкая инвестиционная привлекательность региона создает проблемы с привлечением инвесторов.</li><li>4. Рост цен на сырье, материалы и энергоресурсы.</li></ol>

# Эмблема компании и каналы распределения продукции



Канал распределения продукции нулевого уровня



Одноуровневый канал распределения продукции

# План формирования финансовых результатов ООО «Пчелиный рай», руб.

Показатели	3-12.2017	2018 год	2019 год	2020 год	2021 год	1-6.2022
Валовой объем продаж	7 514 762	38 858 462	43 271 051	47 615 284	52 071 202	27 587 696
Потери	387 241	2 002 406	2 229 790	2 453 652	2 683 269	1 421 615
Чистый объем продаж	7 127 520	36 856 055	41 041 261	45 161 632	49 387 933	26 166 081
Материалы и комплектующие	2 790 849	14 431 342	16 070 100	17 683 471	19 338 319	10 245 580
Суммарные прямые издержки	2 790 849	14 431 342	16 070 100	17 683 471	19 338 319	10 245 580
Валовая прибыль	4 336 671	22 424 713	24 971 161	27 478 161	30 049 613	15 920 501
Налог на имущество	51 515	71 357	58 016	44 675	31 334	10 664
Административные издержки	23 651	122 300	136 187	149 860	163 884	86 827
Производственные издержки	709 538	3 668 985	4 085 619	4 495 798	4 916 522	2 604 809
Маркетинговые издержки	318 422	1 646 545	1 833 519	2 017 597	2 206 407	1 168 970
Зарплата административного персонала	1 112 885	2 895 451	3 224 246	3 547 946	3 879 969	2 055 635
Зарплата производственного персонала	2 802 335	6 876 697	7 657 583	8 426 372	9 214 926	4 882 134
Зарплата маркетингового персонала	646 864	1 682 981	1 874 093	2 062 244	2 255 232	1 194 838
Суммарные постоянные издержки	5 613 695	16 892 959	18 811 246	20 699 817	22 636 940	11 993 213
Амортизация	308 840	606 398	606 410	606 410	606 410	303 205
Проценты по кредитам	524 526	588 412	402 051	260 388	118 724	7 294
Суммарные непроизводственные издержки	833 366	1 194 810	1 008 462	866 798	725 135	310 499
Другие издержки	1 436 636	2 600 000	1 405 000			
Убытки предыдущих периодов		3 598 541	1 932 954			
Налогооблагаемая прибыль	-3 598 541	-1 932 954	1 755 483	5 866 872	6 656 205	3 606 124
Налог на прибыль			351 097	1 173 374	1 331 241	721 225
<b>Чистая прибыль</b>	<b>-3 598 541</b>	<b>-1 932 954</b>	<b>1 404 386</b>	<b>4 693 497</b>	<b>5 324 964</b>	<b>2 884 899</b>

# Интегральные показатели

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования	10,00 %
Период окупаемости	39 мес
Дисконтированный период окупаемости	42 мес
Средняя норма рентабельности	48,59 %
Чистый приведенный доход	7 553 445
Индекс прибыльности	1,96
Внутренняя норма рентабельности	42,06 %
Модифицированная внутренняя норма рентабельности	22,66 %

Спасибо за внимание!