



**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

1. КОРОТКИЙ ОПИС ПРОЕКТУ

Назва проекту	Медовий край
Повна назва Грантера	
Джерела фінансування проекту	Власні кошти, грант.
Загальна вартість проекту, грн.	54808
Сума гранту від МХП, грн.	40000
Розташування проекту	
Комерційна мета проекту	Виробляти і реалізовувати якісні продукти бджільництва забезпечуючи продовольчу безпеку регіону. Задовільняти потреби покупців та отримувати прибуток.
Соціальна мета проекту	Популяризація вживання продуктів бджільництва, які є природними ліками та джерелом вітамінів і корисних мікро та макро елементів.
Обґрунтування ринкових можливостей проекту	Проект матиме сенс адже набирає обертів мода на здорове харчування і здоровий спосіб життя, а продукти бджільництва є неодмінною складовою здорового харчування. Великі гравці на ринку орієнтовані на експорт а в менших є проблеми із якістю продукції багато хто з них не дбає про якість товару. Також на ринку багато китайського меду - схожого на мед, що не задовольняє потреби споживачів. Саме тому якісна продукція буде користуватися попитом серед споживачів і задовольняти їхні потреби.
Фінансові результати проекту	Виручка за рік _____ 72960грн. Сукупні витрати за рік _____ 54808грн. Чистий прибуток за рік _____ 28860грн. Термін окупності проекту _____ 23міс. Рентабельність проекту _____ 65% Витрати на соціальні цілі _____ грн.
Висновок	Зробіть короткий висновок про економічну успішність вашого проекту та його життєздатність в довготривалій перспективі.

Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”

II. ДІЯЛЬНІСТЬ ГРАНТЕРА

2.1. Загальний опис діяльності.

2.1.5 Етапи діяльності:

- I. Етап. - закупівля обладнання (вуликів).
- II. Етап. - закупівля бджолосімей.
- III. Етап. - догляд за бджолосім'ями
- IV. Етап. - викачування меду, збір пилку.
- V. Етап. - реалізація продукції

2.2. Дійсна пропозиція продукції і позиція на ринку.

- Мед, пилкок.
- Дані продукти, при систематичному вживанні задовольняють ряд потреб споживачів по перше це потреба в якісних солодощах, по друге це потреба в вітамінах і мінералах і по третє народні ліки.
- Дані товари будуть відрізнятися насамперед якістю, на кожен партію товару буде виписуватись ветеринарне свідоцтво, що посвідчує якість продукту та його склад.
- Головними споживачами продуктів буде населення України, яке стежить за своїм здоров'ям, полюбає солодощі та споживає натуральні продукти.
- Ринок не є монопольним, але високоякісного товару обмаль.

2.3. Збут, маркетинг і поширення товару/ послуги.

2.3.1 Щоб краще споживач ідентифікував мій товар на ринку я планую застосувати ряд маркетингових зусиль. Так як я буду здійснювати роздрібну торгівлю продуктами бджільництва то насамперед це будуть прямі продажі на ринку, або на пасіці де споживач краще ознайомиться з процесом створення товару, та його якісними характеристиками, і в процесі спілкування можна буде дізнатись побажання та відгуки покупця стосовно товару. У наш час в магазинах на ринках продається багато «неякісної їжі» (той самий мед легко підробити згодувавши бджолам цукровий сироп) з мінімальними корисними показниками і тому покупці мають потребу в якісних товарах.

2.3.2 Товари будуть продаватися на ринках та безпосередньо на пасіці. Для того щоб покупці краще ознайомились з асортиментом, цінами, місцезнаходженням пасіки будуть використовуватись різні канали інформації а саме газета, інтернет, радіо. Двічі на місяць буде використовуватись радіо, газета раз в місяць і інтернет постійно.

2.3.3 Так як оголошення про товар будуть знаходитись в інтернеті то покупець, якщо він мешкає далеко зможе замовити доставку товару через пошту. Весь ринок перемістився в інтернет але є категорія людей, яка віддає перевагу ринку «базару», що також буде використано при продажі, тобто ринок це місце зустрічі покупця і

Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”
продавця і я не бачу проблем якщо покупець зателефонує чи при зустрічі замовить товар.

2.4. Інфраструктура бізнесу.

2.4.1 Земельна ділянка знаходиться в с. Бортники на якій розташована пасіка з 10 бджолосімей.

Для розширення пасіки планую закупити 20 вуликів та 15 бджолопакетів.

Таблиця 1

№	Назва, кількість та ціна обладнання/ поголів`я тварин/саджанці	Призначення	Сума, грн.
1	Вулик	Для утримання бджолосімей	20000
2	Бджолопакет	Для отримання продуктів бджільництва	15000
3	Вощина, рамки	Для розширення гнізд бджолосімей	3500

Для легалізації пасіки потрібно отримати паспорт пасіки. Для цього необхідно звернутися до представника ветеринарної служби.

2.4.2 Так як місце розташування пасіки в с. Бортники а торгівля здійснюватиметься на ринках.

Для залучення нових клієнтів планується участь у ярмарках та виставках де є багато потенційних покупців.

2.4.3 Процес виробництва проходить кілька етапів, закупка ресурсів проходить в інтернет магазинах потім доставляється на пасіку де використовується за призначенням якщо це вощина вона підставляється у вулики. Виробничий процес здійснюється на пасіці.

2.5. Висновок.

2.5.1 Так як я займаюсь бджільництвом 6 років. Знаю як виробляти товар і як продавати, адже за освітою маркетолог. Постійний моніторинг ринку дозволяє володіти інформацією необхідною для продажів. А висока якість забезпечить попит на товар.

2.5.2 Слабкі сторони це погода і розвиток бджолосімей. Якщо погода буде холодною або занадто жаркою відповідно буде менше виробництво меду. В такому разі я планую збільшити виробництво пилку і воску, тобто перекрити за рахунок їх виробництва недобраний мед. Якщо буде слабкий розвиток бджолосімей внаслідок поганої зими або хвороб, то потрібно буде пролікувати, або підсилити додатковими рамками бджолосім'ї.



**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

III. РИНОК

3.1. Загальне визначення і ємність ринку.

3.1.1 Товар може бути реалізований по всій території країни адже оголошення в інтернеті ознайомлять з товаром велику аудиторію покупців. Я вважаю що клієнти, які купуватимуть товар дуже різні як кажуть від малого до великого адже товар є універсальним і зможе задовільнити потреби як дорослих споживачів так і молодих, як з великим достатком так і невеликим достатком. Покупцям важливо аби товар був

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

якісним і не дорогим, саме тому будуть робитися лабораторні дослідження партії товару для визначення якісних характеристик і демонструватися споживачам а ціна буде в середньому діапазоні, щоб забезпечити великий попит на товар.

Для залучення клієнтів буду використовувати дигустації під час продажу, яка не зобов'язує до купівлі.

3.1.2 Продукцією бджільництва торгують з часів Київської Русі, саме завдяки цій продукції наших пращурів знали у Європі. Але часи змінюються а товар залишився майже без змін. Ринок загалом розвивається але виробники та продавці орієнтуються на експорт так як продукція користується попитом за кордоном за рахунок низької ціни. Недобросовісні продавці використовують антибіотики не попереджаючи покупців і тим самим приносять шкоду їхньому здоров'ю.

3.1.3 Потенційна ємкість ринку :

$$Є_{р.пот.} = 3000 \times 6 \times 0.8 \times 80 = 1152000$$

N – кількість населення/ сімей/ організацій (в залежності від виду діяльності) на даній території, осіб;

K₁, ... K_n – зменшуючі коефіцієнти, що характеризують споживачів даного товару (послуги);

Norm – норма споживання даного товару (послуги) на рік, одиниць;

P – ціна за одиницю, грн.

Визначте орієнтовну ємкість ринку через прогнозування продажу на 1 рік з урахуванням сезонності даного виду діяльності:

Таблиця 2

Показники	Місяці	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	За рік (Є підп.)
Продукт/ Мед														
Продано одиниць, шт.	-	-	-	-	-	300	200	200	200	-	-	-	-	
Ціна за од., грн.	-	-	-	-	-	80	80	80	80	-	-	-	-	
Обсяг продажу, грн.	-	-	-	-	-	24000	16000	16000	16000	0	-	-	-	72000
...														
Продукт/ Пилок														
Продано одиниць, шт.	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	-	-	-	
Ціна за од., грн.	-	-	-	-	160	160	160	160	160	160	-	-	-	
Обсяг продажу, грн.	-	-	-	-	160	160	160	160	160	160	-	-	-	960
Загальний обсяг продажу, грн.														72960

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

3.2. Середовище та тенденції ринку.

Купівельна спроможність дещо знизилась за рахунок інфляції і клієнти менше купують непотрібних, неякісних товарів, попит на продукти бджільництва постійно високий. Багато товарів сумнівної якості і походження. Ціни на мед різняться в залежності від сорту. Тобто весняний мед користується більшим попитом. Великими покупцями є фірми оптовики, які скуповують мед за кордон, але ціни диктують вони.

Таблиця 3

№	Чинники	Вплив (конкретизувати)
1.	Невеликі пасіки	Незначний вплив, адже вони не несуть відповідальності за якість товарів
2	Великі пасіки	Незначний, орієнтовані на експорт

Аналіз конкурента, пасічника, який реалізовує товар на ринку

Таблиця 4

№	Елементи комплексу маркетингу	Моя діяльність	Діяльність конкурента
1.	Товар	Мед	Мед
2.	Ціна	80	100
3.	Канали руху товарів (послуг)	Ринок, інтернет	Ринок
4.	Просування товару (послуги)	Інтернет, оголошення	-
5.	Конкурентна перевага	Якісний товар	Велика клієнтська база

3.3. Можливості і загрози ринку.

3.3.1 На даний момент найкраще виходити, на ринок адже великі гравці(пасіки) орієнтовані на експорт, тому внутрішній ринок наповнюється за рахунок імпорту з Китаю та невеликих пасік, котрі мають товар не найкращої якості, не роблять аналізів, та не дотримуються технологій виробництва, лікують бджіл антибіотиками, а потім реалізують продукти на ринках загрожуючи здоров'ю покупців.

3.3.2 I. Малий попит. Можна стимулювати, за допомогою різних заходів як от наприклад презентацій, акцій, пропаганди здорового харчування.

II. Велика конкуренція. Позиціонувати власні продукти як якісні демонструючи підтверджуючі документи таким чином формувати позитивний імідж продуктів і завоюючи довіру покупців.



**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

IV. ПРОЕКТ

4.1. Опис і логічне обґрунтування проекту.

Виробляти і реалізовувати якісні продукти бджільництва забезпечуючи продовольчу безпеку регіону. Розведення бджіл, бджільництво, виробництво, реалізація продуктів бджільництва.

1) Комерційна ідея проекту

Виробляти і реалізовувати якісні продукти бджільництва забезпечуючи продовольчу безпеку регіону. Задовільняти потреби покупців та отримувати прибуток.

1) Соціальна мета

Популяризація вживання продуктів бджільництва, які є природними ліками та джерелом вітамінів і корисних мікро та макро елементів. Організація та проведення дня меду де кожен може ознайомитися з корисними властивостями даних

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

продуктів.

Завдання та діяльність з реалізації соціальної ідеї:

4.2. Призначення та джерела фінансування проекту.

4.2.1 Вартість проекту.

Таблиця 5

№	Початкові витрати (можливі)	Сума, грн.
ОСНОВНІ ЗАСОБИ		
1.	Земля (вказіть характеристики)	
2.	Приміщення (вказіть характеристики) – купівля або будівництво	
3.	Ремонт приміщення (капітальний)	
4.	Поліпшення інфраструктури (проведення води, телефону, ін.)	
5.	Обладнання (вказіть: «згідно таблиці 1» та напишіть суму, вказану в ній)	35000
6.	Транспортні засоби (вказіть назву та кількість)	-
	ВСЬОГО ОСНОВНІ ЗАСОБИ	35000
ОБОРОТНІ ЗАСОБИ		
7.	Супутні реєстраційні процедури: нотаріус, банк. послуги, копіювання, ін.	1920
8.	Єдиний податок	3840
9.	Єдиний соціальний внесок	8448
10.	Страховання	-
11.	Зарплата найманого персоналу	-
12.	Закупка сировини/ товару/ ветеринарних препаратів/ агротехнічних препаратів/ мінеральних добрив	3500
13.	Транспортні витрати/ витрати на доставку товару/ сировини (км X витрати пального на 1 км X вартість пального) або (кільк. поїздок X на вартість поїздки)	
14.	Реклама	500
15.	Оренда приміщення/ місця на ринку	
16.	Зв`язок	
17.	Електроенергія	
18.	Дозволи та ліцензії	600
19.	Інше	
20.	Непередбачені витрати	1000
	ВСЬОГО ОБОРОТНІ ЗАСОБИ	19808
	ВАРТІСТЬ ПРОЕКТУ	54808

4.2.2 Джерела фінансування проекту.

Джерела фінансування проекту – 14808грн. власні кошти, грант 40000грн.

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

4.3 Прибутковість проекту.

4.3.1 Поточні витрати бізнесу.

Зробіть розподіл витрат на постійні-змінні та прямі-непрямі для вашого виду діяльності за допомогою таблиці 6 (поставте відповідні позначки).

Таблиця 6

№	Витрати	Прямі	Непрямі	Змінні	Постійні
1.	Супутні реєстраційні процедури: нотаріус, банк. послуги, копіювання, ін.				1920
2.	Єдиний податок			3840	
3.	Єдиний соціальний внесок				8448
4.	Страховання				
5.	Зарплата найманого персоналу				
6.	Закупка сировини/ товару/ ветеринарних препаратів/ агротехнічних препаратів/ мінеральних добрив	38500			
7.	Транспортні витрати				
8.	Реклама		500		
9.	Оренда приміщення/ місця на ринку				
10.	Зв`язок				
11.	Електроенергія				
12.	Дозволи та ліцензії	600			
13.	Інше				
14.	Непередбачені витрати		1000		
15.	Амортизація обладнання				

Планую працювати на спрощеній системі оподаткування 2 група єдиного податку
Для обслуговування рахунку в банку 160грн. в місяць $160 \cdot 12 = 1920$ грн.
Єдиний податок 640грн. в місяць $6 \text{ міс.} \cdot 640 \text{ грн} = 3840$ грн. Так як це сезонний бізнес.
Єдиний соц. внесок $12 \text{ міс.} \cdot 704 \text{ грн.} = 8448$ грн.
Розміщення оголошення в газеті 400 грн. на радіо 200грн.
Паспорт пасіки 260 грн. Лабораторні аналізи 340грн.
На випадок якщо захворіють бджоли і потрібно буде купувати ліки, або потрібно буде стимулювати розвиток бджолосімей цукровим сиропом 1000грн.

4.3.2 Звіт про плановані доходи.

Таблиця 7

Показн.	Місяці												За рік	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
ПРОДУКТ/ Мед														
Виручка 1						24000	16000	16000	16000					72000
Прямі витрати 1	35	38	60											42600

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

Показн.	Місяці	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	За рік
		00	50 0	0										
Витрата 1-1														
...														
Витрата 1-n														
Валовий прибуток 1														29400
ПРОДУКТ/ Пилок														
Виручка 2						16 0	16 0	16 0	16 0	16 0	16 0			960
Прямі витрати 2														
Витрата 2-1														
...														
Витрата 2-n														
Валовий прибуток 2														960
УЗАГАЛЬНЕНІ ПОКАЗНИКИ														
Виручка														72960
Прямі витрати														42600
Валовий прибуток														30360
Непрямі витрати														1500
Витрата 1														
...														
Витрата n														
Чистий прибуток														28860

4.3.3 Рентабельність проекту.

Рентабельність проекту, % = $28860 / 44100 * 100\% = 65.44$

4.3.4 Строк окупності проекту.

Строк окупності проекту, років = $(54808 / 28860) * 12 \text{ міс} = 22.8$

4.4. Розрахунок точки самоокупності.

Таблиця 8

№	Стаття	Сума
1.	Виручка за рік, грн.	72960
2.	Змінні витрати, за рік, грн.	3840
3.	Маржинальний прибуток за рік, грн. (поз. 1 – поз. 2)	69120
4.	Коефіцієнт маржинального прибутку (поз. 3 / поз. 1)	0.9474
5.	Постійні витрати за рік, грн.	10368

**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

№	Стаття	Сума
6.	Точка самокупності річна, грн. (поз. 5 / поз. 4)	10943.65

4.5. Ризик і проблеми, пов'язані з проектом.

4.5.1 Опишіть події, що можуть негативно вплинути на плановане здійснення проекту та як Ви плануєте зменшити їх вплив. Наприклад:

- знижується обсяг збуту (через непередбачене падіння ринкового попиту);
- знижуються ціни (через несподіване зниження цін головним конкурентом);
- витрати зростають швидше, ніж зростає рівень інфляції і ціни не можна підняти до такого ж рівня (скорочується прибутковість);

4.5.2 Опишіть події, що можуть позитивно вплинути на плановане здійснення проекту.

4.6. План здійснення.

Перша частина гранту необхідна в жовтні місяці так як попит на вулики нижчий в кінці сезону а відповідно і ціна нижча. Період здійснення проекту починаючи з жовтня 2017 по жовтень 2018 року.

Таблиця 9

<i>Назва і опис заходу</i>	<i>Міс. 09</i>	<i>Міс. 10</i>	<i>Міс. 04</i>	<i>Міс. 05</i>	<i>Міс. 06</i>	<i>Міс. 07</i>	<i>Міс. 08</i>	<i>Міс. 09</i>
<i>Захід 1. Оформлення підприємцем, відкриття рахунку.</i>	*	-	-	-	-	-	-	-
<i>Захід 2. Отримання траншу закупка вуликів, воцини. рамок</i>	-	*	-	-	-	-	-	-
<i>Захід 3 Закупка бджолопакетів</i>	-	-	*	-	-	-	-	-
<i>Захід 4 Догляд за бджоло сім*ями</i>	-	-	-	*	-	-	-	-
<i>Захід 5 Викачування меду збір пилку</i>	-	-	-	*	*	*	*	*
<i>Захід 6 Організація соціального проекту (проведення дня меду)</i>	-	-	-	-	-	-	-	*
<i>Захід 7 Реалізація продукції</i>	-	-	-	*	*	*	*	*

4.7. Висновки.

З даних розрахунків бачимо, що бджільництво є досить прибутковим бізнесом і важливим з погляду на те, що продукти бджільництва забезпечують людину вітамінами і мінералами природного походження а їх смак до вподоби як молодим так дорослим покупцям. Можна сказати, що це найдавніші природні ліки відомі людству з давніх часів. І традиційно вироблялися, добувалися на території України зокрема в с. Бортники Тульчинського району Вінницької області. Щоб відновити, продовжити традиції медового краю, я планую докласти максимум зусиль.



**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**

**V. СОЦІАЛЬНІ РЕЗУЛЬТАТИ ПРОЕКТУ ТА ЗВІТУВАННЯ ПЕРЕД
ГРАНТОДАВЦЕМ**

Соціальна мета це популяризація вживання продуктів бджільництва серед населення, пропагуючи, здорове харчування та здоровий спосіб життя, адже ці продукти є джерелом природних мікро та макро елементів необхідних для організму людини. Для цього я планую безкоштовно передати в 2018 році Бортницьку шкільну столову 30л меду адже саме молодь котра витрачає багато енергії потребує поповнення запасів поживних речовин які містяться в меді. Використаю для підтвердження акт прийому передачі. Також планується організація дня меду на території с. Бортники із залученням місцевих пасічників та громади для проведення мікропідприємства. Також будуть запрошені усі бажаючі з Тульчинського району. Для звіту будуть використані фото та відеоматеріали.



**Додаток 1 до Положення про конкурс мікропроектів
за проектом “Село. Кроки до розвитку (Вінниччина 2017)”**