



ТИПОВОЙ БИЗНЕС-ПЛАН
(демо-версия)

**ШОКОЛАДНЫЙ
БУТИК
'10**

КРАТКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О БИЗНЕС-ПЛАНЕ

Полное наименование проекта:

«Создание бутика для реализации шоколадной продукции класса «премиум» и «суперпремиум» общей площадью 50 кв.м.».

Цель проекта:

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств для создания шоколадного бутика.

Объем и формат исследования

Количество страниц – 126 стр.

Язык отчета – русский

Исследование содержит: 31 таблицу, 41 диаграмму, 8 графиков, 1 схему

Дата выхода исследования: 10 июня 2010 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	5
2. ЮРИДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ	9
2.1. Алгоритм действий по открытию шоколадного бутика	9
2.2. Регистрация юридического лица	13
2.3. Регистрация контрольно-кассовой машины	15
2.4. Аренда или покупка помещения	18
2.5. Заключения на помещение	20
2.6. Смета подготовительного этапа	22
3. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ	23
3.1. Российский рынок кондитерских изделий и шоколада	23
3.1.1. Продажи кондитерских изделий и шоколада	23
Динамика и объем продаж	23
География продаж	26
Прогноз продаж на 2010-2012 гг.	29
3.1.2. Тенденции рынка шоколада и шоколадных изделий	31
3.2. Производство шоколада и шоколадных изделий	35
3.2.1. Шоколад и шоколадные изделия	35
Динамика и объем производства	35
География производства	36
Крупнейшие производители	38
3.2.2. Мягкие конфеты, глазированные шоколадом	42
Динамика и объем производства	42
География производства	43
Крупнейшие производители	45
3.2.3. Прочие изделия, содержащие какао	48
3.3. Импорт шоколада и шоколадных изделий	49
3.3.1. Динамика и объем импорта	49
3.3.2. Структура импорта шоколадной продукции	50
По видам продукции	50
По странам происхождения	53
По странам отправления	54
По основным компаниям-производителям	56
По основным импортерам	58
3.4. Потребление и потребительские предпочтения	61
3.4.1. Потребление шоколада	61
3.4.2. Потребительские предпочтения	63

3.5. Шоколадные бутики в России	69
4. ХАРАКТЕРИСТИКА КОНЦЕПЦИИ	71
4.1. Основные параметры	71
4.2. Местоположение	72
4.3. Ассортимент и увеличение продаж	72
5. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН	78
5.1. Объем инвестиций	78
5.2. Финансирование проекта	79
6. ОПЕРАЦИОННЫЙ ПЛАН	80
6.1. Посещаемость и план продаж	80
6.2. Средний чек и наценка	81
6.3. Персонал проекта	81
6.4. Площадь помещения	82
6.5. Текущие расходы	82
7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	84
7.1. Общие сведения	84
7.2. Налоговое окружение и бюджет	84
7.3. Расчет выручки	85
7.4. Отчет о движении денежных средств	87
7.5. Отчет о прибылях и убытках	94
7.6. Бухгалтерский баланс	100
8. АНАЛИЗ ПРОЕКТА	104
8.1. Анализ эффективности проекта	104
8.1.1. Эффективность инвестиций	104
Метод дисконтированного периода окупаемости (DPB)	105
Метод чистой приведенной стоимости (NPV - метод)	105
Внутренняя норма рентабельности (IRR)	106
Средняя норма рентабельности (ARR)	107
8.1.2. Основные показатели эффективности	107
8.1.3. Финансовая состоятельность проекта	108
8.2. Анализ рисков	115
8.2.1. Общая характеристика методов оценки рисков	115
8.2.2. Качественный анализ рисков	119
8.2.3. Количественный анализ рисков	122
8.3. Анализ безубыточности	124
О компании GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)	126

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1.** Алгоритм действий по открытию шоколадного бутика
- Таблица 2.** Смета и сроки на получение разрешительных документов по проекту
- Таблица 3.** Динамика розничных продаж кондитерских изделий по федеральным округам РФ, 2006-2009гг., млрд. руб.
- Таблица 4.** Розничные продажи кондитерских изделий по регионам РФ, 2009г., млн. руб.
- Таблица 5.** Динамика производства шоколада и шоколадных изделий по федеральным округам РФ, 2006-2008гг., тонн
- Таблица 6.** Динамика производства шоколада и шоколадных изделий по регионам РФ, 2006-2008гг., тонн
- Таблица 7.** Динамика производства шоколада и шоколадных изделий по производителям в РФ, 2003-2008гг., тонн
- Таблица 8.** Динамика производства мягких глазированных конфет по федеральным округам РФ, 2006-2008гг., тонн
- Таблица 9.** Динамика производства мягких глазированных конфет по регионам РФ, 2006-2008гг., тонн
- Таблица 10.** Динамика производства мягких конфет, глазированных шоколадом, по производителям в РФ, 2003-2008гг., тонн
- Таблица 11.** Крупнейшие западные производители элитных шоколадных изделий, торгующие через бутики
- Таблица 12.** Характеристика ключевых параметров проекта
- Таблица 13.** Инвестиционные издержки по проекту
- Таблица 14.** Схема финансирования проекта
- Таблица 15.** Посещаемость шоколадного бутика
- Таблица 16.** Средний чек на продукцию шоколадного бутика и наценка
- Таблица 17.** Штатное расписание по проекту
- Таблица 18.** Структура и площадь помещений шоколадного бутика
- Таблица 19.** Расчет текущих расходов по проекту
- Таблица 20.** Текущие расходы по проекту
- Таблица 21.** Ставки налогов и суммы выплат за период планирования
- Таблица 22.** Расчет выручки проекта, тыс. руб.
- Таблица 23.** Отчет о движении денежных средств
- Таблица 24.** Отчет о прибылях и убытках, тыс. руб.
- Таблица 25.** Бухгалтерский баланс по проекту
- Таблица 26.** Показатели эффективности по проекту
- Таблица 27.** Показатели финансовой состоятельности по проекту

- Таблица 28.** Характеристика методов оценки рисков проектов
- Таблица 29.** Качественный анализ рисков
- Таблица 30.** Анализ чувствительности проекта
- Таблица 31.** Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1.** Динамика розничных продаж кондитерских изделий на российском рынке, 2006-2009гг., млрд. руб. и %
- Диаграмма 2.** Динамика розничных продаж шоколада на российском рынке, 2006-2009гг., млрд. руб. и %
- Диаграмма 3.** Структура розничных продаж кондитерских изделий по федеральным округам РФ, 2010г. (1 кв.), %
- Диаграмма 4.** Структура розничных продаж кондитерских изделий по федеральным округам РФ, 2009 г., %
- Диаграмма 5.** Прогноз розничных продаж кондитерских изделий на 2010-2012 гг., млрд. руб.
- Диаграмма 6.** Прогноз розничных продаж шоколада и шоколадных изделий на 2010-2012гг., млрд. руб.
- Диаграмма 7.** Динамика производства шоколада и шоколадных изделий, 2003-2009гг., тыс. тонн и %
- Диаграмма 8.** Структура производства шоколада и шоколадных изделий по федеральным округам РФ, 2008г., %
- Диаграмма 9.** Структура производства шоколада и шоколадных изделий по регионам РФ, 2008г., %
- Диаграмма 10.** Доли крупнейших производителей в структуре производства шоколада и шоколадных изделий в РФ, 2008 г., %
- Диаграмма 11.** Динамика производства мягких глазированных конфет, 2003-2009гг., тыс. тонн и %
- Диаграмма 12.** Структура производства мягких глазированных конфет по федеральным округам РФ, 2008г., %
- Диаграмма 13.** Структура производства мягких глазированных конфет по регионам РФ, 2008г., %
- Диаграмма 14.** Доли крупнейших производителей в структуре производства мягких конфет, глазированных шоколадом, в РФ, 2008г., %
- Диаграмма 15.** Динамика производства прочих шоколадных изделий, 2006-2008гг., тыс. тонн
- Диаграмма 16.** Динамика импорта шоколадной продукции на российский рынок в

- натуральном выражении, 2005-2009гг., тыс. тонн и %
- Диаграмма 17.** Динамика импорта шоколадной продукции на российский рынок в стоимостном выражении, 2005-2009гг., млн. долл. и %
- Диаграмма 18.** Структура импорта шоколада и готовых пищевых продуктов, содержащих какао, по видам в натуральном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 19.** Структура импорта шоколадной продукции по видам в стоимостном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 20.** Структура импорта шоколадной продукции по странам происхождения в натуральном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 21.** Структура импорта шоколадной продукции по странам происхождения в стоимостном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 22.** Структура импорта шоколадной продукции по странам отправления в натуральном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 23.** Структура импорта шоколадной продукции по странам отправления в стоимостном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 24.** Сравнительные объемы импорта шоколадной продукции по производителям в натуральном и стоимостном выражении, 2009г., тыс. тонн и млн. долл.
- Диаграмма 25.** Структура импорта шоколадной продукции по изготовителям в натуральном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 26.** Структура импорта шоколадной продукции по изготовителям в стоимостном выражении, 2009г., %
- Диаграмма 27.** Сравнительные объемы импорта шоколадной продукции по компаниям-получателям в натуральном и стоимостном выражении, 2009г., тыс. тонн и млн. долл.
- Диаграмма 28.** Структура импорта шоколадной продукции в натуральном выражении по компаниям-получателям, 2009г., %
- Диаграмма 29.** Структура импорта шоколадной продукции в стоимостном выражении по компаниям-получателям, 2009г., %
- Диаграмма 30.** Сравнительная динамика среднедушевого потребления шоколада по странам мира, 2008-2010гг., кг в год
- Диаграмма 31.** Доля россиян, потребляющих шоколад, 2009г., %
- Диаграмма 32.** Частота потребления шоколада россиянами, 2009г., %
- Диаграмма 33.** Потребление шоколада россиянами по возрастным категориям, 2009г., %
- Диаграмма 34.** Предпочтения россиян по видам плиточного шоколада, 2009г., %
- Диаграмма 35.** Предпочтения мужчин и женщин по видам плиточного шоколада,

- 2009г., %
- Диаграмма 36.** Предпочтения россиян в отношении добавок в шоколад, 2009г., %
 - Диаграмма 37.** Структура инвестиционных издержек по проекту, %
 - Диаграмма 38.** График загрузки шоколадного бутика, % от максимальной загрузки
 - Диаграмма 39.** Движение денежных средств по проекту
 - Диаграмма 40.** Динамика чистой прибыли по проекту, тыс. руб.
 - Диаграмма 41.** Динамика чистого оборотного капитала по проекту, тыс. руб.

СПИСОК ГРАФИКОВ

- График 1.** Динамика производства шоколада и шоколадных изделий по производителям в РФ, 2003-2008 гг., тонн
- График 2.** Динамика производства мягких конфет, глазированных шоколадом, по производителям в РФ, 2003-2008гг., тонн
- График 3.** Динамика поступлений по проекту
- График 4.** Остаток денежных средств на конец периода
- График 5.** Динамика выручки, валовой прибыли и прибыли до налогообложения, тыс. руб.
- График 6.** Окупаемость проекта, тыс. руб.
- График 7.** Анализ чувствительности по проекту (NPV, тыс. руб.)
- График 8.** Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.

СПИСОК СХЕМ

- Схема 1.** Характеристики имиджа брендов шоколадной продукции



1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Цель проекта:

Настоящий бизнес-план разработан с целью привлечения инвестиционных средств для создания шоколадного бутика.

Реализация данного проекта позволит:

- Создать бизнес, стоимость которого на конец периода планирования составит ***** млн. рублей** в текущих ценах и постоянно приносящий чистую прибыль в размере ***** тыс. руб. ежемесячно**.
- Получить гарантированный доход в размере ***** млн. рублей** по истечении периода планирования в текущих ценах.
- Создать новые рабочие места в районе реализации проекта.

Инвестиции:

Объем инвестиций в открытие шоколадного бутика составляет ***** тыс. рублей**. Срок инвестиционного периода составляет **8 месяцев** (с учетом оборотных средств по проекту).

Финансирование проекта:

В проекте предполагается финансирование проекта полностью за счет собственных средств Инициатора проекта или средств стороннего инвестора.

Основные характеристики проекта:

Параметр	Характеристика
Площадь помещений, кв. метров	50
Концепция магазина	Мультибрендовый бутик
Средний чек, руб.	
Наценка на продукцию магазина, %	
Штат персонала, чел.	
Фонд оплаты труда по проекту, тыс. руб./мес.	
Ассортимент магазина, наименований	100-150
Продукция магазина	<ul style="list-style-type: none"> Шоколадные изделия класса «премиум» и «суперпремиум» российских и иностранных производителей.
Предполагаемое месторасположение магазина	<ul style="list-style-type: none"> Центральные или исторические улицы города с большой проходимостью. В местах прямой видимости информационных источников о магазине (не на закрытых к проходу территориях). ***

Предпосылки для успешной реализации проекта

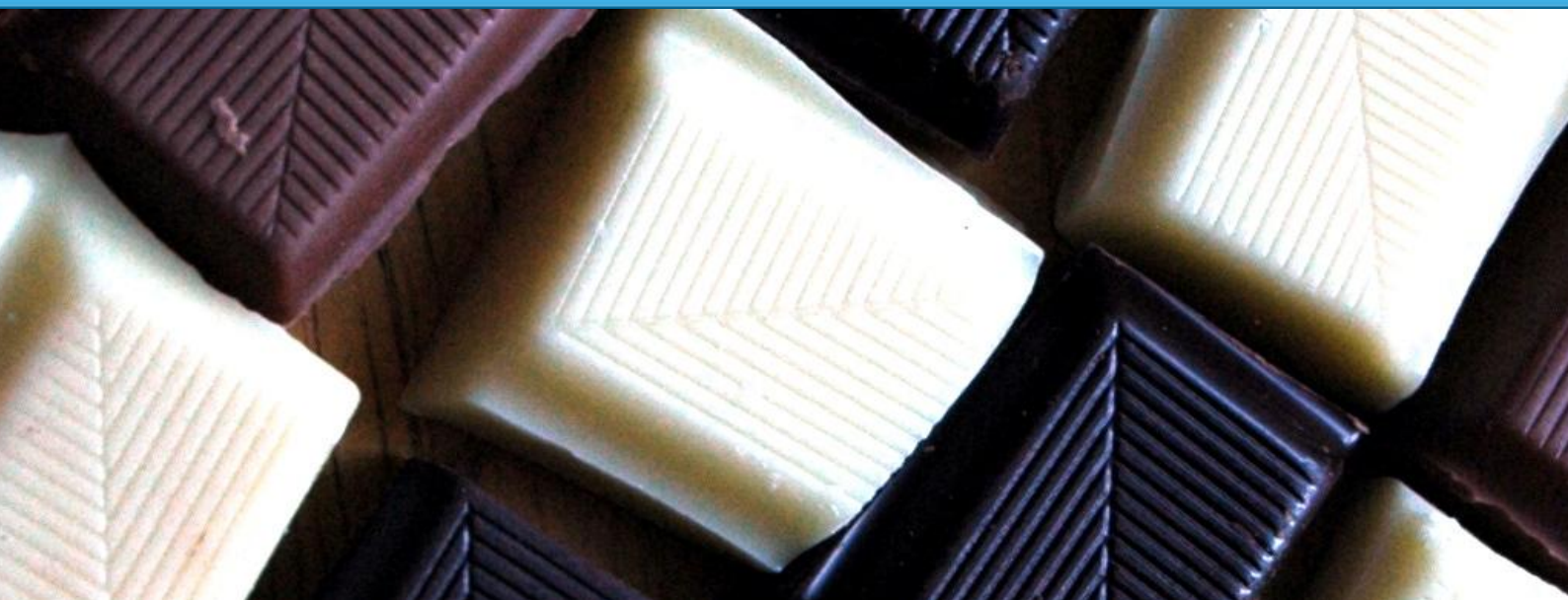
- По оценке ***, объем продаж шоколадных изделий в 2009 году составил *** млрд. руб., относительно показателя 2008 года продажи выросли в стоимостном выражении на 14%.
- Продажи шоколадных изделий должны в 2010 году достигнуть *** млрд. руб., прогноз продаж на 2011 год составляет *** млрд. руб., на 2012 год – *** млрд. руб.
- Среди регионов России наибольший вес в структуре продаж в стоимостном выражении имеет г. Москва, ее доля по итогам 2009 года составила ***%.

- В целом российский рынок кондитерских изделий в России еще не достиг насыщения и продолжает развиваться. И для этого развития есть предпосылки. На сегодняшний день уровень потребления шоколада на человека в России отстает от аналогичного европейского показателя в 2-3 раза, а это позволяет делать прогнозы о дальнейшем развитии российского шоколадного рынка; кроме того, как показал кризис, потребитель в самую последнюю очередь отказывается от шоколада и кондитерских изделий – натуральных антидепрессантов.

- По разным данным, в России до 82% населения потребляют шоколад. На первом месте по популярности – развесные шоколадные конфеты, затем шоколадные плитки, потом конфеты в коробках и шоколадные фигуры.
- На данный момент практически все шоколадные бутики на территории России находятся в городах - миллионниках, причем основная их часть – в Москве и Санкт-Петербурге.

Показатели эффективности проекта:

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	
Дисконтированный срок окупаемости (PBP), лет	
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	
Модифицированная IRR (MIRR), %	
Средняя оценка стоимости бизнеса, тыс. руб.	
Чистый приведенный доход для бюджета (за счет налогов), тыс. руб.	



3. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

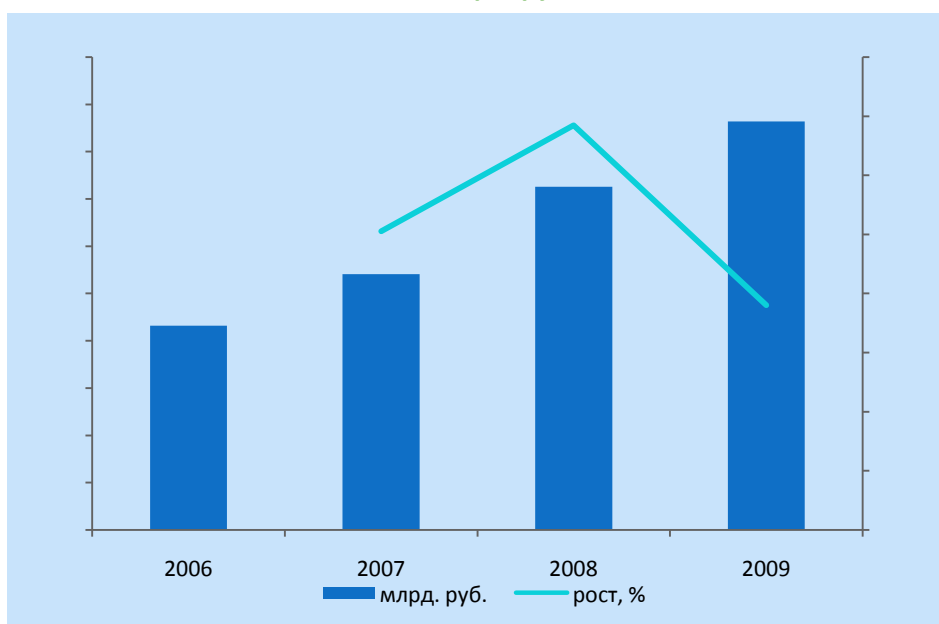
3.1. Российский рынок кондитерских изделий и шоколада

3.1.1. Продажи кондитерских изделий и шоколада

Динамика и объем продаж

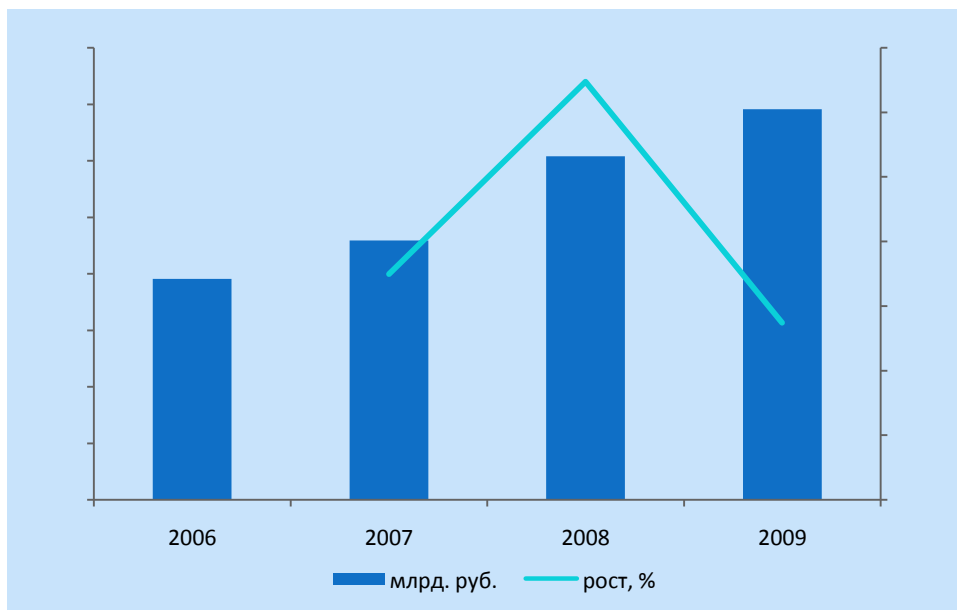
В 2009 году темпы роста продаж замедлились, рост по итогам года составил 19% при объеме продаж *** млрд. руб.

Диаграмма 1. Динамика розничных продаж кондитерских изделий на российском рынке, 2006-2009гг., млрд. руб. и %



Источник: ***

Диаграмма 2. Динамика розничных продаж шоколада на российском рынке, 2006-2009гг., млрд. руб. и %

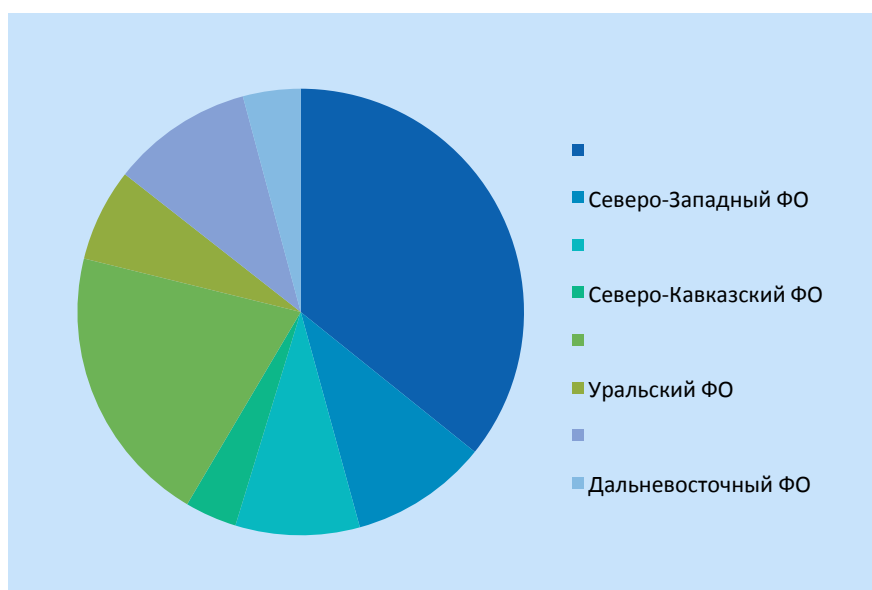


Источник: ***

География продаж

По розничным продажам кондитерских изделий лидируют 2 федеральных округа – Центральный и Приволжский. Доли данных федеральных округов в структуре продаж в 1 квартале 2010 составили ***% и ***% соответственно.

Диаграмма 3. Структура розничных продаж кондитерских изделий по федеральным округам РФ, 2010г. (1 кв.), %



Источник: ***

Наибольшие темпы роста продемонстрировал Уральский федеральный округ – ***, наименьшие – Сибирский федеральный округ (***)%.

Таблица 3. Динамика розничных продаж кондитерских изделий по федеральным округам РФ, 2006-2009гг., млрд. руб.

Федеральный округ	2006	2007	2008	2009	В % к 2008
					15%
Южный ФО					20%
Уральский ФО					
Дальневосточный ФО					
Россия в целом:					

*Источник: ****

Среди регионов России наибольший вес в структуре продаж в стоимостном выражении имеет г. Москва, ее доля по итогам 2009 года составила **%.

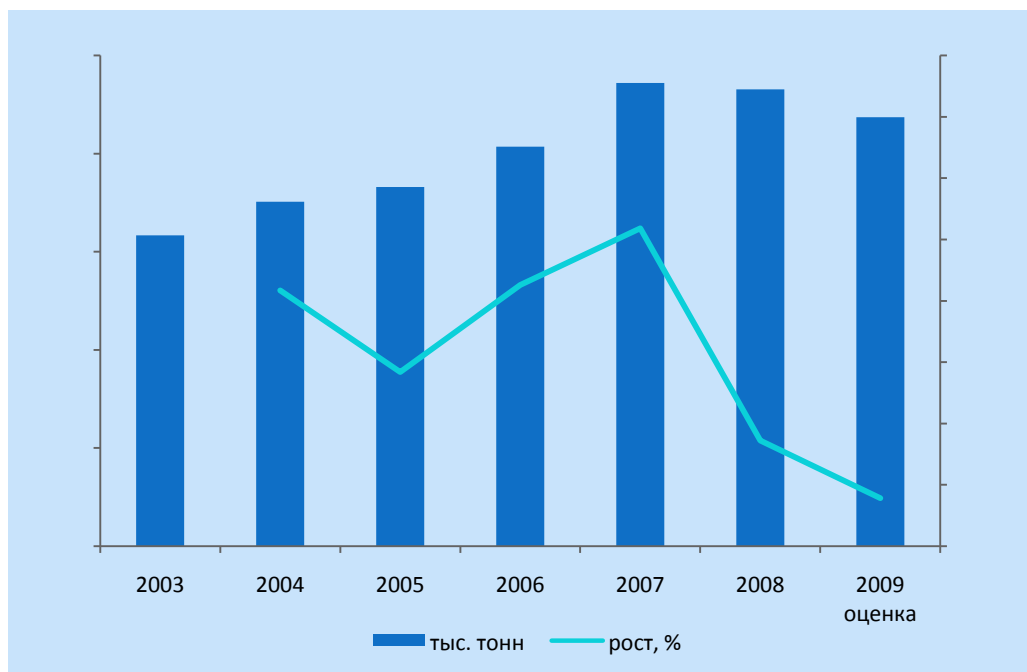
3.2. Производство шоколада и шоколадных изделий

3.2.1. Шоколад и шоколадные изделия

Динамика и объем производства

Отрицательная динамика в производстве шоколада и шоколадных изделий наблюдается уже второй год подряд, по итогам 2008 года объем производства сократился на 1,4%, составив *** тыс. тонн.

Диаграмма 5. Динамика производства шоколада и шоколадных изделий, 2003-2009гг., тыс. тонн и %

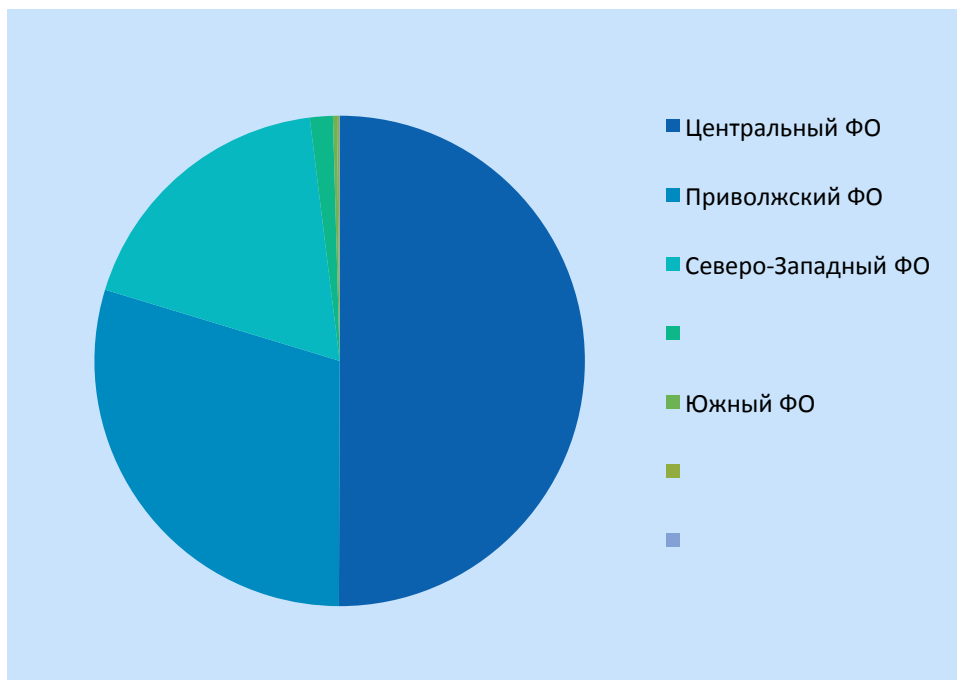


Источник: ***

География производства

Практически весь объем производимых в России шоколада и шоколадных изделий приходится на 3 федеральных округа – Центральный, Приволжский и Северо-Западный.

Диаграмма 6. Структура производства шоколада и шоколадных изделий по федеральным округам РФ, 2008г., %



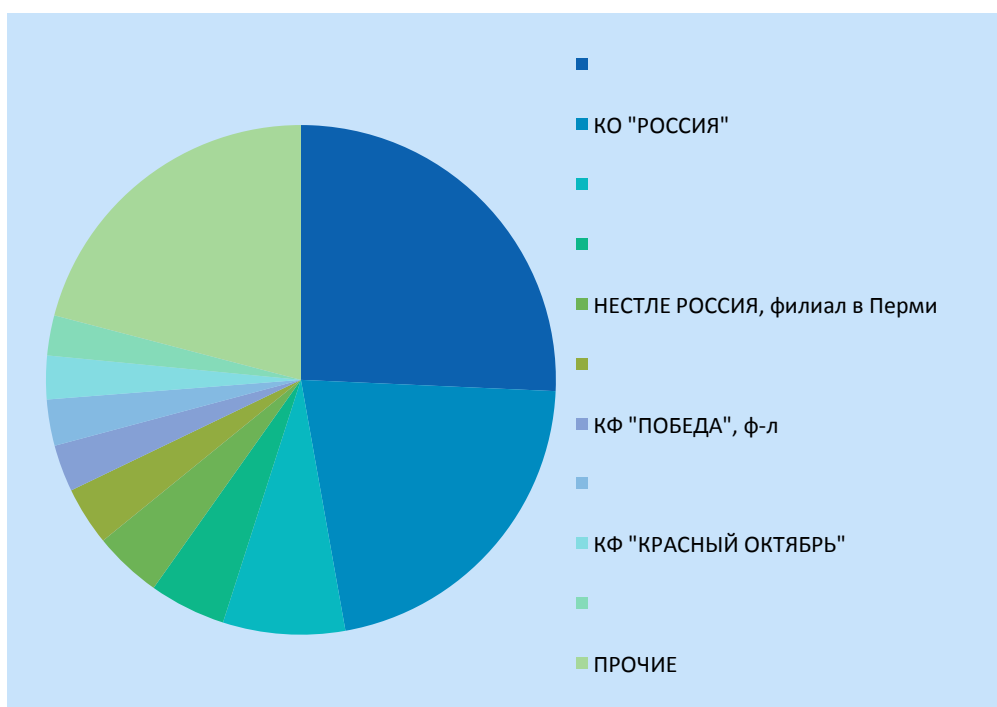
*Источник: ****

Среди регионов России по производству шоколада и шоколадных изделий лидируют Владимирская область, Самарская область, Москва, Московская область, Калининградская область.

Крупнейшие производители

По производству шоколада и шоколадных изделий в России можно выделить двух крупнейших производителей – это ООО «***» и ОАО «Кондитерское объединение «Россия». По итогам 2008 года доли данных компаний в структуре российского производства шоколада составили ***% и ***% соответственно.

Диаграмма 10. Доли крупнейших производителей в структуре производства шоколада и шоколадных изделий в РФ, 2008 г., %



Источник: ***

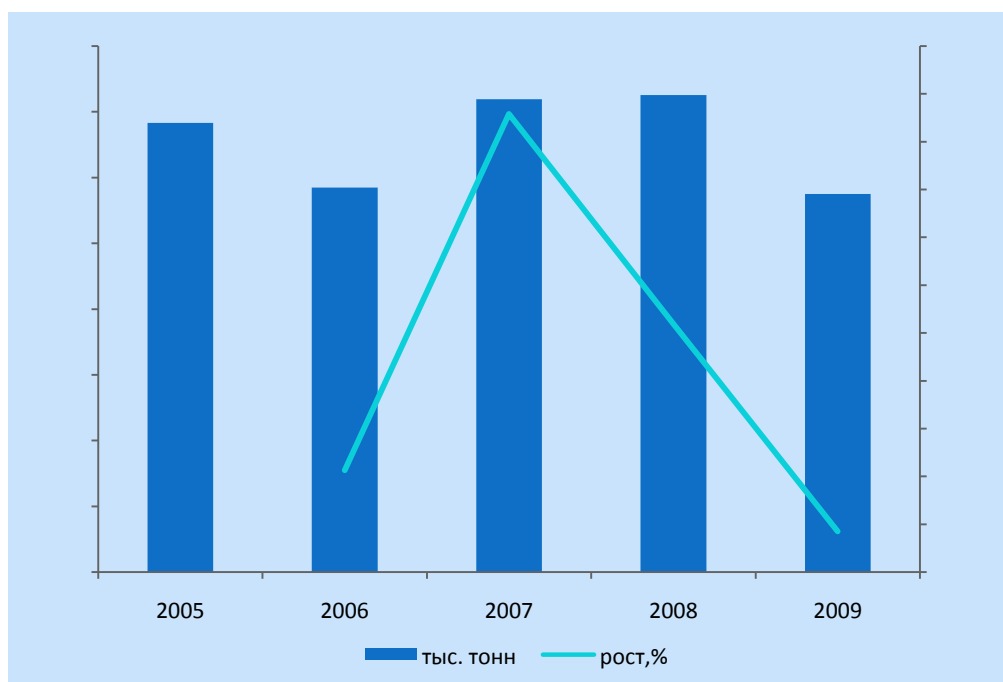
ОАО «Кондитерское объединение «Россия» произвело *** тыс. тонн данной продукции (сокращение относительно показателя 2007 года составило 18%).

3.3. Импорт шоколада и шоколадных изделий

3.3.1. Динамика и объем импорта

Объем импорта шоколада и готовых пищевых продуктов, содержащих какао по итогам прошедшего года составил *** тыс. тонн. Также в эту цифру входят показатели по импорту белого шоколада и изделий из него.

Диаграмма 16. Динамика импорта шоколадной продукции на российский рынок в натуральном выражении, 2005-2009гг., тыс. тонн и %



Источник: ***

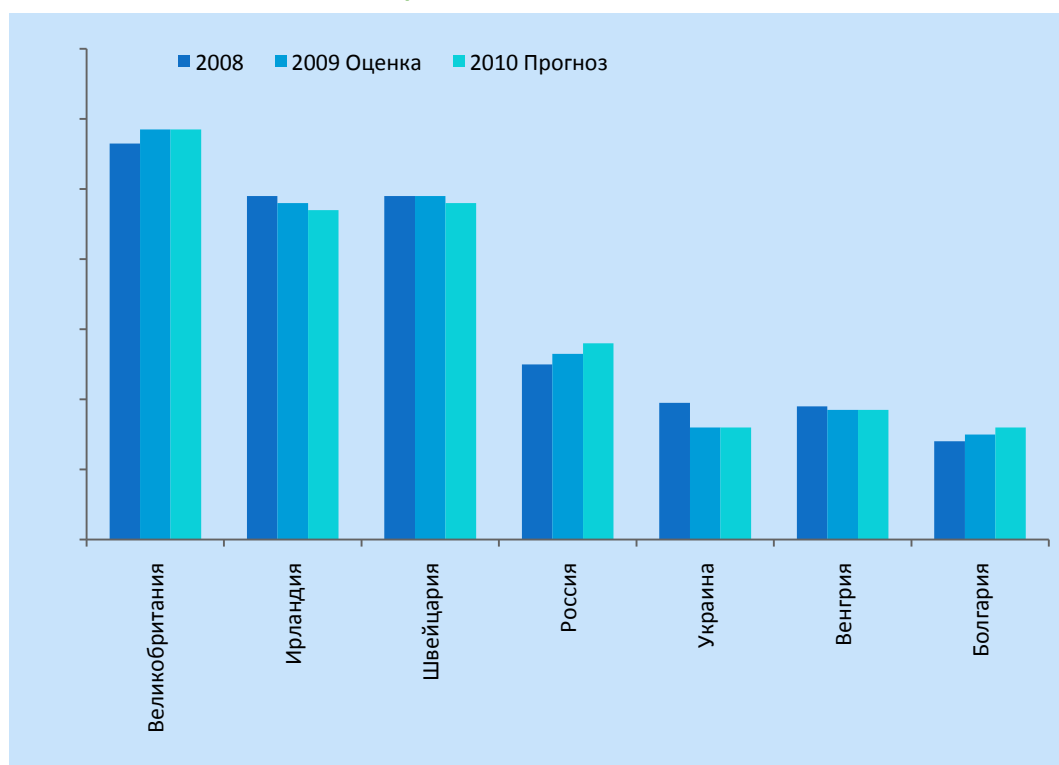
В стоимостном выражении импорт шоколадной продукции сократился еще больше – почти на 27%, что во многом связано с изменением структуры экспортируемой шоколадной продукции.

3.4. Потребление и потребительские предпочтения

3.4.1. Потребление шоколада

Согласно данным ***, годовое потребление шоколада на душу населения в России в 2009 году достигло *** кг, что значительно больше, чем средний показатель потребления по Восточной Европе (здесь он составляет 4 кг).

Диаграмма 30. Сравнительная динамика среднедушевого потребления шоколада по странам мира, 2008-2010гг., кг в год



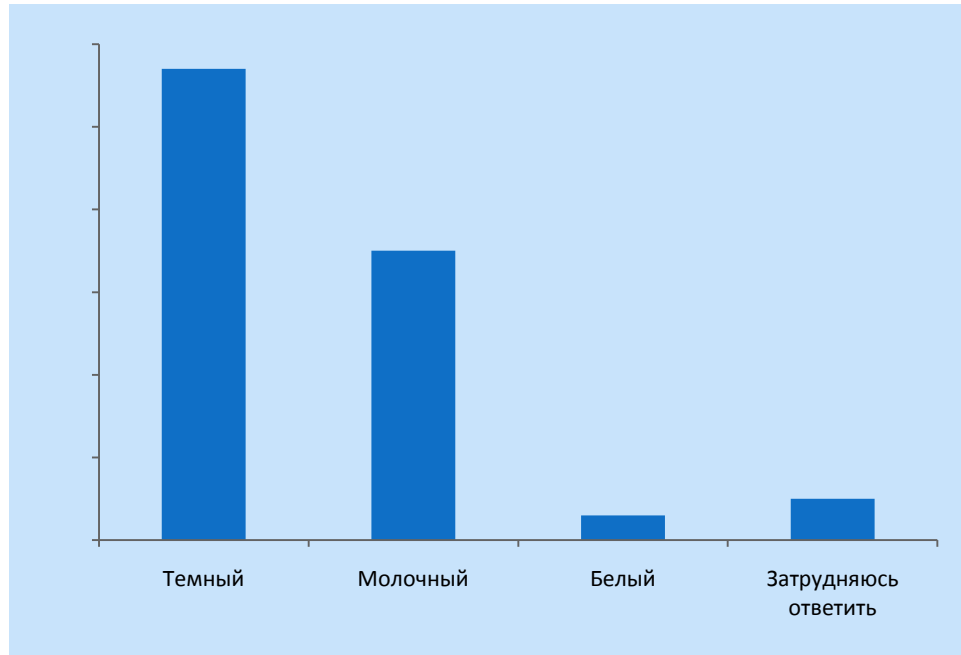
Источник: ***

Сладости, и в особенности шоколад, для большинства россиян ассоциируются с отдыхом, праздником и радостью. В этом заключается отличие от европейцев, причисляющих кондитерские изделия к продуктам ежедневного потребления.

3.4.2. Потребительские предпочтения

В целом по выборке более половины опрошенных россиян предпочитают темный шоколад (***%). Около ***% отдали свой голос за молочный шоколад. Белый шоколад предпочитают лишь ***% опрошиваемых.

Диаграмма 34. Предпочтения россиян по видам плиточного шоколада, 2009г., %



Источник: ***

Мужчины чаще отдают предпочтение темному шоколаду (***% против ***% у женщин), а среди женщин больше, по сравнению с мужчинами, доля тех, кто любит молочный шоколад (***% против ***% у мужчин).

Среди самых популярных добавок в шоколад можно выделить фундук (***%), миндаль (***%) и фундук + изюм (***%).

5. ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН

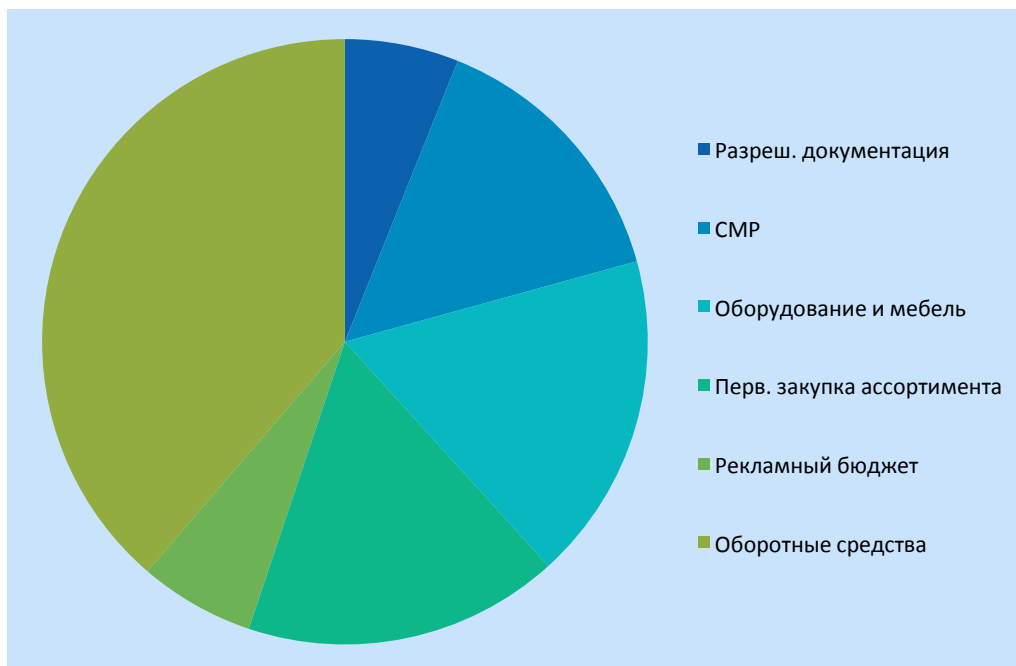
5.1. Объем инвестиций

Объем инвестиций в открытие шоколадного бутика составляет ***** тыс. рублей**. Срок инвестиционного периода составляет **8 месяцев**.

Таблица 13. Инвестиционные издержки по проекту

№ п.п.	Наименование этапа	Стоимость этапа, тыс. руб. с НДС	1 год							
			1 мес.	2 мес.	3 мес.	4 мес.	5 мес.	6 мес.	7 мес.	8 мес.
1	Разрешительная документация по проекту									
	<i>Регистрация юридического лица</i>									
	<i>Заключение СЭС</i>									
2	Строительно-монтажные работы									
	<i>Дизайн-проект</i>									
3	Оборудование									
	<i>Торговое оборудование и мебель</i>									
4	Расходы будущих периодов									
5	Оборотные средства									
Итого:										

Диаграмма 37. Структура инвестиционных издержек по проекту, %



5.2. Финансирование проекта

В проекте предполагается финансирование инвестиционной стадии полностью за счет средств Инициатора проекта или средств стороннего инвестора:

Таблица 14. Схема финансирования проекта

Общая стоимость проекта	тыс. руб.	тыс. долл.	Доля в общем объеме, %
Заемные средства			0%
Собственные средства			100%
Итого:			100%

8. АНАЛИЗ ПРОЕКТА

8.1. Анализ эффективности проекта

8.1.2. Основные показатели эффективности

Приведенные в **Таблице 26** основные показатели говорят об эффективности и инвестиционной привлекательности рассматриваемого проекта.

Таблица 26. Показатели эффективности по проекту

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	
Чистая приведенная стоимость (NPV), тыс. руб.	
Дисконтированный срок окупаемости (PBP), лет	
Внутренняя норма рентабельности (IRR), %	
Модифицированная IRR (MIRR), %	
Средняя оценка стоимости бизнеса, тыс. руб.	
Чистый приведенный доход для бюджета (за счет налогов), тыс. руб.	

Далее представлен **График 6** окупаемости проекта.

8.2. Анализ рисков

8.2.3. Количественный анализ рисков

В качестве выходных параметров были взяты важнейшие показатели эффективности проекта:

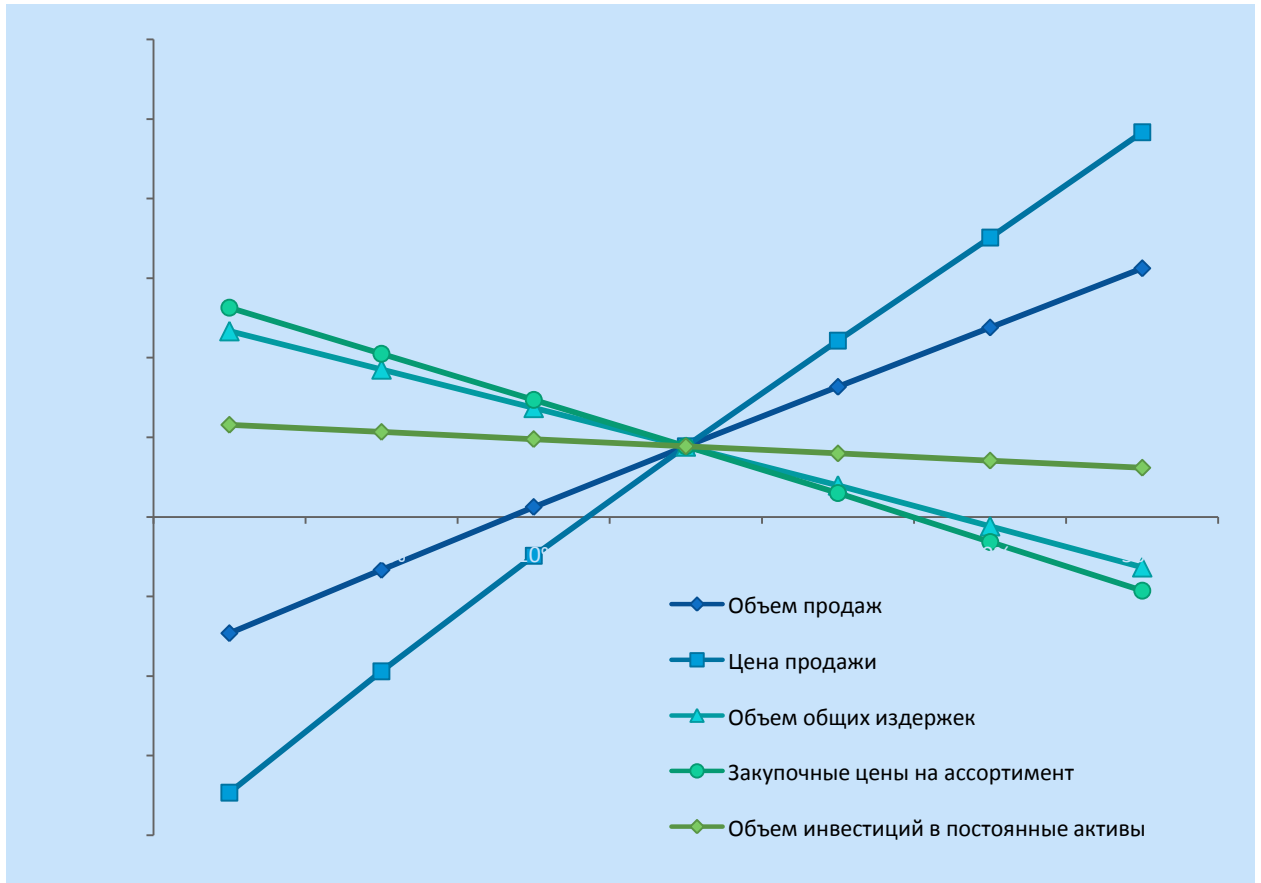
- NPV (Net Present Value) – чистая приведенная стоимость проекта;
- IRR (Internal Rate of Return) – внутренняя норма доходности проекта;
- DPB (Discounted Payback Period) – дисконтированный период окупаемости проекта.

Таблица 30. Анализ чувствительности проекта

NPV, тыс. руб.
Объем продаж
Цена продажи
Объем общих издержек
Закупочные цены на ассортимент
Объем инвестиций в постоянные активы
IRR, %
Объем продаж
Цена продажи
Объем общих издержек
Закупочные цены на ассортимент
Объем инвестиций в постоянные активы
DPB, лет
Объем продаж
Цена продажи
Объем общих издержек
Закупочные цены на ассортимент
Объем инвестиций в постоянные активы

Далее анализ чувствительности по проекту представлен графически.

График 7. Анализ чувствительности по проекту (NPV, тыс. руб.)



8.3. Анализ безубыточности

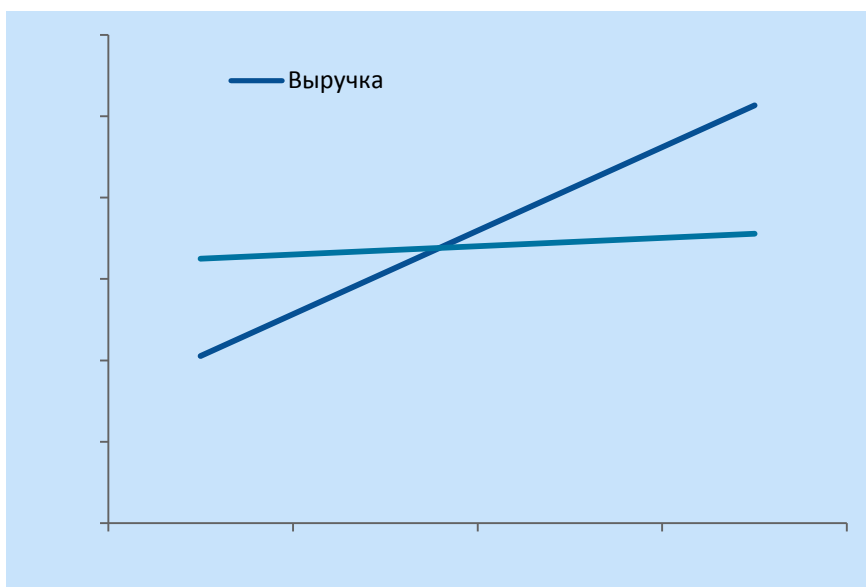
Для данного проекта был проведен анализ безубыточности, который представлен в **Таблице 31.**

Таблица 31. Расчет точки безубыточности по проекту, тыс. руб.

Процент загрузки
Выручка
Кол-во посетителей, чел.
Переменные расходы
Постоянные расходы
Полные затраты
Прибыль/убыток

Как видно из **Графика 8** пересечение полных затрат и выручки и есть точка безубыточности. В данном проекте она равна *****%** от максимального объема продаж или дневному количеству посетителей в ***** человека**.

График 8. Точка безубыточности по проекту, тыс. руб.



Хорошие интегральные показатели эффективности, финансовая состоятельность, анализ рисков методом экспертных оценок, перечень мероприятий по минимизации существующих рисков, результаты анализа чувствительности, а также анализ безубыточности подтверждают высокую вероятность успешной реализации рассматриваемого проекта.

О КОМПАНИИ GLOBAL REACH CONSULTING (GRC)

Уникальные методы работы и сервис **Global Reach Consulting (GRC)**, высокопрофессиональная команда, обширные знания рынков и большой проектный опыт позволяют нам работать на результат и полное удовлетворение наших клиентов.

Global Reach Consulting ставит перед собой цель быть лидером в предоставлении профессиональных консалтинговых услуг начинающим предпринимателям, малому и среднему бизнесу, помогая им достигать роста и воплощать в жизнь предпринимательские инициативы.

Global Reach Consulting специализируется на разработке высококачественных **маркетинговых исследований рынков** и **бизнес-планов** по различным отраслям и регионам России и мира. Мы даем нашим клиентам практические пути достижения конкурентных преимуществ, предоставляя достоверные бизнес-данные, анализ и рекомендации, основанные на надежных научно-исследовательских методиках.

Предпринимательство – это наша философия и наша страсть. Мы верим, что все компании – большие и маленькие, отечественные и международные, в различных отраслях промышленности – должны обладать гибким, предпринимательским складом ума и характером, чтобы успешно конкурировать и становиться победителем в XXI веке глобальной экономики. Скорость бизнеса никогда не была больше, чем сейчас. Всем руководителям и менеджерам необходимо оперативно выявлять, проверять, формулировать и воплощать в жизнь инициативы, ведущие к росту и процветанию. Бизнес **Global Reach Consulting** - помогать нашим клиентам в этом.

Наша цель – Ваши большие достижения!

УСЛУГИ GLOBAL REACH CONSULTING

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ

Мы разрабатываем бизнес-планы, которые подтверждают надежность бизнес стратегии наших клиентов и передают ценность их предложений инвесторам, партнерам и другим участникам.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговые исследования **Global Reach Consulting** – это практические пути достижения конкурентных преимуществ. Это проверенные бизнес-данные, анализ и рекомендации, основанные на надежных исследовательских методиках.

ПЕРЕВОДЫ

Компаниям, планирующим выйти на международный рынок, может понадобиться перевести бизнес-план или маркетинговое исследование рынка на иностранный язык, чтобы презентовать свои идеи, услуги или продукты для зарубежных инвесторов, партнеров и кредиторов. Перевод на иностранный язык поможет расширить потенциал партнерства и финансовые основы бизнеса.

ПРЕЗЕНТАЦИИ

Презентация проекта инвестору - очень ответственный этап привлечения инвестиций, от правильности и успешности которого во многом зависит исход переговоров. Главная задача презентации - завязать диалог с потенциальными инвесторами. Презентация должна четко показать, почему вам необходимы запрашиваемые средства.

КОНЦЕПЦИИ

Global Reach Consulting совместно со специализированными американскими консалтинговыми агентствами разрабатывают **инновационные концепции** и **решения по увеличению доходности** ресторанов и развлекательных центров.