



Конструкция тепличного комбината





Зона загрузки продукции

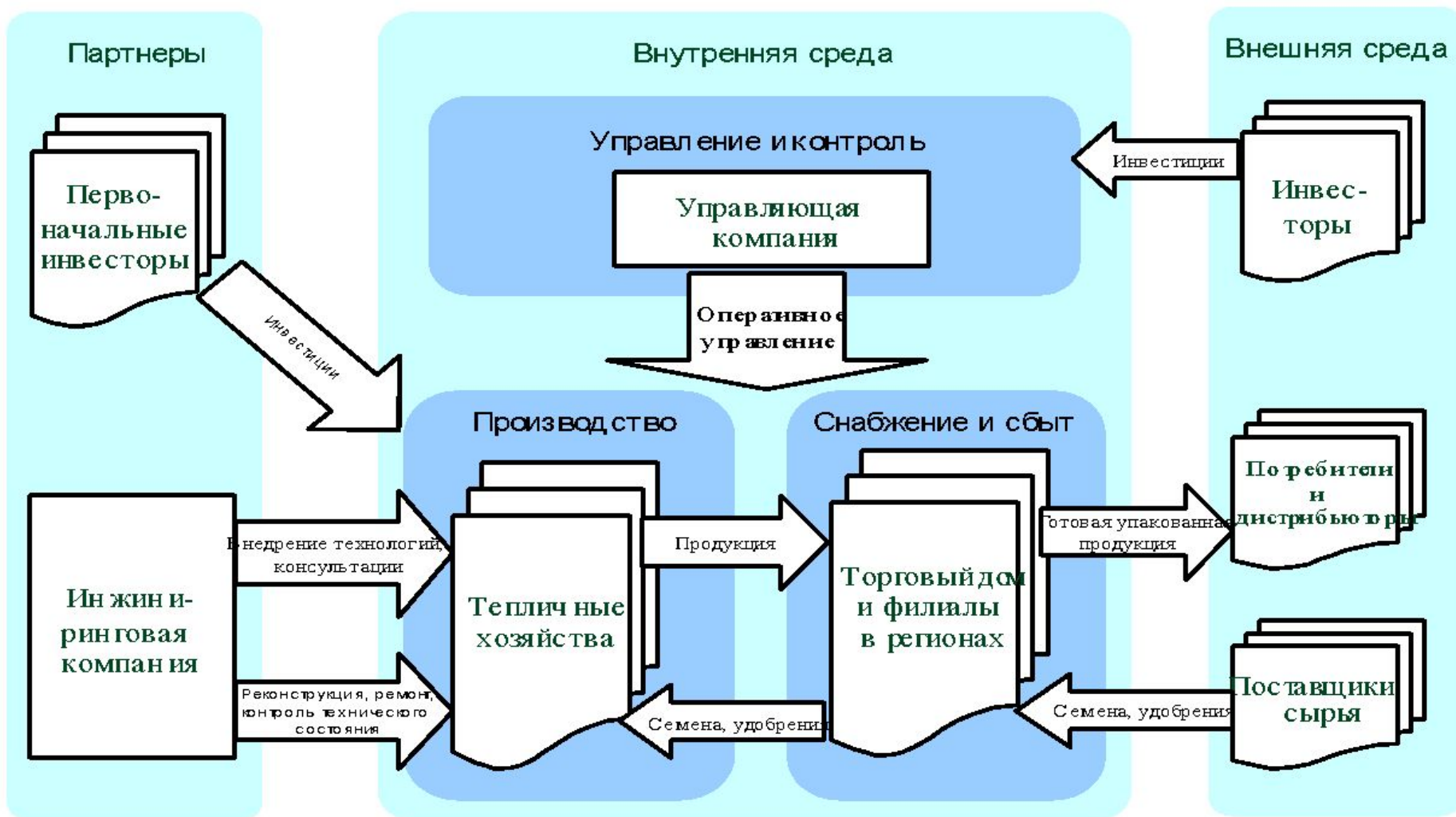


Ассортимент выпускаемой продукции:

- Томаты - «МАКАРЕНА F1» (S&G), «ГРОДЕНА F1» (S&G), «РАИСА F1» (S&G)
- Огурцы - Гибрид «Церис F1» (DS), Гибрид «Венетура F1» (RZ), Гибрид «Медиа F1» (RZ)
- Салат - «Гранд Рапис», «Афицион», «Лифли»
- Зеленные культуры - Широкий ассортимент
- Редис - «Донар», «Рондар», «Силеста»
- (Программа по производству и реализации продукции таб. №1.2 -1.3)



Модель бизнеса



Структура собственности и управления



Программа строительства тепличных комбинатов на 2008-2012 гг.

9

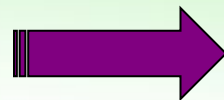
	Регион строительства	Количество комбинатов	Общая площадь, га	Сроки строительства
1	Ярославль	1	8	2008-2009
2	Пермь	1	8	2010-2012
3	Новомосковск	1	8	2009-2010
4	Белгород	2	16	2010-2012
5	Ростов-на-Дону	2	16	2009-2010
6	Магнитогорск	1	8	2009-2010
7	Новосибирск	2	16	2008-2010
8	Краснодар	4	32	2008-2012
	ИТОГО:	14	112	

Инвестиции; источники привлечения и расходования денежных ресурсов

Источники привлечения инвестиций		млн. руб.	Статьи расходов	млн. руб.	
1	Взносы учредителя в уставный капитал	01.01.08 г.	20,0	Предпроектные работы	14,6
		01.05.08 г.	30,0	Пополнение оборотных средств	5,4
				Генеральное проектирование и экспертиза проекта	22,4
				Подготовительные работы	7,6
				Подготовительные работы	31,5
		01.01.09 г.	67,7	Внутри- и внеплощадочные сети	31,4
	Водозаборные и водопроводные сооружения			4,8	
Итого уставный капитал на 01.01.09 г.		117,7	Итого расходов: 117,7		
2	ЗАЕМНЫЕ СРЕДСТВА	1338,8	Приобретение оборудования и строительство тепличного комплекса I и II очереди	1308,2	
			Оборотные средства	30,6	
			Итого расходов: 1338,8		
3	Средства предприятия (выручка от реализации продукции)	332,0	Приобретение оборудования и строительство тепличного комплекса II очереди	332,0	
ИТОГО:		1788,5	1788,5		

Инвестиции

Потребность в инвестициях
согласно бизнес-плану
1 788,5 млн.руб.



В том числе объем кредитных ресурсов,
необходимых для реализации проекта
составляет 1 338,8 млн. руб.

Таблица Эффективность инвестиций.

Показатель	Значение
Ставка дисконтирования, %	12,50
Период возврата заемных средств, мес.	53
Период окупаемости - РВ, мес.	60
Дисконтированный период окупаемости - DPВ, мес.	72
Средняя норма рентабельности - ARR, %	37,52
Чистый приведенный доход - NPV	1 477 573 717
Индекс прибыльности - PI	2,00
Внутренняя норма рентабельности - IRR, %	30,93
Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, %	20,45

Инвестиции- описание этапов проекта

№	Наименование этапа	Сроки исполнения								Стоимость, млн. руб.	
		2008				2009				план.	факт.
		I	II	III	IV	I	II	III	IV		
1	Предпроектные работы, в том числе:									14,6	14,6
	исследование рынка, бизнес-план									5,0	5,0
	отвод земельного участка									4,3	4,3
	инженерно-геолог. изыскания									1,1	1,1
	получение техусловий									4,2	4,2
2	Генеральное проектирование и экспертиза проекта									22,4	
3	Подготовительные работы, в том числе:									109,9	68,6
	организация рельефа, ограждение, разбивка зданий									30,1	30,0
	фундаменты под теплицу и сервисную зону									60,0	20,0
	склад									9,7	9,7
	подземные коммуникации в теплице									7,3	
	пруд-накопитель									2,8	2,8
4	Внутри- и внеплощадочные сети (газ, вода, э/э, связь)									31,4	4,0
5	Водозаборные и водопроводные сооружения									4,8	2,0
6	Приобретение и строительство тепличного комплекса									1300,6	
	оборудование и инженерные системы									569,1	
	тепличные конструкции (каркас и стекло)									344,8	
	тепло- энергоблок									383,8	
	емкости ливневой воды									2,9	
7	Транспорт-ка оборудования и конструкций тепличного комплекса									130,5	
8	Прочие затраты									76,2	
9	Подъездные и внутриплощадочные дороги									27,3	
10	Шеф-монтаж и пусконаладка оборудования									34,8	
11	Закупка материалов и посев овощных культур									36,0	
12	ИТОГО инвестиционных затрат (пп. 1-11)									1788,5	

Монтаж оборудования





Форточки





Распределительное устройство системы капельного полива





Рассадное отделение



Маркетинговые исследования

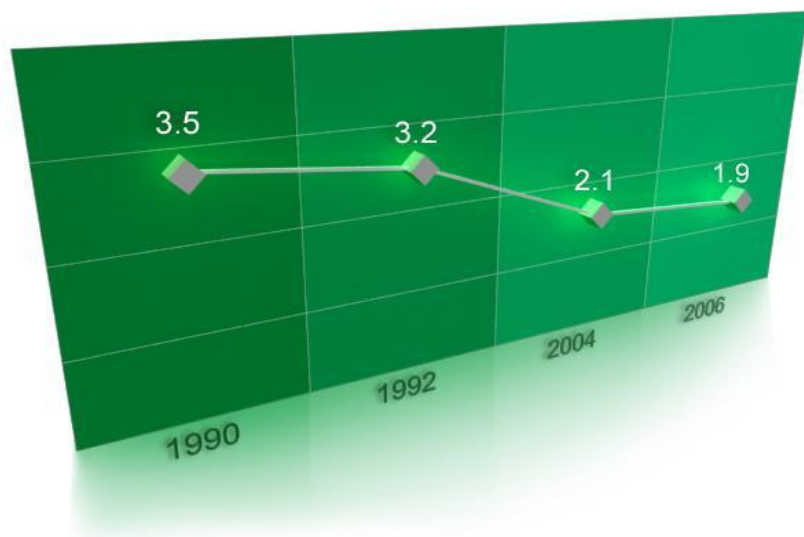
Анализ состояния отрасли защищенного грунта

В 1990 году общая площадь защищенного грунта в целом по России составляла 5.7 тыс. га, в том числе:

- сооружения под стеклом (зимние теплицы) – 3,5 тыс. га,
- пленочное укрытие (весенние теплицы) – 2.2 тыс. га.

Сложившаяся в 90-е годы кризисная ситуация в агропромышленном комплексе России отразилась и на состоянии овощеводства защищенного грунта.

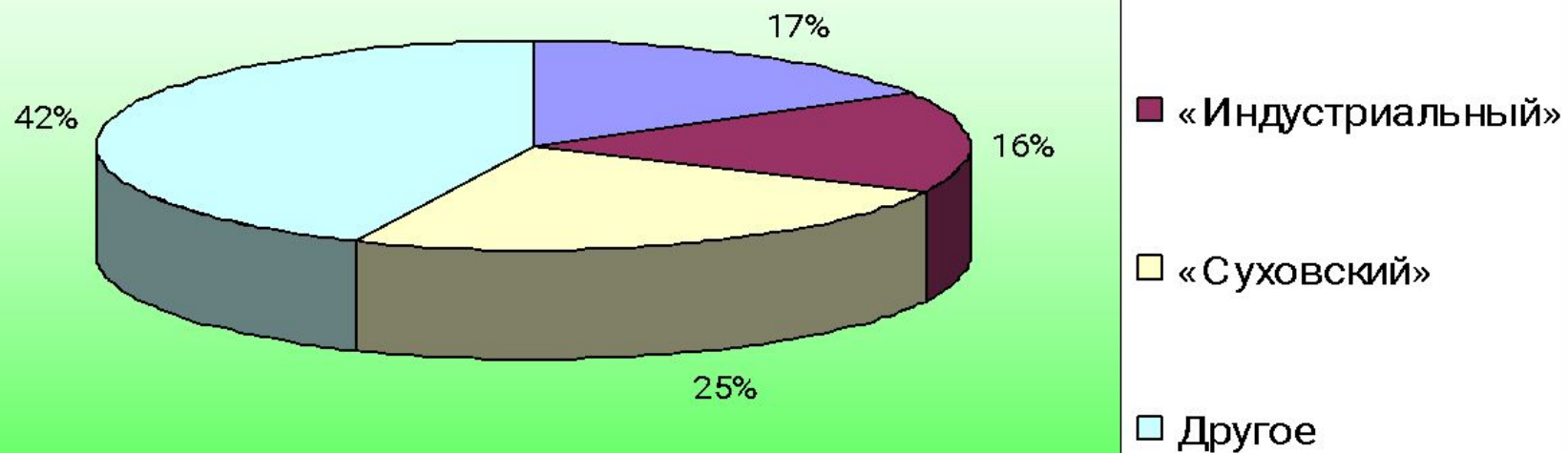
Площадь зимних теплиц в 1990 – 2006 г.г.



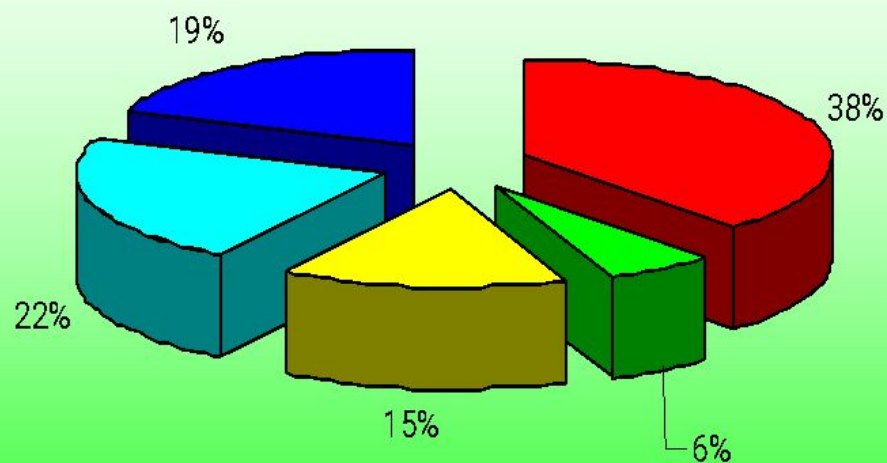
Тепличное овощеводство России сегодня:

- общая площадь зимних теплиц – 1,9 тыс. га
- сокращение площади зимних теплиц 1990 года – на 45%
- физический износ тепличных комплексов – 80%
- устаревшие технологии
- более высокая степень рисков по сравнению с современным западным бизнесом
- высокие расходы на электричество и газ

Маркетинговые исследования

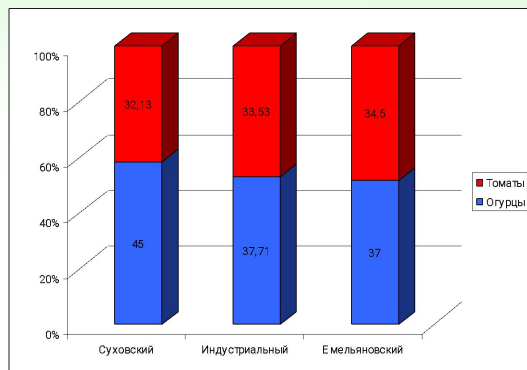


Маркетинговые исследования

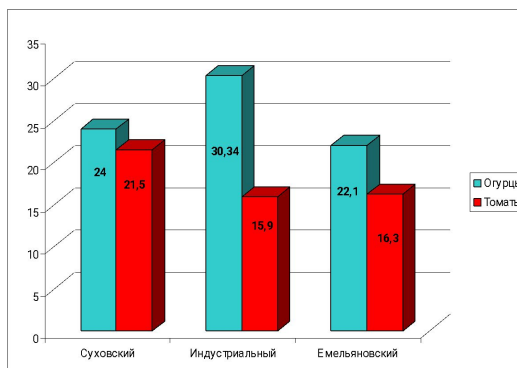


- Тепличные комплексы области
- Мелкие производители
- Производители из сопредельных регионов
- Производители ближнего зарубежья
- Производители дальнего зарубежья

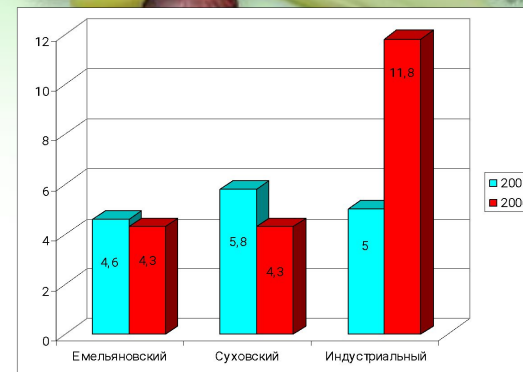
Маркетинговые исследования



Средние цены реализации на основную продукцию тепличных хозяйств в летний-осенний период



Урожайность основных возделываемых культур крупных производителей Новосибирской области и сопредельных регионов в 2006 году (кг/м²)



Рентабельность тепличных комплексов Новосибирской области и сопредельных регионов в 2005-2006



Газовая котельная



Газовые генераторы





Светокультура – огурец

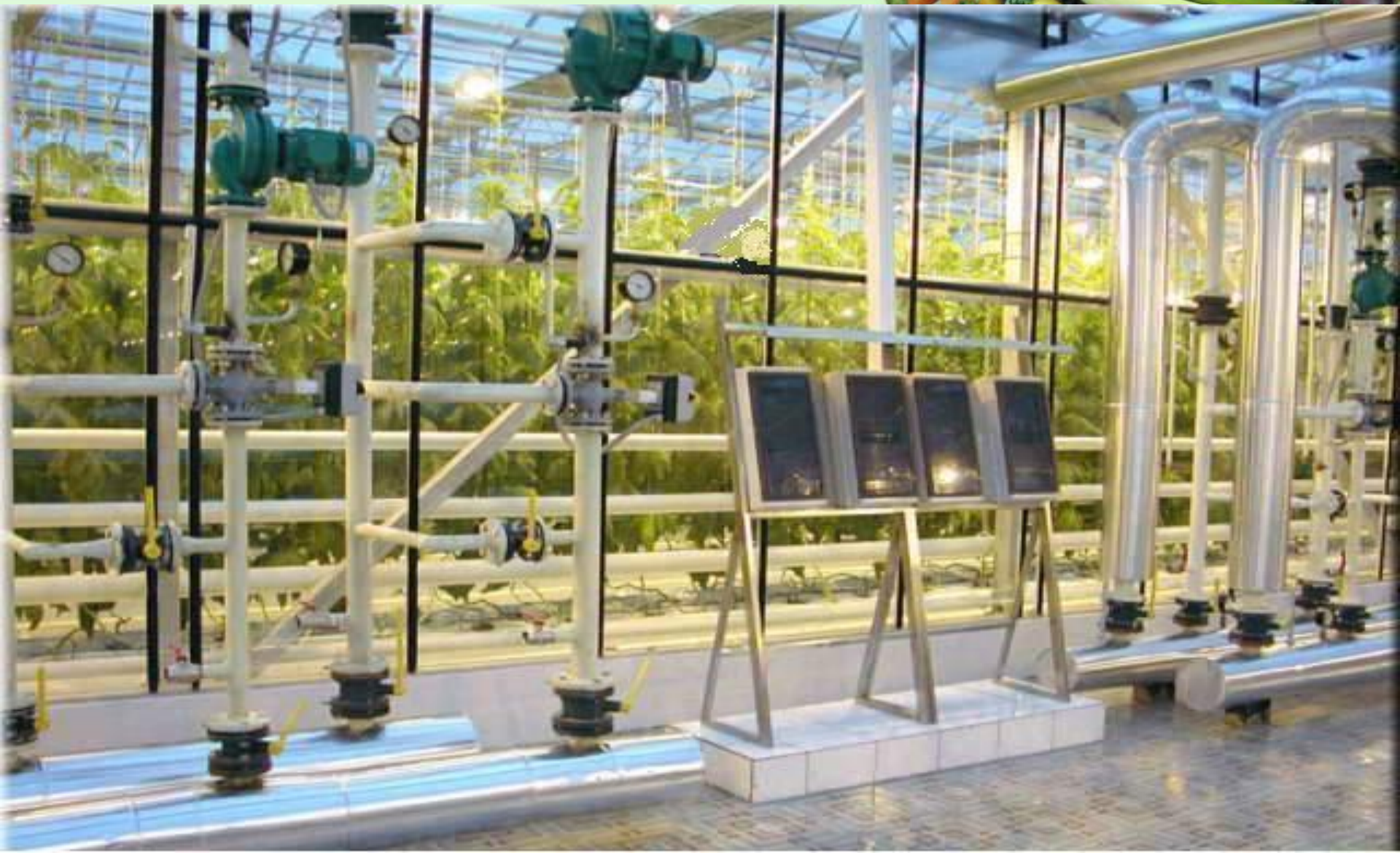




Система экранирования



Система питательного раствора





Производственное отделение – томаты





Производственное отделение – томаты





Салатная линия

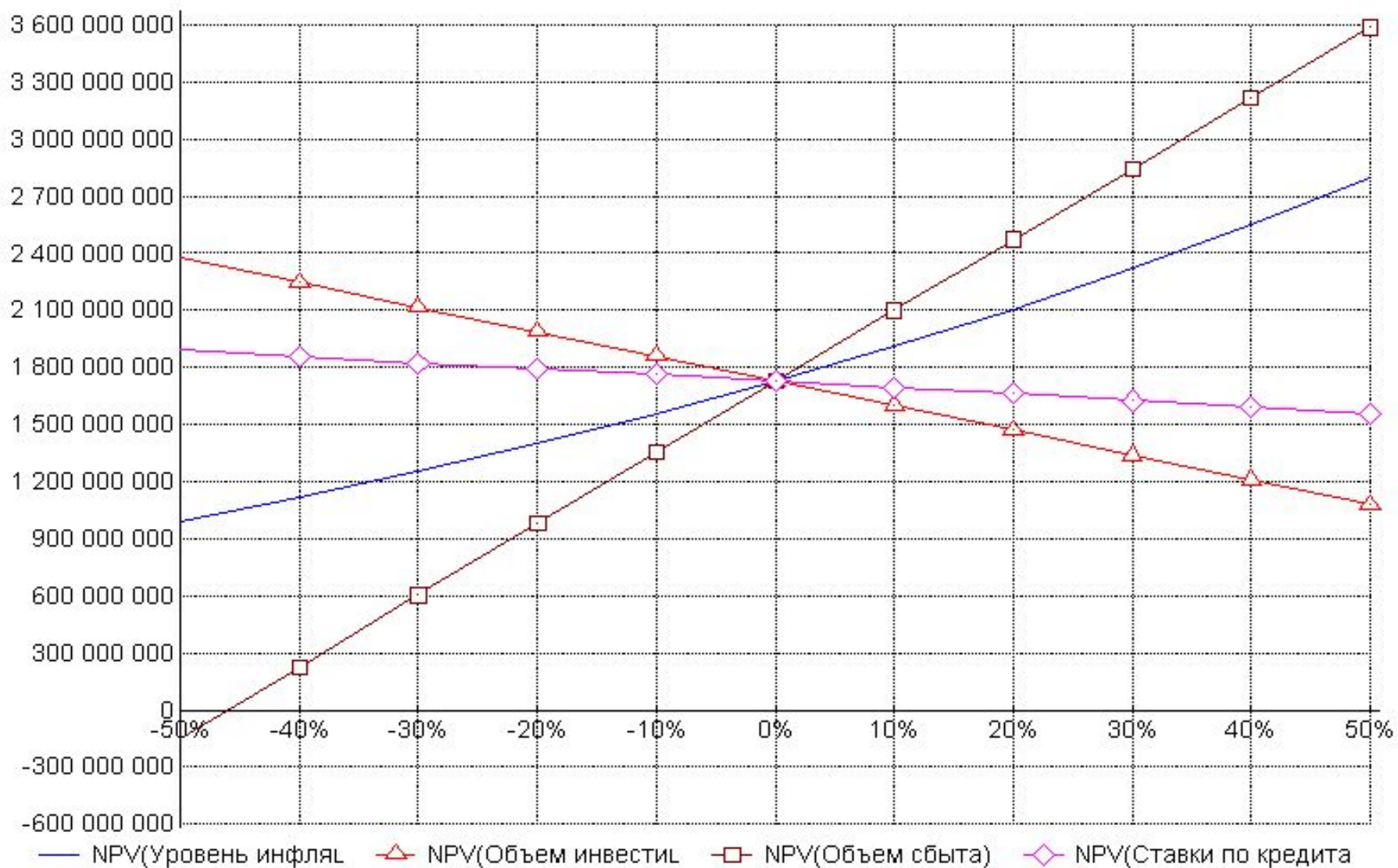


SWOT-анализ

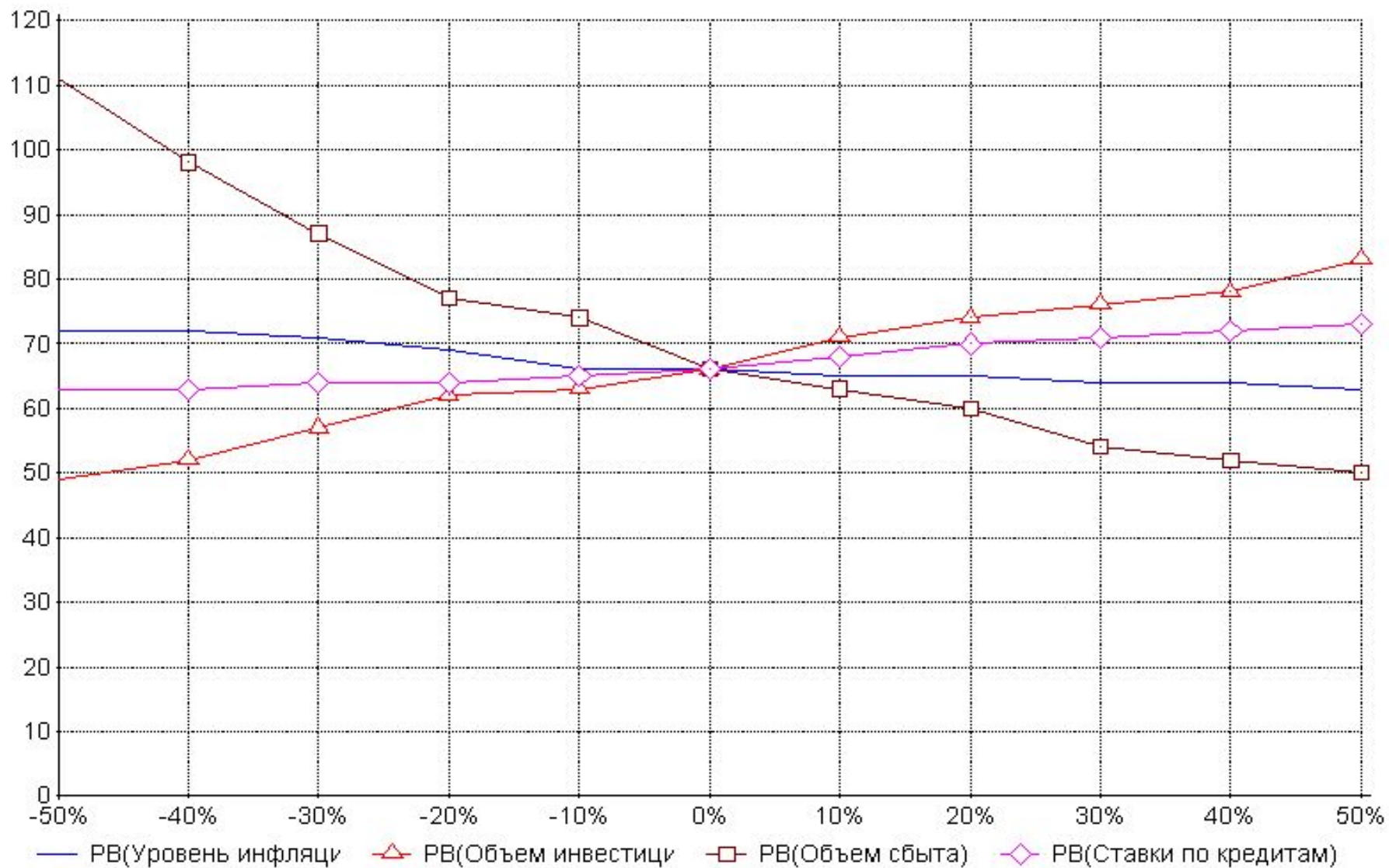


<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none">• Высокое качество продукции• Большие производственные площади• Гибкое производство• Контроль технологического процесса опытными специалистами• Широкий ассортимент продукции• Гибкая ценовая политика• Новейшие технологии производства	<p>Слабые стороны</p> <p>В первоначальный период производства:</p> <ul style="list-style-type: none">• отсутствие собственных торговых точек• отсутствие клиентской базы
<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none">• Привлечение новых клиентов• Увеличение доли рынка• Расширение ассортимента (например, перец, баклажаны)• Создание сети собственных торговых точек• Слабая насыщенность рынка овощной продукции защищенного грунта• Проникновение на рынки прилегающих регионов	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none">• Демпинговая ценовая политика региональных конкурентов, конкурентов из прилегающих регионов, зарубежных экспортеров, в особенности из стран Азии.• Внедрение конкурентами новых технологий• Расширение производственных площадей у конкурентов

Анализ чувствительности показателя чистого дохода



Анализ чувствительности срока окупаемости проекта





Рассадное отделение

