

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ЧАСТЬ ПРОЕКТА.

Команда Проекта предлагает ознакомиться с основными его базисными принципами, закладываемыми в дальнейшем в экономические показатели и получаемыми (по расчётам и планам Автора и Инициатора) посредством реализации ряда мероприятий и систем подхода к технико-экономической модели Проекта.

Рассчитываем, что подобная «пояснительная записка», представленная в отношении видимых нами реалий и поставленных перед собою задач, поможет составить наиболее полное представление о том, насколько мы владеем темой и серьёзно подходим к поднимаемому вопросу.

Также надеемся, что предлагаемая нами к реализации «механика» работы производства и процесса реализации конечных продуктов будет понятна и прозрачна потенциальному Инвестору.

Главная составляющая привлекательности Проекта – в его многогранности, в разностороннем подходе к возможностям, открывающимся в среде основных видов его производств и технологических процессов. Современные реалии диктуют свои условия, одно из которых заставляет искать пути решения для повышения устойчивости компаний, реализующих Проекты разной направленности. Автором Проекта разработаны и предусмотрены ряд обеспечительных мер, позволяющих превратить Проект в универсальный механизм, использующий как ранее применимые, так и отчасти абсолютно новые модели работы.

А. ТЕХНИЧЕСКАЯ И ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ (БАЗИС И РАБОЧИЕ МЕТОДИКИ) ПРОЕКТА.

Основным принципом Проекта можно считать условное определение «поглощая – порождай».

Объяснением подобной формулировки подхода следует считать таковые факторы становления, развития и дальнейшей работы Проекта, как то:

1. **Сам подбор продуктов Проекта** произведён таким образом, что каждая из его составляющих частей (направлений производства) ориентирована как на начальную, так и на конечную необходимость и пользу существования друг для друга завязанных в Проекте продуктов и схем их отношений.

Взаимозависимость и взаимодополняемость продуктов Проекта суть есть цепочка взаимосвязей, выстроенная методом такого подбора продуктов для производства, при котором они образуют своеобразный «круговорот» поглощения предыдущих и воспроизводства новых исходных и конечных продуктов. Позволяющих при этом каждому последующему или предыдущему продукту осуществлять своё развитие практически вне зависимости от сторонних факторов (поставщиков, посредников, промежуточных звеньев логистики и пр.).

2. Логическая цепочка развития продуктов Проекта выглядит следующим образом:

Проект изначально практически полностью обеспечивает себя исходным сырьём. Как для сектора птице- и рыбоводства, так и для всех прочих секторов.

- **Проект предусматривает обязательное создание собственной базы** воспроизводства наиболее ценного (основополагающего) поголовья. Инкубаторы птицы (утки, курицы, индюка, цесарки) и малька частиковых, хищника и осетровых, собственные маточные отделения КРС, МРС и иных сельскохозяйственных животных – обязательное условие существования устойчивости Проекта.

Формирование первичного поголовья происходит из частных хозяйств и из проверенных известных Автору Проекта источников, способных на основе методологических и лабораторных заключений подтвердить чистоту линии. А так же из природных естественных источников методами вылова представителей видов (в водоёмах, в средах естественного обитания видов и приобретением среди заводчиков из числа населения).

Специалистами Проекта будет, таким образом, вестись постоянная работа по ротации племенного поголовья с целью предотвращения внутриродственного вырождения признаков популяции. Собственная ветеринарная и лабораторная Службы Проекта – гарантия соблюдения чистоты и здоровья пород, качества поголовья и устойчивости их стандартных видовых признаков.

- **Собственная база семян и саженцев**, сформированная из ранее отобранного семенного и прививочного натурального фонда, - залог «здоровья» направления «овощи-фрукты-ягодные культуры». Отбор и постоянная работа над сохранением чистоты линии используемых посевных материалов базируется на методах контроля состояния почв, качеством вносимых удобрений, качеством ухода за растениями и соблюдении методов севооборота.

- **Проект предусматривает обязательное производство собственных кормов**, получаемых из наличия собственных урожаев (пшеница, ячмень, кукуруза, горох, овощные культуры и отходы фруктовых и ягодных угодий). Собственная кормовая база - одна из приоритетных задач Проекта. Её решение позволяет организовать как откорм поголовья чистым (первичным) сухим натурализованным продуктом, так и переработку части зерновых, их отходных номенклатур в гранулированный и экструдированные корма для использования в зимний период и для усиленного вскармливания.

- **Организация выращивания овощных, фруктовых и ягодных культур**, как одного из направлений Проекта, позволит не только обеспечить насыщение собственной торговой сети собственной же свежей продукцией, но и будет служить источником сырья для подразделений переработки, а также (в виде уже не

подлежащих переработке отходов и остатков) - кормовой базой для направления животноводства, птице- и рыбоводства.

- **Наличие собственного перерабатывающего производства** является дополнительным и исключительно стратегически важным положительным фактором, позволяющим в максимальной степени избежать прямых и косвенных убытков от потерь урожая и поголовья любого вида. Также наличие перерабатывающих модулей служит источником получения дополнительной прибыли и методом обеспечения торговых точек более широким ассортиментом и возможностью торговли в осенне-зимние периоды.

- **сама возможность существования в рамках Проекта растениеводства как вида деятельности** поддерживается возникновением и постоянным наличием источника органических удобрений, - отходов жизнедеятельности поголовья птицефабрики, животноводства. Наряду с организованным рыбоводством в естественных водоёмах и в УЗВ, растительно-гумусные отложения, переработанные в единый натуральный субстрат, КРУГЛОГОДИЧНО снабжают земельные угодья продуктами жизнедеятельности.

В качестве естественных материалов, предназначенных к участию в обороте для обеспечения целей и задач Проекта в части производства продукции на натуральной основе, будут преобразованы в быстро усваиваемые почвами следующие субстраты и смеси:

птичий помёт, навоз КРС и МРС;
термированный в торфяно-бустерные топливные массы и сожженный навоз прочих сельскохозяйственных животных;
зола от сжигания перьевых и костных остатков рыбо,- птице- и животноводства;
костная техническая мука из продуктов дробления костных масс;
водно-кровяные остатки от разделки тушек;
пылевые ферменты, солома и полова зерновых;
остатки травяных кормовых культур;
остатки овощных кормовых и продовольственных культур;
извлекаемые из открытых водоёмов методом их периодической чистки сапропель и донный ил;
осаженная при фильтрации водных производственных масс взвесь отходов жизнедеятельности рыб из установок замкнутого водоснабжения, - в цикле открытого ли полива в грунте или в виде капельного полива растворами в тепличных хозяйствах, при намётном распределении на посевных площадях.

Данные компоненты и остатки, - в иных коммерческих формациях, как правило, идущие в безвозвратные отходы, - на деле образуют высококачественные натуральные биомассы полусухого или растворного состава. В которых уже имеются практически все необходимые любой овощной или зерновой (ягодно-фруктовой) культуре ферменты и микроэлементы.

Таким образом, подобным видом ферментации отходов и методами их применения решается как проблема восстановления плодородности почв, так и проблемы утилизации отходов производства. И достигается одна из задач Проекта, - получение экологически чистой продукции без применения химических составляющих.

- мероприятия по борьбе с вредителями, заболеваниями растений, животных и птицы намечены из смеси классических методик применения органических (натуральных) компонентов и (с осторожным и выверенным подходом!) новых проверенных и рекомендуемых как проверенных препаратов, чью основу составляют официально признанные безвредными для человека вещества и ингредиенты.

Незаслуженно забытые и отодвинутые на задний план традиционные методики и средства, применяемые в условиях существования Советского Союза, на самом деле по-прежнему остаются и являются весьма оправданными и действенными. Применение в качестве инсектицидов для борьбы с вредителями дегтярных мыльных смесей, растворов табака или золы, медного купороса и известковых смесей на его основе, при обработке растений по-прежнему работают как против насекомых, так и против ряда гнилостно-грибковых поражений.

Профилактическое вскармливание птицы и животных марганцевыми растворами и растворами тетрациклина в раннем возрасте обеспечивают снижение падежа и расположенность молодняка к поражению пищеварительного и кишечного трактов. Вскармливание пером зелёного лука и чеснока, к примеру, предохраняет от лёгочных поражений и вирусных инфекций. А витаминизирование пантотеновой и фолиевой кислотой, тиамином и мезоинозитом (препаратами группы В) обеспечивало получение здорового поголовья на весь период их вскармливания.

Повальное же «увлечение» производителей современными разработками химической промышленности, имеющее место в последние десятилетия, являются неоправданными и небезопасными факторами. Проект намерен использовать подобные «достижения» современности исключительно в случаях крайней необходимости и строго в дозах и видах, не создающих угрозы вкусовым и структурно-биологическим факторам поголовий. Собственная ветеринарная и лабораторная службы Проекта будут постоянно мониторить, отслеживать и предупреждать риски преобразования новых препаратов в тканях поголовья в системные яды и канцерогены, не совместимые с признаками экологической, генной и биологической безопасности продукции. Данные мероприятия позволят продукции Проекта проходить любые проверки на качество продукции и её соответствие заявленным параметрам ЭКО-стандартов.

Выращивание зерновых культур и кукурузы позволяют обеспечивать обе части Проекта как подстилочным материалом для жизни птицы, так и основой для формирования гидропонных почвенных структур, применяемых при выращивании овощных культур в условиях теплиц.

Данному направлению в Проекте уделяется достаточно серьёзное внимание, поскольку в нём заложены к использованию собственные теплотворные

мощности. Их достаточность позволяет наладить в осенне-весенние сезоны производство наиболее востребованных групп овощей.

Строительство небольшого, но устойчивого тепличного хозяйства на приобретаемых участках, в составе которых наличествуют, помимо естественных водных ресурсов для полива, и высокотемпературные геотермальные источники с достаточным суммарным водным дебетом, существенно снижает затраты как на производство овощей, так и на производство целой линейки других продуктов Проекта.

3. Кормовая база поголовья Проекта.

- **Рацион питания выбранных к производству пород и видов** включает в себя фактически любые как растительные, так и животные источники и остатки. Именно данные особенности птицы, выбранной к производству как основного вида, и части видов рыбного поголовья, характеризующихся как потенциальные хищники (и в то же время являющимися представителями всеядных видов) служат практически идеальными факторами, повлиявшими на выбор их жизненного соседства в рамках Проекта. Как и на возможность обеспечения данных пород рационом и объёмом кормов, входящими в состав экструдированных масс. Что, кроме возможности организации полноценного питания, позволяет решать проблему утилизации отходов переработки практически на 100%.

По причине всеядности основных базисов Проекта (утки бразильской, рыб частиковых пород, сома клариевого, отдельных видов животных) проблема вхождения в состав кормов (в части содержания в них белков и протеина) решается не за счёт сои и иных включений, ныне целиком и полностью являющихся ГМО, а за счёт отходов от разделки самих этих групп. Не входящая в состав полезных мышечных масс фракция после переработки прекрасно потребляется и усваивается с пользой для обоих видов поголовья. Иными словами, любая из представленных групп поголовья способна встречно и взаимно обеспечить себя саму и другую белками и протеинами. Отходы убоя и разделки проходят обработку и входят в состав специализированного экструдированного корма.

- **Экструдированные корма собственного приготовления** из смесей, составленных по рецептурам и нормативам Министерства сельского хозяйства СССР, однозначно более сбалансированы, полезны и дешевле в производстве, чем любой из видов предлагаемых к приобретению со стороны комбикормов. При этом сохраняется полная гарантия норм вложений микроэлементов и основных наполнителей, равно как и гарантируется свежесть и действительная питательность компонентов. Экструдированный корм является плавающей субстанцией, что в несколько раз повышает эффект от его применения при откорме аквакультуры, поскольку при кормлении покрывает большие площади водоёмов и обеспечивает свободный доступ к кормлению всего водоёма. Корм поглощается практически без остатка как обитателями УЗВ, так и обитателями естественных открытых водоёмов, не оседая в донные массы и практически исключая недокорм поголовья. Что позволяет существенно экономить на

откорме. Корм, потребляемый прочими животными и птицей Проекта, лёгок в усвоении, поскольку не является тяжёлой фракцией, и на сегодняшний день является наиболее перспективной формой вскармливания.

- **Экструдированный корм усваивается и переваривается любыми видами сельскохозяйственных животных и птицы в разы лучше комбикорма**, что не может не отражаться на качестве питания и вкусовых свойствах поголовий. Биоорганическая составляющая собственных кормов, обеспечивающая баланс протеинов, наполнителей и микроэлементов, базируется на наличии собственных источников сырья. А именно: на зерновых, овощных и травяных культурах; на наличии биологических остатков (неликвидов) обработки от мясного и рыбного производства (потроха, шкура, головы, жир, костные остатки) при добавлении необходимых микроэлементов (соль, мел, витамины и поливитамины). Последние ингредиенты и приобретаются на стороне у лучших производителей данных компонентов, составляя ту самую минимальную степень зависимости Проекта от сторонних поставщиков.

Производимые в рамках Проекта корма универсальны, и способны быть применимы фактически в любом из направлений деятельности. Более того, их высокая питательная ценность существенно повышает нормы привеса в любом из прочих направлений Проекта.

- **Попутный продукт в виде не пошедшего в инкубацию утиного яйца** – ценнейший источник белка как для кормления рыбы осетровых пород, так и самой птицы, что позволяет полностью исключить применение сои и премиксов на её основе и на основе искусственных добавок. И начинать вскармливание поголовья с натуральных и естественных для вида продуктов. Кроме того, утиное яйцо – весьма популярный продукт в странах Юго-Восточной Азии. Некоторые партии данного продукта, не задействованного в собственном кормовом процессе, при наличии договорённости, можно поставлять как заинтересованным потребителям за рубежом, так и в адрес национальных групп (диаспор) на территории Москвы и России.

- **Собственные посевные площади** позволяют производить выращивание необходимых для кормления видов зелёных масс и заготавливать их впрок методом сушения. Что позволяет исключить закупку у сомнительных поставщиков, и осуществлять кормление как в свежем виде, так и в составе приготавливаемых кормов.

- **Наличие собственных открытых водоёмов, предназначенных для производства рыбы частиковых пород** (карась, карп, амур), позволяет иметь дополнительный источник реализационного разнообразия продукции. Частиковые породы, достигшие при передержке определённой навески (от 3.5 кг и выше) – неплохой источник дохода, поскольку по-прежнему пользуется спросом во многих сегментах рынка.

Опыт Автора Проекта показывает, что достигшая «стейкового» состояния рыба частиковых пород – продукт, имеющий крайне устойчивый спрос в сферах от рядового покупателя до категорий кафе, санаториев, точек общепита, переработчиков и пр.

В то же время пруды с частиковыми породами служат исправным и постоянным источником кормов в виде отбракованных малька и рыбы не реализуемых пород (мелочь второй и третьей групп). В свою очередь, практически любые отходы переработки зерновых служат кормом для обитателей данных «кормовых» водоёмов, служащих для Проекта источником как живого корма, так и кормового фарша для осетровых, судака, угря, рака, креветки и иных потребителей среди производимых аквакультурных видов.

- **Возможность выделения отдельных водоёмов** под выращивание таких необходимых мальковому поголовью и взрослым особям видов корма, как дафния, мормыш, червь водорослевый, личинка насекомых, вкупе с выращиванием нитяной ряски, кормовых водорослей, - существенная часть кормовой базы, способствующая как обеспечению подращивания малька, так и расширению рациона питания выростной рыбы открытых водоёмов и УЗВ. Полная независимость Проекта от поставщиков «первокорма» и дополнительных продуктов вскармливания – гарантия как постоянной возможности получения собственного малька, так и получения необходимых вкусовых качеств рыбы и условия сдерживания расходов на себестоимость.

- **Собственная гумусная база**, помимо непосредственного обеспечения удобрениями сектора растениеводства, при осуществлении её заполнения червём-переработчиком, в значительной степени обеспечит рыбное поголовье ещё одним важным элементом питания, - червём. При этом степень и скорость переработки помёта и навоза возрастает в разы, что снижает затраты на переработку этих фракций и даёт возможность использовать полученный гумус в сжатые сроки после его закладки.

Размножение червя носит стихийный характер, в десятки раз увеличивающий их начальное состояние. Его биомасса – существенный прикорм в рационе питания аквакультур.

Подобные мероприятия, наряду со сбалансированным выработанным кормом, и обеспечивают тот необходимый уровень вкусовых и органолептических свойств аквакультуры, получающей наиболее полный и естественный для неё рацион питания, который и отличает дикоросов от искусственно вскармливаемых видов. И который желаем к присутствию в продукции Проекта.

Площади зеркал данных водоёмов служат к тому же и резервными источниками водоснабжения как для систем УЗВ, так и для полива растительных культур и садов. Принимаемые дополнительные меры по вододобыче и транспортировке воды к объектам (бурение скважин, создание резервных гидронакопителей талых и дождевых вод) способствуют поддержанию необходимого водного баланса всех подразделений.

Разработанные и предусмотренные Автором Проекта кормовые резервы способны не просто полностью удовлетворить потребности Проекта в кормах для поголовья, но и получить превосходные результаты подобного вскармливания, применяя универсальные и натуральные субстраты для поголовья разных видов и пород.

4. **Дополнительные возможности Проекта**, существенно увеличивающие его экономический потенциал, с точки зрения развития перспектив.

- **наличие собственной тепловой угольной мини-котельной (теплоэлектростанции)** позволяет не только обеспечивать объект собственными же горячим водоснабжением, необходимым для работы цехов разделки и переработки, теплом для отопления производственных, жилых и прочих помещений, птичников и помещений УЗВ. Наличие подобной котельной посредством устройства тепловых воздушно-напорных сушилен позволяет расширить ассортимент производимой продукции, - от группы снеков до групп деликатесов, - вяленых мясных и рыбных продуктов, имеющих устойчивый спрос. Соответственно, наряду с реализацией продукции стандартными методами, возможна организация небольшой фирменной сети пивных маркетов, целиком и полностью обеспечиваемых мясными и рыбными снеками из собственных источников производства и переработки.

Также весьма перспективна и реальна возможность организации выращивания теплолюбивых пород рыбы и ракообразных без применения электрических подогревателей воды, путём сооружения вместо них в открытых и полуоткрытых водоёмах проточных теплообменников с горячей водой.

Наличие теплоэлектрической котельной позволяет иметь большой запас отходов в виде зольных остатков. Известна реальная методика применения данных отходов – производство стеновых строительных материалов и облегчённых технических золобетонов, из которых возможно производство широчайшего спектра строительных и отделочных материалов (блоки, кирпич, тротуарная и облицовочная плитки, заборные секции, садовый инвентарь, черепица и пр.). Собственно, наличие котельных на каждом из объектов позволяет производить как и самообеспечение зольным материалом, так и сушку данных изделий до степени значительной прочности. Сооружение РБУ и цеха по производству стеновых блоков, организация работ и услуг по доставке и укладке таких бетонов позволит как обеспечить Проект собственными строительными материалами для возможностей развития, так и увеличить прибыльность Проекта на весьма ощутимые показатели. Что при реализации строительных материалов на сторону даст возможность получения дополнительных финансовых резервов и перекрытия наиболее затратных позиций.

Отдельной статьёй экономии средств Проекта может стать организация отсыпки транспортных артерий к собственным объектам, технологических площадок и рабочих зон, - зольные остатки обладают достаточной прочностью, имеют запас

долговечности. Постоянство их наличия – залог поддержания состояния дорог и оснований в должном виде в течение многих лет.

Конечной перспективой развития данного направления могло бы стать направление строительства поселений коттеджного типа на отдельно приобретаемых земельных участках и их дальнейшая реализация. Автор Проекта имеет необходимый опыт, навыки организации и ведения СМР.

Наличие зольных остатков позволяет, к тому же, организовать отсыпку выгульных площадей птицы и эффективно поддерживать кожные покровы и оперение птицы в свободном от паразитов состоянии, - методом устройства зольно-песчаных «ванн». Что сокращает издержки на санитарную обработку птицы от кожных вредителей вроде пероеда и сезонных грибковых заболеваний кожи в процессе её роста. Обработка птичников и загонов для животных пылевой золою в смеси с пищевой содой способствует уничтожению плесневого и дрожжевого грибов, имеющих свойство возникать в данных помещениях.

- **собственные мощности по убою/разделке продукции** – ещё один потенциальный и перспективный источник прибыли.

Наличие отходов животного происхождения и аквакультуры, кроме производства экструдированных кормов, ещё и возможность производства таких видов продукции, как корма для домашних питомцев (кошки, собаки, иные виды), употребляющих в пищу подобные субстраты. При этом имеется возможность занять определённый сегмент российского рынка, представив на него собственную линейку подобной продукции, - от сухого корма до консервированного.

- **собственные водные ресурсы (водоёмы, пруды)** – факторы, имеющие огромные перспективы развития направления производства естественных кормов для реализации на сторону. Быстрорастущие породы частичковых культур (после насыщения собственных потребностей подобными материалами) имеет смысл пустить в переработку для производства рыбного фарша (свежего и замороженного), который используется для выращивания аквакультуры. Дефицит рыбного фарша в России – более 92% от требуемого объёма подобных видов кормов.

- **собственные мощности по производству экструдированного корма**, увеличенные до новых расчётных параметров вместе с приобретением дополнительных посевных площадей и с ростом показателей Проекта по производству птицы, рыбы и с/х животных, способны позволить наладить выпуск подобного корма в объёмах больше требуемого. С которыми можно выйти на рынок.

Востребованность качественных отечественных кормов по удобоваримой цене с трудом поддаётся переоценке. Собственная линейка сухих сбалансированных кормов – весьма выгодное предприятие. Согласно данным Евразийского Аквакультурного Альянса, в настоящее время в Российской Федерации дефицит отечественных кормов для всех направлений сельхозпроизводства уверенно и в течение последних 10 лет держится на уровне 78 %.

- ещё одним из крайне перспективных направлений деятельности Проекта – организация выращивания такой крайне востребованной породы млекопитающих форм, как **олень северный**.

Потребности рынка (в том числе зарубежного) в виде свежей и переработанной оленины, а равно как и пантов, очень и очень обширны. Диетическое и деликатесное мясо имеет высокие цену и отменные вкусовые качества. Опыт разведения данных животных на территории Липецкой области говорит о том, что данная порода прекрасно адаптируется к климатическим условиям и кормовой базе Средней полосы России, не теряя своих первородных качеств. Автору Проекта видится не просто вполне возможным, но даже необходимым развитие такого направления в составе продукции Проекта.

- **наличие производства птицы, МРС и прочих сельскохозяйственных животных** – основополагающий фактор для создания производства востребованных предметов обихода, предметов для туризма и досуга, а также для рабочего технического обеспечения.

Планируемые к выращиванию в рамках Проекта виды поголовья относятся к категории многоцелевых:

- птица;
- МРС (овцы мясо-шерстяных пород);
- КРС (як, буйвол);
- нутрия.

Кроме получения мясопродуктов, данные базисы Проекта дают возможность получения таких попутных продуктов, как пух, шкура, шерсть.

Данные материалы предполагается использовать для организации мини-производств по изготовлению утеплённых изделий, - рабочей одежды, обуви, спортивного и рыболовно-охотничьего снаряжения, - вплоть до изделий **high-level products**.

Собственный цех обработки перьевых масс, шкур и шерсти на уровне добротной скорняжной мастерской, при наличии договорённости о сотрудничестве с частными ателье и обувными фабриками позволит наладить выпуск линейки спортивной, рабочей и даже модной одежды и обуви. Дублёнки и стилизованные виды зимней меховой, кожаной и смешанной одежды; унты и утеплённая обувь на натуральных мехах и с подкладом из шерсти; куртки, брюки, накидки, спальные мешки и стёганные одеяла, рукавицы и перчатки - вот далеко не полный перечень возможной выпускаемой продукции. Кроме того, качественной выделки кожа буйвола – дорогой и постоянно востребованный материал для автотелье, используемый для перешива сидений, деталей интерьера.

Использование мощностей и опыта производителей одежды и обуви из стран-участниц ЕврАзЭС и СНГ (Армении, Белоруссии, Узбекистана), кожевенных предприятий Турции, а так же российских партнёров, испытывающих определённые сложности с заказами, может стать основой для получения источника дополнительной прибыли, взросшей на источниках собственного сырья.

- наличие собственных земельных и водных ресурсов, базисов производства Проекта и финансовых инструментов позволяет обеспечить развитие таких направлений, как агро- и экотуризм.

Небольшие ареалы в виде территории с водоёмом, гостевыми домиками и представленными при поселении культурами и животными/птицей, охваченные туристическими маршрутами по договорённости с туроператорами, представляют на сегодняшний день немалый интерес для городских жителей вместе с их детьми. В случае расположения подобной структуры на территории, имеющей геотермальные источники и выходящие на поверхность вулканические грязи, объект способен нести в себе и иное (дополнительное) назначение: организацию бальнеолечебницы.

Предоставляемый гостям в подобных формациях спектр услуг может быть довольно широким. Организация санаторно-курортных и косметических процедур, ознакомительных и обучающих экскурсий и проживания, питания и полезного досуга (рыбалка, велосипедные и автомобильные маршруты, обучение ведению приусадебного хозяйства, участие в процессе ухода за животными, организация пикников на природе); реализация гостям готовой продукции Проекта, семян, саженцев, малька и потомства, - список подобных мероприятий довольно обширен. Данный вид попутной деятельности способен стать одним из дополнительных источников пополнения бюджета Проекта как с точки зрения реализации собственных услуг, так и в виде государственного финансирования на развитие данных направлений, широко предлагаемых Правительством в настоящее время и на будущие периоды развития.

ПОДВОДЯ ИТОГИ по аспектам первой части концепции Проекта, следует выделить несколько основополагающих моментов, призванных сделать Проект максимально привлекательной и финансово устойчивой единицей:

- разработанные и принятые на вооружение методы реализации Проекта вне всяческого сомнения способствуют высокой его эффективности по причине способствования получению продукции с минимальным уровнем себестоимости;

- предусмотренные меры и методы работы гарантируют высочайшее качество и экологическую безопасность выходящей продукции, отличающейся отменными вкусовыми свойствами;

- в Проекте подобраны и заложены исходные базисы из числа наиболее востребованных и способных к множению из себя целого ряда попутных и сопутствующих (новых) видов продуктов, несомненно имеющих высокий уровень спроса;

- благодаря планируемым методам работы и набору базисов Проект максимально защищён от негативных факторов в виде кризисных и инфляционных факторов, от рисков колебаний спроса;

- Проект в максимальной степени защищён от внешнего воздействия на его результаты (намеренных или форс-мажорных) со стороны поставщиков,

партнёров и их собственной устойчивости в условиях волатильности рынка и риска их ликвидации в силу неверной финансовой политики;

- **Проект имеет далеко идущие перспективы**, претендуя на разряд структур, «не складывающих яйца в одну корзину». Высокая степень гибкости и разнообразия направлений способны поддерживать друг друга при колебаниях экономики, сезонности и переходных (стартовых) периодах;

- **указанные предыдущие факторы** способны обеспечить высокий уровень доходности Проекта наряду с быстрым ростом стоимости непосредственно активов предприятия как объекта высокорентабельной деятельности.

V. ПОЛИТИКА И МЕТОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

Во второй части Концепции отображены все намеченные принципы реализации исходящей продукции, а так же те, которые имело бы смысл дополнительно развивать в рамках сотрудничества Проекта с источниками инвестирования. Некоторые принципы реализации взяты из ранее практиковавшихся, остальные являются симбиозом консервативных и новаторских подходов современности к проблемам реализации продукции.

Реализация ассортимента и объёма производимой продукции предполагается исключительно в собственных торговых точках, через собственные виды услуг, торговые площадки и Службу Сбыта, а также методами территориальной сети представителей, нацеленных на прямые продажи непосредственному (конечному) потребителю, минуя посреднические схемы.

Данные способы позволят получить абсолютную полноту собственного контроля за реализацией. Главным положительным моментом таких способов реализации (не допускающим в торговом процессе сторонних организаций) является исключение риска возникновения влияющих на уровни продаж факторов, возникающих у партнёров случайного или даже постоянного характера, существенно снижающих конечную цену, суммы, объёмы реализации и итоговую выручку компании.

Присутствие в реализационной схеме сторонних организаций, даже имеющих внешне выраженные и активно проявляемые признаки лояльности к продукции Проекта, крайне часто таит в себе риски возникновения ситуаций и факторов, негативно влияющих на имидж компании и конечное реализационное качество продукции. Передача ТМЦ из новой линейки продуктов (тем более из категории элитных) стороннему участнику сделки (посреднику, дилеру, спекулянту, ритейлеру) в большинстве случаев таит в себе ряд угроз, ведущих к слабости продаж в настоящем времени и к потере интереса к продукции Проекта в будущем.

Вольное или невольное несоблюдение «посредником» сроков реализации, нарушение температурного режима хранения и порча товара, нестабильность заявок, чрезмерная затоваренность продукцией конкурентов Проекта; конфликты

с контролирующими и надзорными организациями, влекущими приостановку деятельности или её полный запрет; переоценка реализационных возможностей торговых точек; неверный анализ партнёром покупательского спроса и платежеспособности населения региона, недостаточность опыта в реализации продукции высоких категорий - вот далеко не полный перечень рисков для продукции Проекта в подобных ситуациях. Потенциальный покупатель реагирует на каждый вид продукции как на «свой» вариант, приемлемый для него и применимый к нему. Переоценка же партнёром своих возможностей и спроса рынка столь же губительна, как и недооценка своей способности правильно подать не рядовой товар. Как результат – приобретённая продукция Проекта становится для партнёра не источником прибыли, а обузой, оборачиваясь убытками.

Сделки с подобными партнёрами изначально или по прошествии небольшого периода времени начинают носить разовый или затянуто-периодичный характер. Нарушенный же единожды принцип успешного грамотно организованного вхождения группы товаров в регион или «колеблющаяся синусоида» принципов их успешной реализации в результате возникающих у партнёра проблем из-за перебоев с наличием или переизбытком не реализованной продукции Проекта, как правило, создаёт прецедент товарного вакуума или залежи неликвида.

Ту ситуацию, которая называется «угодьями выловленной щуки»:

освободившееся охотничье место хищницы тут же занимается конкуренткой. Тот вариант, когда угроза поглощения столь неустойчивой ниши конкурентами начинает превалировать над самой возможностью соблюдения единой политики качества и цены, своевременности пополнения торговых запасов, должными практиковаться компанией Проекта. Возникает подобный нонсенс, когда предприниматель или структура сама себе создаёт конкуренцию: потребитель (в силу прерывания стабильности поставок или скачков цен) реагирует на дефицит и неустойчивые ценовые показатели предпочтением продукции такого конкурента. Что нивелирует Проекту источники будущих прибылей в перспективе.

«Утешения» в виде полученной предоплаты за единожды отпущенный оптом на сторону товар не может служить признаком отсутствия дальнейших затруднений с реализацией продукции Проекта на данных направлениях. В удаленных территориально административных единицах, где продукция Проекта ещё «плотно» не представлена наличием региональных складов и торговых предприятий, существуют риски «застаивания» продукции, завозимой туда ритейлом и мелкими поставщиками, - как на период знакомства с нею рядового потребителя, так и на периоды запоздалого налаживания партнёром связей с организованными коммерческими формациями своего региона.

Против имиджа Проекта, качества его продукции и ценового сегмента начинают работать следующие факторы:

- **ВРЕМЯ.**

Значительная часть ассортимента Проекта – продукция свежего сегмента. Сроки хранения которой чётко обозначены. Задержки её реализации на период перевозок, хранения на РЦ, выкладку и знакомство с продукцией потенциального

потребителя – факторы, неумолимо сокращающие сроки реализации. При этом поставщик такого товара уже не имеет возможности влияния на ситуацию, поскольку не имеет там регионального диспетчера. Внутри же собственной структуры реализации Проекта не нашедший реализации один вид продукции может быть заменён с минимальными затратами времени и средств, либо переработан в другой с целью реализации другим категориям потребителей. Как пример: не нашедший сбыта 1 кг охлаждённой утиной грудки при цене в 450 рублей может быть переработан при минимальных затратах в 580 граммов снека или 670 граммов сыровяленого хамона, и продан не менее, чем за 1250 рублей за килограмм.

- «КРИЗИС НЕЗНАКОМЦА»

Практика показывает, что в продвижении собственной продукции более всех заинтересован сам Производитель. Беспокойство за судьбу продукта и вложенных в него денег, отсутствие сомнений, что его собственный продукт самый лучший – достаточно серьёзный повод для организации серьёзной рекламной компании на постоянной основе. Чем не особо озабочены иные коммерческие формации, предпочитающие не осуществлять «лишних» затрат в маркетинговую поддержку стороннего продукта. Благо, что таких продуктов в его распоряжении вполне достаточно.

Возникновение «кризиса незнакомца», сопровождающего новый и не знакомый потребителю товар – достаточно высокий уровень рисков для выпускаемого продукта. Единственное верное решение в таком случае – организация рекламных мероприятий на период, достаточный для «раскрутки» продукта или всей их линейки. Однако данные мероприятия разумны и экономически обоснованы в отношении продукта, находящегося по «адресу» их реализации, то есть при условии распоряжения им непосредственно Производителем. Те же затратные мероприятия, проводимые в адрес товара, хоть и произведённого одним адресатом, но находящегося у стороннего лица и не отличающегося у него спросом, суть будет нонсенсом и зачастую не действенным затратным явлением, несущим прямые и косвенные убытки.

- ТОВАРНОЕ СОСЕДСТВО.

В основной массе представленного в стране ритейла активно набирает силу линейка «социализированных» товаров марок «Моя цена», «Лента», «Семейный бюджет» и прочих, включающих в себя широкий спектр товаров (от свежей продукции до консервации и заморозки), произведённых на заказ ритейлера выбранными им посредством тендера компаниями-производителями откровенного суррогата. К таким компаниям активно добавляются всё новые производители, недавно «выскочившие» на рынок. И уже представленные в большинстве регионов.

Как правило, качество подобных товаров крайне низко, однако они резко выделяются своей малой ценой. На их фоне любая соседствующая с ними на одной полке продукция, имеющая более высокий ценовой сегмент, выглядит если не пугающе, то, по меньшей мере, неуместно и странно. В силу неоднородности покупательской способности населения по регионам, его менталитета и

предпочтений по привычным данному населению качеству и цене на продукцию, даже реально обладающие высоким качеством продукты были и пока остаются там «чужаками» в «войне ассортиментов».

Качественная продукция, теряясь среди предложений производителей откровенной халтуры, остаётся практически не реализованной. Более того, цена за высокое качество в данном случае играет роль раздражителя, что выражается в осознанном или подсознательном отторжении населением более качественной, но не дешёвой торговой марки, представленной тем или иным её производителем. основополагающим фактором выбора покупателем товара в целом ряде торговых предприятий является цена. Желательно максимально низкая.

Подобным же путём ошибок в основном идёт большинство иных компаний и частных предпринимателей, завозящих в свои торговые точки продукцию, подобную продукции Проекта, для ассортимента ради самого ассортимента. При этом существующая разница между методами работы ритейла, последствиями для его экономики и экономики более мелких игроков, крайне и значительно противоположны.

Получивший свою «входную маржу» ритейлер, часто имеющий преференции от государства и работающий на условиях отсрочки платежа за поставленный товар, не особо беспокоится о судьбе подобных ошибок своих категорийных менеджеров при приобретении столь разных категорий продуктов. Ошибки же его более слабых «собратьев по торговому цеху» оборачиваются для них существенными убытками. При этом и население региона, и представленный там ритейлер, и коммерческие структуры делают крайне неутешительные и зловерные для имиджа высококачественной группы товаров громкие выводы во всеуслышание о её «неходовых» свойствах.

Итог один: данный регион, в силу слабой ли покупательской способности, в силу ли неверного подхода к реализации продукции высоких категорий, но попадает (в отношении подобных товаров) в разряд депрессивных. С этого дня вход в данный регион для продукции подобного плана может быть закрыт на длительный период. Или повторное вхождение товара даже с организацией в нём опытного собственного оператора Проекта будет сильно затруднено и связано со значительными затратами на его повторную «раскрутку» и «реабилитацию».

- **ТРАДИЦИИ И УСТОИ.**

К выше озвученным причинам ошибок и недоработок организаций и предпринимателей, получающих продукцию от поставщиков вроде продукции Проекта, следует добавить очередную, - характеризующую недостаточное изучение особенностей региона и местного рынка.

В Российской Федерации и странах СНГ во многих регионах всё ещё жив и силен уклад жизни, при котором в большинстве подворий традиционно выращивается собственная продукция сельскохозяйственного назначения. При этом её качество находится на достаточно высоком уровне.

В силу данных причин попытки реализации продукции высоких категорий (или завозной сельхозпродукции в принципе) в этих регионах равносильны попыткам продать лодку владельцу судовой верфи. Попытки агрессивного или неумелого маркетинга с массивными представлениями продукции в подобных

территориальных формациях практически всегда наталкиваются на пассивное противление населения к принятию новых товаров. Поскольку традиционные уклады жизни и традиции формировались под воздействием национальных особенностей, вкусовых и пищевых предпочтений, социального менталитета.

Подобных явлений не наблюдается в иных (как правило, более развитых экономически и социально) регионах, где подавляющее большинство населения занята в сфере услуг, где при этом высока степень коммерциализации занятости и налицо преобладание непроектной деятельности. Как правило, концентрация денежных масс в таких административных образованиях крайне или достаточно высока. Гораздо выше, чем в формациях с преобладанием производственных кластеров. В данных регионах сельское хозяйство либо не является приоритетным направлением, либо находится на уровне, позволяющем их населению выбирать прежде всего наиболее качественный товар. Именно на такие регионы и настроена деятельность Проекта, как на регионы с режимом наибольшего благоприятствования развитию.

Проект не предусматривает ведения активной деятельности по реализации продукции в проблемных региональных образованиях, а также не считает возможным способствовать попыткам внедрения своей продукции в подобные административные единицы через сторонних партнёров. Вхождение продукции Проекта в некоторые регионы будет избирательным и точечным, согласно наличествующего или созданного соответствия ассортимента продукции, выработанной ценовой политики, адаптируемой к местным реалиям рынка и покупательского менталитета.

- **ВЫСОКАЯ НАСЫЩЕННОСТЬ КОНКУРИРУЮЩИМИ СТРУКТУРАМИ.**

Автору Проекта, безусловно, известно, что «каждый приход бывает отдан только одному епископу».

Высокая концентрация потенциально конкурирующих структур – фактор, негативно влияющий на саму возможность развития полноценной торговой сети в тех или иных (определённых) региональных образованиях. Определяющим фактором организации регионального склада и торговых точек в таких регионах в данной ситуации является удачное сочетание таких величин, как численность и плотность населения, его покупательская способность и готовность населения к потреблению всего разнообразия представляемой продукции. При невысоких требуемых показателях спроса и наличии большого числа прямых конкурентов в производстве продукции, аналогичной продуктам Проекта, следует избегать принятия решения о вхождении на подобный рынок. Поскольку разветвлённый местный производитель или присутствующий в регионе крупный холдинг есть прямая угроза благополучию Проекта, - экономическая, политическая и даже криминальная. Местничество, кумовство, лоббирование интересов коренных обитателей или прочно вшитых в экономические формации региона холдингов на уровне администраций, – все эти факторы не добавят Проекту как чужаку необходимой устойчивости. Задача Проекта – не погрязать в борьбе, а находить ниши и решения в более комфортных условиях.

Напротив, - если регион, даже изобилующий производителями, в силу высокой концентрации и ротации платежеспособных групп населения, в силу готовности таких групп потреблять значительные объёмы продукции, отличается активными потребительскими свойствами, данные регионы следует однозначно включать в первоначальные, главенствующие списки развития географии Проекта.

Примерами таких образований следует считать прежде всего Крым, Москву, Санкт-Петербург, некоторые северные, северо-восточные зоны страны и ЮФО с его курортными зонами и городскими образованиями. В подобных формациях на целый ряд продукции существует не просто устойчивый спрос, - на неё существует дефицит. Дельта между предложением и готовностью к потреблению часто колеблется в пределах нескольких разрядов сравнительных величин.

Сотрудничество с ритейлом столь же непредсказуемо и ненадёжно. При рекомендуемых собственных методах и политике реализации Проект не платит ритейлеру различного рода «взносы», не зависит от колебаний спроса у ритейлера, вызванного сезонностью, его организационными, логистическими или финансовыми трудностями. А чаще – порождённых негативным влиянием на его заказы прямых конкурентов продукции Проекта. Опыт работы Автора Проекта с ритейлом говорит о том, что рано или поздно поставщика «подсидивают», курирующую его поставки группу «перекупают». Товары «задвигают», представляют не полным ассортиментом или же вовсе длительное время не выводят со склада. В отношении поставщика начинают проводить политику выкрученных рук, - с каждым последующим периодом ритейлер требует снижения цен поставок, занижает количество заказываемого товара, ищет причины указать на недостаточно качественный товар, его порчу; реже ставит поставщика в график поставок и так далее. И поставщик уходит, дабы подобная «работа» не переросла из прибыли в убытки.

В случае же «обрастания» компании собственной сбытовой сетью её бренд становится прежде всего **ОБОСОБЛЕННЫМ, НЕЗАВИСИМЫМ**. И, как следствие, впоследствии узнаваемым, привычным к приобретению, любимым и предпочтительным.

Задача собственных торговых сетей, служб Сбыта и территориальных представителей (далее Диспетчеров, аккредитованных Проектом на сдельно-премиальной оплате труда) – обеспечение бесперебойных централизованных поставок с соблюдением сроков реализации продукции; реализация продукции непосредственному потребителю по твёрдым и единым розничным и мелкооптовым ценам. То есть, обеспечение получения за реализуемый продукт максимально возможной и в то же время не отталкивающей потребителя цены; снижение (минимизация) неактуальных и недейственных затрат на продвижение продуктов Проекта на рынок, не способных и не могущих вернуться в бюджет Проекта в ближайшей перспективе.

Для реализации данных стратегических задач в рамках Проекта организуются несколько видов торговых предприятий и применяются следующие методы реализации:

- стационарные фирменные мини-магазины.

Подобная форма торговли в формате **bottega** (лавочка, лавка, торговая контора, итал.) способна существовать как в рамках стационарного мини-магазина площадью до 36 кв.м., - в объектах недвижимости, в составе градообразующего фонда в виде встроенных в здания помещений, - так и в виде отдельно стоящих зданий и сборно-разборных павильонов.

Последний вариант относится к категории первично предпочтительных, поскольку, в отличие от недвижимости, обладает целым рядом преимуществ. Начиная от небольшой стоимости изготовления и оборудования такой точки реализации, простоте и скорости монтажа; минимума предъявляемых требований (как в части соблюдения принципов гражданского общежития, так и со стороны надзорных органов), неограниченности числа устанавливаемых модулей для разделения (при необходимости) товарного соседства, и заканчивая возможностью смены дислокации, переоборудования и даже продажи.

Число павильонов и выбор ассортимента в составе его товаров индивидуален, поскольку зависит от насыщенности района дислокации конкурирующими структурами и иными факторами, определяющими стратегию и тактику торговли в заданном районе.

Места размещения – крупные города, центры административных образований: Москва и область; Санкт-Петербург; курортные зоны Черноморского побережья Кавказа и Крымского полуострова. В данных образованиях это мелкооптовые и розничные продовольственные рынки; спальные районы городов в ареалах проживания населения с разным уровнем доходов; места массовых дачных массивов и зон активного отдыха (побережья, центры курортных зон и т.д.). Согласно предварительных расчётов, вся масса производимой продукции и будет реализована именно в этих административных образованиях. Планируемое число данных торговых точек составляет 80-85% от их общего числа.

Вторыми по значимости точками реализации являются расположенные в объектах недвижимости (жилых домах, офисных зданиях, иных формациях) и в отдельно стоящих зданиях. Подобные точки рекомендуются к созданию в элитных районах проживания населения с уровнем дохода средним и выше среднего. Ассортимент максимально полный; в данных магазинах традиционно представлена линейка самых качественных продуктов, которые способен дать Проект. Необходимое число подобных «точек» - 15 - 20% от общего числа.

При выборе мест расположения стационарных торговых предприятий следует учитывать такие факторы, как наличие поблизости потенциальных потребителей продукции Проекта (кроме населения): общепита разных категорий, гостиниц, мест отдыха и массовых мероприятий; спортивных сооружений и фитнес-центров; объектов туризма и санаторно-курортного комплекса.

- передвижные (мобильные) павильоны фирменной выездной торговли.

На базе коммерческих автомобилей малого и среднего тоннажа. Возможность организации реализации продукции в местах, где отсутствуют или не предусматриваются стационарные торговые точки. Участие в ярмарках, выездной торговле в не охваченных зоной покрытия торговой сетью Проекта регионах и районах («гастрольная» торговля); возможность предложить продукцию Проекта в местах массовых скоплений потенциальных потребителей. Выгодно отличается от торговли в палатках и с лотков качеством хранения продукции, мобильностью, соблюдением санитарно-гигиенических требований к продукции.

- **выездная торговля живой рыбой** со специально оборудованных живорыбных машин.

Основное преимущество состоит в возможности доставки к потребителю живого продукта и представлении его в максимально выгодной позиции. В отличие от большинства видов прочей продукции, не имеющей возможности быть представленной потребителю в предубойном состоянии, живая рыба является исключением из правил, выбор которой потребителем происходит при визуализации её прижизненных качеств. Метод торговли, позволяющий существенно расширить географию сбыта и организовать доставку постоянно свежего продукта до местного и удалённого потребителя.

- **стационарные точки фастфуд и «уличной еды» с реализацией фирменных блюд и закусок, выработанных из продуктов Проекта.**

Подобные структуры, имеющие высокий уровень популярности, особо в крупных городских формациях имеют свойство перерабатывать и реализовать довольно существенные объёмы продукции. Собственные их объёмы продаж, представленные широким спектром производимых видов блюд и закусок, позволяют полностью загрузить подобные заведения сырьём от Проекта. Ассортимент которого способен обеспечить точки фастфуда весьма интересным меню с высокими качеством и вкусовыми свойствами. Оригинальные собственные рецептуры и заимствованные из кухни народов мира «фишки» такого меню (преимущественно из стран Юго-Восточной Азии) будут выгодно отличать заведения Проекта от конкурентов. Размещение первоначально предусмотрено на территории ЮФО с перспективой выхода на московский регион.

- **передвижные точки фастфуд.**

Аналог стационарной модели, с перспективой присутствия в не охваченных «стационарами» местах торговли.

- **организация производственного цеха полуфабрикатов и заготовок для обеспечения центров заказов и точек фастфуд.**

Снабжение собственных предприятий быстрого питания, а также выполнение заказов доставки отдельных категорий готовых блюд на дом, предусмотрено

посредством создания централизованного производственного цеха, служащего основным поставщиком заготовок, полуфабрикатов и готовых форм (консервация, предварительно термически и механически обработанные продукты), используемых в приготовлении блюд, непосредственно к местам дислокации точек фастфуд и «уличной еды». Обеспечивает как дневной запас сырья для близлежащих точек реализации, так и трёх-пятидневный запас для удалённых. Предприятию питания остаётся лишь использовать готовые формы и заготовки, проведя их термическую подготовку или приготовление в пароконвектомате (во фритюрнице, на электросковороде, на огне).

- собственные магазины продуктов для здорового и спортивного питания (фитнес-направление) с функциями доставки партий продуктов на заказ в регионы, не охваченные стационарными торговыми предприятиями Проекта.

Обособленная линейка отборных продуктов, максимально соответствующих нормативам спортивного питания, по параметрам жирности, содержанию витаминов и липидов, полезных включений и диетических свойств. Производится на главном перерабатывающем предприятии Проекта. Предполагается открытие нескольких магазинов в ЮФО и в Москве.

- торговля через интернет-сайты, интернет-магазины.

Производится со складов (головного и складов в регионах присутствия торговых предприятий Проекта).

- Прочие виды реализации, связанные с присутствием в регионах или с централизованного склада Проекта, предусмотрены в следующих вариациях и методах:

- доставка заказов (готовых блюд и сырья, полуфабрикатов) на дом;
- торговля методом заключения договоров на поставки в адрес посетителей оздоровительных учреждений и фитнес-клубов;
- заключение договоров на организацию поставки продукции и организацию питания в элитные учебные, лечебные, учебно-воспитательные учреждения;
- централизованные поставки hotesa;
- методами участия в тендерах поставок особым группам потребителей;
- методом организации прямых поставок компаниям ближнего и дальнего зарубежья;
- методом организации буфетов и столов заказа в престижных офисных конгломератах;
- методом реализации продукции через организацию эко-, агро - и ознакомительного туризма (прямые продажи в фирменном магазине туристам на месте производства и в виде организованного питания);
- участием в социальных и государственных оздоровительных Программах;
- методом участия в обслуживании мероприятий (форумы, съезды, конференции, обслуживание гастролирующих работников искусства);
- иные методы.

С. ЛОГИСТИКА И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА.

Вышеперечисленные способы реализации продукции предусматривают и организацию разумно достаточного числа торговых точек, дающих возможность:

- представить продукцию в местах массовой проходимости потенциальных покупателей;
- организации выездных видов торговли (обслуживания), позволяющих участвовать в ярмарках, праздничных и прочих массовых мероприятиях;
- представлять свою продукцию различным группам (слоям, категориям) населения (покупателей) и представителям бизнеса в регионах присутствия продукции Проекта.

Торговые площади и движимые торговые инструменты остаются при этом в постоянной собственности Проекта, - без риска требований арендатора или ритейлера остановить реализацию на его территории. Любые изменения конъюнктуры рынка позволяют собственнику продукции оперативно и согласно волатильности рынка максимально быстро и действенно проводить ряд мероприятий по выравниванию ситуации путём реагирования на изменение спроса, цен, качества продукции, широты ассортимента и прочих факторов, могущих исходить от угроз нарушения неких обременительных договорных или арендных обязательств.

Наличие собственных региональных складов небольшой площади (с расчётным объёмом продукции на небольшой срок) позволит осуществлять торговлю в наиболее привлекательных регионах страны.

Выстраиваемая логистика предприятия предполагает наличие собственных центральных складов хранения готовой продукции и сырья на самом предприятии, наличие собственного парка автомашин для доставки товара в регионы и систему диспетчеризации по регионам присутствия.

Система доставки продукции, к примеру, на дом или в адрес предприятия питания, в регионах присутствия базируется на полной оплате клиентом доставленных ему товаров, из чего складывается оплата курьеров и частично - диспетчера (оператора регионального склада). В то же время у приобретателя имеется возможность посещения склада и выбора продукции самостоятельно.

Политика продвижения в регионы и закрепления в них планируется, в том числе, методом налаживания сотрудничества с местными администрациями посредством участия в социальных программах. К примеру, достигается договорённость о поставках недорогих вариантов собственной продукции в дом престарелых, в социальную столовую, в приют, в качестве поставки продовольственных наборов некоторому числу малоимущих граждан и так далее. Финансово данное соглашение довольно необременительно, поскольку может быть выполнено из товаров 2 и 3 категорий продуктов, к тому же завозимых одновременно с основными поставками на склад региона. Однако достигаемый подобным сотрудничеством эффект позволяет иметь в своём распоряжении

благожелательно настроенный административный ресурс, который может быть использован в максимально широком для деятельности пространстве.

Все перечисленные выше факторы и намерения – далеко не полный перечень планируемых мероприятий, могущих и должных начать действовать с запуском и развитием Проекта. У Проекта большие перспективы, - число новых направлений деятельности будет истекать из первичных и промежуточных результатов по ранее запланированным. Способствуя расширению ассортимента предлагаемой продукции.

В частности, в планах освоение мясомолочного направления, развитие виноградарства и виноделия, иных направлений деятельности.

Как должно быть видно, Проект представляет из себя пример практически полной самодостаточности и самообеспеченности, делающих его мало зависящим от влияния внешних факторов, возникающих по воле случая или действий партнёров/конкурентов. Это основное преимущество Проекта, должное способствовать его уверенному движению и устойчивости.

В заключение хочется отметить, что не слишком масштабные планируемые объёмы производства – гарантия успешного существования Проекта. Именно определённое расчётное количество производимой продукции, с разумным процентом ежегодного роста показателей объёмов, позволяет с уверенностью говорить о следующих вещах:

- **производимые объёмы продукции** имеют показатели, которые при не слишком широкой (но разумно достаточной) разветвлённости собственных торговых точек имеют все шансы быть не просто реализованными, но и попасть в разряд некоторого дефицита продукции, на величину которого есть потенциал роста Проекта без риска попадания групп товаров в разряд невостребованных;

- **одной из главных причин**, губящих любое, самое прекрасное начинание, является постепенная утрата контроля над качеством товаров и услуг в течение всего периода времени их продажи и предоставления. Кроме того, увеличение объёмов производства часто подразумевает под собою как уменьшение доли уделяемого каждой партии внимания, так и значительные сдвиги в технологических процессах наряду со всё возрастающими трудностями контроля технологов над процессами. Выработываемый же запланированный объем продукции по каждому из ассортиментной группы позволяет поддерживать устойчивое качество в заданных ранее параметрах, от которых отталкивалось начало Проекта.

- **разумно достаточные объёмы производства** позволяют не создавать чрезмерных складских запасов, образующих нечто вроде «камня на шее» в виде замороженных в данных запасах средств. Любое падение спроса (сезонное или вызванное стагнацией экономики), изменение конъюнктуры рынка, технологический брак партии или иные негативные моменты могут быть обойдены гораздо легче, если складские запасы разумно достаточны, и при этом

возникает ситуация, при которой потребуются их срочная ликвидация или перемещение (перетарирование, вывоз, переработка или иные).

- **разумно достаточные объёмы производства** позволяют обеспечить возможность едва ли не мгновенного разворота деятельности предприятия на другие рельсы, не требуя при этом громоздких и дорогостоящих хранилищ. Продукция в таких случаях всегда имеет свежую выработку, без угрозы истечения сроков годности. Логистика таких предприятий имеет более высокую мобильность и точность в сроках исполнения заказов. Расходы на хранение таких объёмов не являются непомерными, при этом зачастую можно использовать оборудование, не являющееся исключительно промышленным в полном понимании значения этого слова.

- **разумно достаточные объёмы производства** не требуют сложных, дорогостоящих линий переработки больших габаритов, мощности и дороговизны обслуживания.

- **оставаясь в рамках финансовой модели**, соответствующей понятию «малый бизнес», предприятие имеет все шансы оставаться и на необходимой («удобной») системе налогообложения. Внимание фискальных органов к подобным компаниям имеет менее кабальный характер, чем к более далеко шагнувшим в развитии конкурентам.

- **и последнее**: в свою очередь, именно небольшой объём производства служит своего рода «щитом» от пристального внимания и вредоносных действий конкурентов. Занявший небольшую нишу игрок, не проявляющий намерений на гигантизм и не посягающий на авторитарность на рынке, перестаёт быть «опасным». Что позволяет к середине периода развития Проекта выйти из поля зрения гигантов. То же можно сказать и в отношении рисков рейдерских захватов.

Иными словами, Автор Проекта является убеждённым сторонником «малых величин, играющих прекрасную музыку».

При совпадении наших интересов возможно дополнение Проекта иными деталями и направлениями, необходимыми для дальнейшего взаимодействия.

С уважением, -

Демченко Сергей Александрович,

Автор и Инициатор Проекта.