

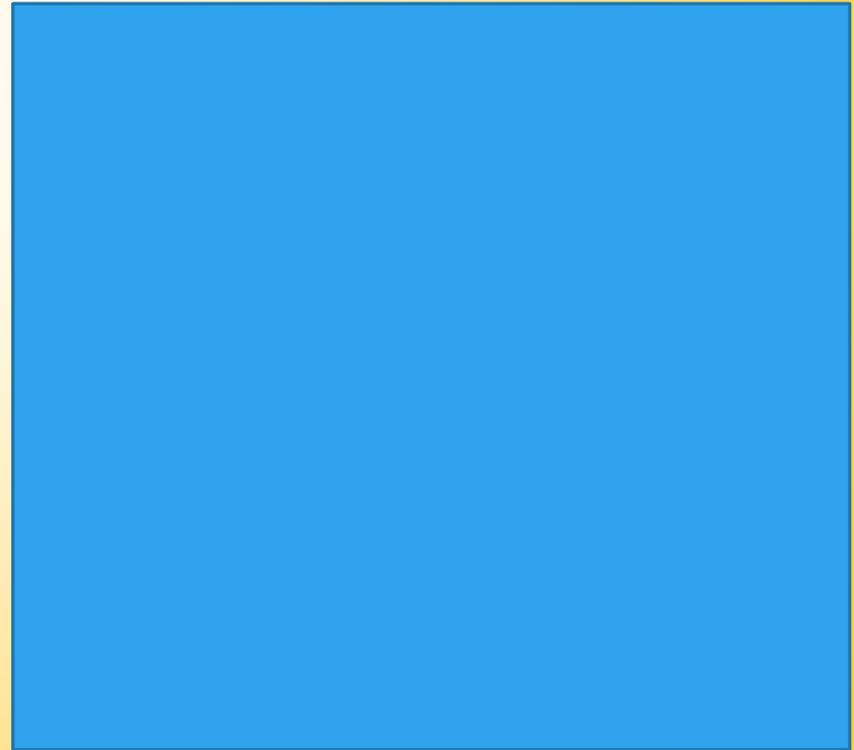
The background is a solid yellow color with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. The droplets have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance.

БИЗНЕС-ПЛАН ПО ПРОИЗВОДСТВУ МЁДА

ПРОЕКТ «БИЗНЕС-ПЛАН МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ» ПО
ЭКОНОМИКЕ

Содержание:

- Резюме
- Адрес фирмы
- Цель проекта
- Виды товаров
- Рынки сбыта
- Конкуренция
- План маркетинга
- План производства
- Организационный план
- Оценка риска
- Финансовый план
- Стратегия финансирования



**Логотип компании
ООО «Пчелиный дом»**

Резюме.

ООО «Пчелиный дом» будет производить цветочный и смешанный мед.

Цветочный мед — лакомство, которое содержит огромное количество полезных веществ в своем составе. Его называют одним из наиболее вкусных видов этого продукта.

Смешанный мед содержит в себе два первых вида – цветочный мед и падевый.

Весь произведённый мёд реализуется, как правило, самими пчеловодами в пластиковых контейнерах

-Низкая закупочная цена мёда от 300 рублей за 1 кг.

-Высокое качество и экологическая чистота продукта

Адрес фирмы.

Тверская обл., дер.,Рязаново, дом 9

Цель проекта:

Построение устойчивого, долгосрочного, прибыльного бизнеса - производящего сельскохозяйственную продукцию; обеспечение населения, в первую очередь, Тверской области, высококачественным, экологически чистым продуктом - медом.

1 уровень.

1. Получение прибыли

2. Обеспечение качества товаров

2 уровень.

1.1. Увеличение выручки

1.2. Снижение издержек

1.3. Реклама

2.1. Покупка продуктов у надёжных производителей

2.2. Использование качественного оборудования

3 уровень.

1.1.1. ценовая политика

1.1.2. гибкость подходов к клиентам

1.1.3. бесперебойность поставок

1.2.1. повышение производительности труда

1.2.2. сделать товар более качественным

1.3.1. В рекламе планируется делать упор на высокое качество продукта, выпускаемого новой организацией, сообщая при этом контактный телефон и адрес производителя.

Виды товаров. Смешанный и цветочный мёд

Цена: 1 кг. – 360 р.

Биологическая ценность
натурального меда
характеризуется его
питательными,
бактерицидными,
консервирующими,
противовоспалительными,
болеутоляющими свойствами.



Затраты на производство.

- Пластиковые контейнеры – 960 уп. = 9 555 р.
- Печать этикеток – 960 шт. = 480 р.
- Ульи – 16 штук = 30 000 р.
- Инструмент и экипировка – 2 комплекта = 4 600 р.
- Пчелосемьи – 8 штук = 40 000 р.
- Накладные расходы = 2 000 р.

Итого: Стартовые затраты = 86 635 р.

Ежегодные затраты = 12 035 р.

Рынки сбыта.

На каких рынках будет действовать компания:

- Рынок свободной конкуренции
- Рынок товаров и услуг
- Местный рынок
- Рынок мёда

Что влияет на спрос:

- Изменение дохода покупателей
- Количество покупателей на рынке
- Качество продукции

Оценка потенциальной ёмкости рынка:

- 173 789 кг. = 112 962 850 р.

Конкуренция.

Крупнейшие компании-конкуренты:

- ООО «Пчеловодство»

Как обстоят дела у конкурентов:

- У них низкие цены, многие детали изготавливаются самостоятельно, собственная пасека, цена на товар 400 р/кг

Предмет наиболее жёсткой конкуренции:

- Цена
- Качество

План маркетинга.

Цели маркетинга:

- Цель стратегического маркетинга — разработать программу действий, благодаря которым бизнес впоследствии получит прибыль, поддержку инвесторов и партнеров, преимущество перед конкурентами.

Установление цены на основе уровня текущих цен:

- Назначая цену с учетом уровня текущих цен, фирма в основном отталкивается от цен конкурентов и меньше внимания обращает на показатели собственных издержек или спроса. Она может назначить цену на уровне, выше или ниже уровня цен своих основных конкурентов.

Схема распространения товаров:

- В розницу
- По телефону
- Продажа фирмам и организациям
- Сезонная торговля в весенне-летний период

Методы стимулирования продаж:

- Организация дегустаций
- Непосредственное снижение цен
- Построение такой схемы продаж, которая позволила бы сократить время при принятии решения о приобретении товара
- Реклама

Насколько цены отражают спрос и конкурентоспособность:

- Т.к. цены приемлемы для потребителя, то товар пользуется большим спросом и является конкурентоспособным

Целями маркетинга являются:

- Продвижение товара на рынке
- Привлечение покупателей
- Исследование рынка

План производства.

Где будут изготавливаться товары:

- На участке находящемся в нашей собственности
- В частном доме находящемся в нашей собственности

Место расположения:

- Тверская область, дер. Рязаново, д. 9

Где закупаются материалы:

- Магазин пчеловодства «БИРУКОМ»

Издержки: 86 635 р.

Организационный план.

Схема управления:

- В управлении фирмы участвуют 4 человека, между которыми делится прибыль. Наемных работников фирма не имеет.

Состав подразделения и их функции:

- 2 человека занимаются сборкой мёда, 2 человека занимаются упаковкой собранного продукта

Оценка риска.

Перечень возможных рисков:

- Пожар
- Ограбление
- Инфляция
- Задержка оплаты за поставленный товар
- Неустойчивость спроса на продукцию

Меры по предупреждению и уменьшению рисков:

- Заключение долгосрочных контрактов на реализацию готовой продукции
- Использование механизмов страхования рисков

Финансовый план.

- Объём продаж за год составит 960 кг.
- Выручка: 345 600 р.
- **Издержки:**
 - 1 год – 190 635 р. (104 000р. кредит с %)
 - 2 год – 12 035 р.
- **Прибыль:**
 - 1 год – 154 965 р.
 - 2 год – 333 565 р.

В последующие года планируется увеличение объёма продаж и увеличение выручки

Стратегия финансирования.

Сколько нужно средств для реализации проекта: 86 635 р.

Где можно получить средства:

- Кредит на сумму 86 635 р., а с процентами 104 000 р.

Когда ожидать возврата средств:

- Кредит будет оплачен в течении 1 года