



# Бизнес-план цветочного магазина

Разработано компанией БизнесИнвестАналитика

Интернет: <https://investanalitika.ru>  
Электронная почта: [info@investanalitika.ru](mailto:info@investanalitika.ru)

**2024**



**БизнесИнвестАналитика**  
ГОТОВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И БИЗНЕС-ПЛАНЫ

**ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ**

Бизнес-план цветочного магазина содержит все необходимые расчеты и показатели в соответствии с международными стандартами бизнес-планирования UNIDO: план продаж, план закупок, план по заработной плате и персоналу, план по налогам, инвестиционный план, отчет о прибылях и убытках, отчет о движении денежных средств, отчет об оценке эффективности инвестиций, анализ безубыточности.

Готовый бизнес-план цветочного магазина может быть использован

- для оценки экономической эффективности рассматриваемого бизнеса;
- для понимания технологии открытия и операционной деятельности бизнеса, оценки его перспектив;
- для представления в банк или инвестору;
- для предоставления в государственные органы для получения государственного финансирования, грантов, субсидий;
- для обоснования сделок по купле-продаже бизнеса.

В базовом варианте бизнес-план предлагается в формате узкоспециализированного магазина по продаже цветов с ассортиментом 11 товарных групп и 55 наименований с размещением в арендованном помещении. Покупателям будут предлагаться розы, хризантемы, тюльпаны, гвоздики, герберы, лилии, пионы и другие цветы. Также будет возможен заказ цветов и букетов через каталог на интернет-сайте магазина.

В то же время, бизнес-план легко адаптируется к изменению исходных данных и может быть использован для любого региона. Бизнес-план может быть адаптирован под необходимый ассортимент, площадь и уровень торговых наценок.

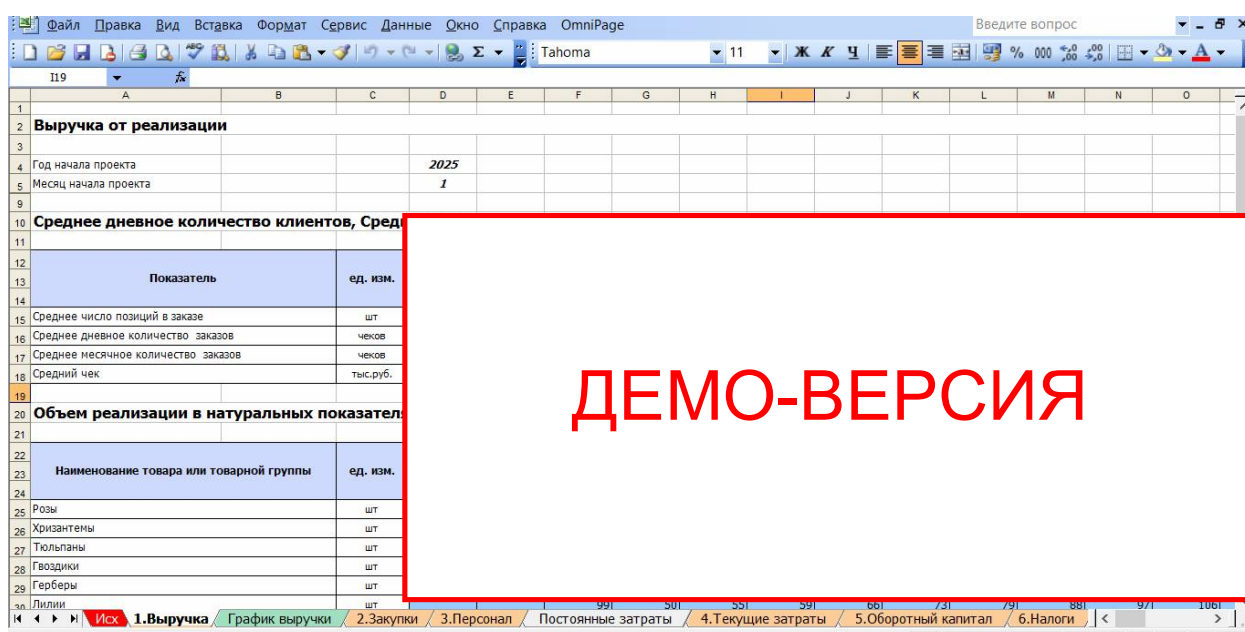
В бизнес-плане цветочного магазина содержатся:

- Данные о доходности бизнеса: выручка, затраты, чистая прибыль и другие показатели эффективности бизнеса;
- Данные об инвестиционных затратах на открытие бизнеса – сколько нужно потратить, чтобы открыть бизнес, каков срок окупаемости вложений;
- Данные о способах и схемах финансирования бизнеса – объемы кредитных средств, объемы государственной поддержки, условия кредитования, схемы участия инвесторов, выплаты по кредитам, залоговое обеспечение и другие важные данные;
- Календарный график проекта – когда и какие мероприятия необходимо осуществить, чтобы реализовать проект;
- Оценка эффективности инвестиционного проекта в соответствии со стандартами UNIDO;

- Полноценный финансовый план на весь срок реализации проекта (план продаж, план затрат, себестоимость в ходе реализации проекта, план инвестиций, движение денежных средств, план по налогам);
- Другие данные, которые важны при организации данного вида бизнеса.

К бизнес-плану цветочного магазина прилагается финансовая модель в Excel. Финансовая модель содержит следующие финансовые отчеты и показатели:

- Отчет о прибыли, отчет о движении денежных средств;
- Анализ показателей финансовой эффективности (Рентабельность по чистой прибыли, ROI, EBIT, EBITDA);
- Анализ эффективности инвестиций (NPV, IRR, Срок окупаемости);
- Анализ безубыточности.



В финансовой модели бизнес-плана цветочного магазина можно самостоятельно изменить следующие параметры:

- Валюту проекта;
- Год и месяц начала проекта;
- Площадь магазина и площади его помещений;
- Объем продаж по каждой товарной группе;
- Торговую наценку по каждой товарной группе;
- Стоимость и количество оборудования, затраты на ремонтные работы;
- Численность персонала, размеры заработных плат;
- Налоговые ставки;
- Объем государственной поддержки (величину предоставляемых грантов и субсидий);
- Объем и структуру инвестиций;
- Объем и структуру финансирования (объем собственных и заемных средств);

- Размер текущих затрат (затраты на закупки, затраты на порчу цветов и неликвид, аренда помещения, коммунальные услуги, амортизация, вывоз мусора, расходные материалы, общехозяйственные расходы, охрана, связь, инкассация, эквайринг, реклама и другие расходы);
- Уровень процентной ставки по заемным средствам;
- Размер ставки дисконтирования;
- Другие параметры.

После изменения параметров финансовая модель автоматически пересчитывает финансовый план в соответствии с измененными параметрами.

Показатель	1 год											
	янв.25	фев.25	мар.25	апр.25	май.25	июн.25	июл.25	авг.25	сен.25	окт.25	ноя.25	дек.25
	1 месяц	2 месяц	3 месяц	4 месяц	5 месяц	6 месяц	7 месяц	8 месяц	9 месяц	10 месяц	11 месяц	12
<b>Выручка (нетто)</b>	тыс.руб.											
Закупка товаров	тыс.руб.											
Порча цветов и неликвид	тыс.руб.											
Инкассация и эквайринг	тыс.руб.											
Зарплата торгового персонала	тыс.руб.											
Прочие производственные расходы	тыс.руб.											
Амортизация	тыс.руб.											
Оплата административного и коммерческого персонала	тыс.руб.											
Налоги, включаемые в себестоимость	тыс.руб.											
Административные расходы	тыс.руб.											
Коммерческие расходы	тыс.руб.											
Проценты	тыс.руб.											
<b>Итого себестоимость</b>	тыс.руб.											
<b>Прибыль (убыток) от операционной деятельности</b>	тыс.руб.											
Прочие доходы	тыс.руб.											
Прочие расходы	тыс.руб.											
<b>Прибыль до налогообложения</b>	тыс.руб.											
Налог на финансовый результат	тыс.руб.											
<b>Чистая прибыль (убыток)</b>	тыс.руб.											
Рентабельность по чистой прибыли	%											
<b>Чистая прибыль нарастающим итогом</b>												

Если у Вас возникнут затруднения при изменении финансовой модели, Вы можете предоставить параметры Вашего индивидуального проекта для внесения изменений в финансовую модель и пересчета всех параметров бизнес-плана. В рамках изменяемых параметров данная услуга предоставляется Клиентам **бесплатно**.

После покупки бизнес-плана специалисты компании всегда ответят на все вопросы Клиентов и проконсультируют по вопросам практического использования бизнес-плана и финансовой модели.

Дополнительными услугами являются:

- Проведение переговоров с поставщиками оборудования под конкретный проект до момента получения коммерческих предложений;
- Доработка бизнес-плана в соответствии с требованиями заказчика;
- Привлечение финансирования проекта.

# КРАТКАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ БИЗНЕС-ПЛАНА ЦВЕТОЧНОГО МАГАЗИНА





## СОДЕРЖАНИЕ

1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	5
2. ПЛАН МАРКЕТИНГА	8
2.1. Маркетинговая стратегия	8
2.2. Расположение магазина и его площадь	9
2.3. Ассортимент и цены	10
2.4. Правила хранения цветов	12
2.5. Рекламная политика	12
2.6. План продаж	14
3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	17
3.1. Торговое оборудование и мебель	17
3.2. План по персоналу	21
3.3. График работы магазина и персонала	22
4. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	23
4.1. Организационно-правовая форма и система налогообложения	23
4.2. Разрешительная документация	25
4.3. Календарный график проекта	25
5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	27
5.1. Основные допущения	27
5.2. Доходы проекта	27
5.3. Операционные расходы	28
5.4. Инвестиционные издержки	32
5.5. Источники финансирования	33
6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА	35
6.1. Прибыль и рентабельность	35
6.2. NPV, IRR, срок окупаемости	37
6.3. Точка безубыточности	38
6.4. Финансовая состоятельность	39
7. ОЦЕНКА РИСКОВ	42
Приложения	44

Приложение 1. Выручка от реализации	44
Приложение 2. Объем закупок, закупочные цены, торговые наценки, затраты на закупки	45
Приложение 3. Расчет потребности в персонале и заработной плате	46
Приложение 4. Текущие затраты	47
Приложение 5.оборотный капитал	48
Приложение 6. Начисление и выплата налогов	49
Приложение 7. Отчет о прибылях и убытках	50
Приложение 8. Инвестиции проекта	51
Приложение 9. График финансирования проекта, сводная ведомость выплат по источникам финансирования	52
Приложение 10. Отчет о движении денежных средств	53
Приложение 11. Расчет эффективности инвестиций	54

## СПИСОК ТАБЛИЦ:

Таблица 1. Основные показатели инвестиционного проекта открытия цветочного магазина
Таблица 2. Основные параметры позиционирования
Таблица 3. Структура нежилого помещения под магазин
Таблица 4. Ассортиментная матрица цветочного магазина
Таблица 5. Затраты на стартовую рекламную кампанию
Таблица 6. Бюджет на маркетинг и продвижение, тыс. руб.
Таблица 7. Структура коммерческих затрат на маркетинг и продвижение
Таблица 8. План продаж в натуральном выражении, шт
Таблица 9. План продаж в денежном выражении, тыс. руб.
Таблица 10. Затраты на торговое оборудование
Таблица 11. Затраты на мебель
Таблица 12. Расчет затрат на внедрение системы операционного и бухгалтерского учета
Таблица 13. Расчет потребности в компьютерном оборудовании и оргтехнике
Таблица 14. Затраты на дополнительное оборудование
Таблица 15. Расчет затрат на ремонт помещения под магазин
Таблица 16. Штатное расписание

Таблица 17. Налоговое окружение проекта

Таблица 18. Затраты на разрешительную документацию

Таблица 19. План-график открытия цветочного магазина

Таблица 20. Выручка от продаж цветочного магазина, тыс. руб.

Таблица 21. Планируемые закупочные цены и торговые наценки

Таблица 22. Постоянные затраты на функционирование магазина

Таблица 23. Текущие затраты по годам проекта

Таблица 24. Структура инвестиционных затрат на открытие цветочного магазина

Таблица 25. Структура источников финансирования

Таблица 26. Выручка, чистая прибыль и рентабельность по годам реализации проекта

Таблица 27. Анализ безубыточности

Таблица 28. Оценка рисков инвестиционного проекта открытия цветочного магазина

## СПИСОК ДИАГРАММ:

Диаграмма 1. Структура затрат

Диаграмма 2. График выручки

Диаграмма 3. График чистой прибыли

Диаграмма 4. Дисконтированный денежный поток проекта

Диаграмма 5. График движения денежных средств

Диаграмма 6. Остаток денежных средств



## 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

### Цель проекта

Целью бизнес-плана является описание процесса открытия цветочного магазина и обоснование экономической эффективности инвестиций в открытие цветочного магазина. Бизнес-план может быть реализован в любом регионе.

### Маркетинговая концепция

Основные мотивы к покупке цветов в магазине:

- Поздравление людей с праздниками и торжественными событиями.
- Традиционный знак внимания для противоположного пола (обычно для женщин).
- Цветочные композиции покупают для украшения интерьера: от частных жилищ до общественных мест.

Открываемая торговая точка позиционируется как узкоспециализированный магазин по продаже цветов с ассортиментом \*\*\* товарных групп и \*\*\* наименований.

Покупатели – широкая категория граждан, но основной сегмент состоит из людей от 18 до 45 лет. Обслуживание проводится продавцами, закрытая выкладка. Параллельно со стационарным магазином будет работать интернет-сайт с каталогом цветов и букетов с возможностью заказа и оплатой на сайте он-лайн.

Для размещения магазина планируется использовать арендованное помещение с торговой площадью \*\*\* кв.м. и техническими комнатами.

### Источники финансирования

Финансирование проекта предполагается осуществить за счет собственных средств в размере \*\*\* тыс. руб. (\*\*% от общей стоимости проекта) и заемных средств (кредит или инвестор) в размере \*\*\* тыс. руб. (\*\*% от общей стоимости проекта).

### Срок реализации проекта

Горизонт планирования проекта составляет 48 месяцев.  
Длительность инвестиционной фазы проекта – 2 месяца.

### Основные показатели проекта

Показатели эффективности инвестиций в открытие цветочного магазина представлены в таблице 1.

**Таблица 1. Основные показатели инвестиционного проекта открытия цветочного магазина**

№ п/п	Показатель	Ед.изм.	Значение
1.	Общая площадь	кв.м.	***
2.	Торговая площадь	кв.м.	***
3.	Ежегодная выручка	тыс. руб.	***
4.	Объем реализации цветов в год	шт	***
5.	Ширина ассортимента	SKU	***
6.	Средний чек, руб.	руб.	***
7.	Число создаваемых рабочих мест	чел.	***
8.	Сумма инвестиций	тыс. руб.	***
9.	Средняя торговая наценка	%	***
10.	Чистая прибыль в год	тыс. руб.	***
11.	Чистая прибыль в месяц	тыс. руб.	***
12.	Рентабельность по выручке	%	***
13.	Месячное значение точки безубыточности	шт	***
14.	Срок окупаемости, лет	тыс. руб.	***
15.	Чистая приведенная стоимость NPV	тыс. руб.	***
16.	IRR (внутренняя норма доходности)	%	***
17.	ЕБИТДА (прибыль до выплаты налогов и амортизации)	тыс. руб.	***
18.	ЕБИТ (прибыль до выплаты налогов и процентов по кредитам)	тыс. руб.	***
19.	ROI (Рентабельность инвестиций)	%	***

Таким образом, реализация проекта позволит

- открыть цветочный магазин приносящий чистую прибыль в размере \*\*\* тыс. рублей в среднем ежемесячно;
- создать новые рабочие места в районе реализации проекта;
- удовлетворить спрос на цветы в районе реализации проекта;
- обеспечить налоговые поступления в бюджеты всех уровней;
- обеспечить своевременную выплату основного долга и процентов по привлекаемым заемным средствам.

## 2. ПЛАН МАРКЕТИНГА

### 2.1. Маркетинговая стратегия

Открываемая торговая точка позиционируется как узкоспециализированный магазин по продаже цветов с ассортиментом \*\*\* товарных групп и \*\*\* наименований.

Покупатели – широкая категория граждан, но основной сегмент состоит из людей от 18 до 45 лет. Они создают основную выручку в магазине.

Основные мотивы к покупке цветов в магазине:

- Поздравление людей с праздниками и торжественными событиями.
- Традиционный знак внимания для противоположного пола (обычно для женщин).
- Цветочные композиции покупают для украшения интерьера: от частных жилищ до общественных мест.

Основные параметры позиционирования планируемого магазина приведены в таблице ниже.

Таблица 2. Основные параметры позиционирования

№ п/п	Параметр	Значение или характеристика
1	Целевая аудитория	***** ***** ***** *****
2	Система продаж	***** ***** ***** *****
3	Широта ассортимента	***** ***** ***** *****
4	Дополнительные услуги	***** ***** ***** *****

Основными по важности конкурентными преимуществами являются:

- \*\*\*\*\* \* \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\* \* \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*.

Внутренняя инфраструктура магазина будет иметь:

- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*;
- \*\*\*\*\*.

Также планируется гибкое управление ассортиментом магазина.

## 2.2. Расположение магазина и его площадь

В качестве вариантов размещения цветочного магазина можно использовать :

- Павильон на рынке;
- Отдел в торговом центре;
- Отдельно стоящее нежилое помещение.

В данном проекте планируется открыть магазин в нежилом помещении в отдельно стоящем здании. Также, желательно наличие удобной парковки.

**(Полный текст в демо-версию не включен)**





Таблица 6. Бюджет на маркетинг и продвижение, тыс. руб.

Показатели	1 год	2 год	3 год	4 год
Коммерческие расходы	***	***	***	***
<b>Итого</b>	***	***	***	***

Таким образом, со второго года проекта на продвижение и рекламу планируется тратить \*\*\* тыс. рублей в год или в среднем \*\*\* тыс. рублей в месяц.

Бюджет на маркетинг и продвижение планируется распределить следующим образом (см. таблицу ниже)

Таблица 7. Структура коммерческих затрат на маркетинг и продвижение

Статья затрат	Средние затраты в месяц, тыс. руб.
***	***
***	***
***	***
***	***
***	***

Подавляющая часть бюджета будет расходоваться на оплату \*\*\* и \*\*\*.

(Полный текст в демо-версию не включен)

## 3. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

### 3.1. Торговое оборудование и мебель

Для магазина планируется закупить комплект торгового оборудования, мебели и инвентаря.

При выборе торгового оборудование учитывалось то, что оно должно быть куплено при оптимальном соотношении цены и качества. Затраты на торговое оборудование для торгового зала представлены в таблице ниже.

Таблица 10. Затраты на торговое оборудование

Наименование оборудования	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество	Сумма, тыс. руб.
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
<b>ИТОГО</b>		***	***

Таким образом, затраты на торговое оборудование составят \*\*\* тыс. рублей.

При оснащении торговых площадей магазина также потребуется мебель. Затраты на нее приведены в таблице ниже.

Таблица 11. Затраты на мебель

Наименование	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество	Сумма, тыс. руб.
***	***	***	***
***	***	***	***

Наименование	Цена за единицу, тыс. руб.	Количество	Сумма, тыс. руб.
***	***	***	***
***	***	***	***
***	***	***	***
<b>Итого</b>			***

Таким образом, затраты для оснащения магазина мебелью составят \*\*\* тыс. рублей.

(Полный текст в демо-версию не включен)

### 4.3. Календарный график проекта

Для успешной реализации проекта требуется выполнение следующих мероприятий (см. таблицу ниже).

Таблица 19. План-график открытия цветочного магазина

№	Мероприятия	1 месяц	2 месяц	3 месяц
1.	***** *****			
2.	***** *****			
3.	***** *****			
4.	***** *****			
5.	***** *****			
6.	***** *****			
7.	***** *****			
8.	***** *****			
9.	***** *****			
10.	***** *****			
11.	***** *****			
12.	***** *****			
13.	***** *****			
14.	***** *****			
15.	***** *****			
16.	***** *****			
17.	***** *****			

Как видно из таблицы, продолжительность инвестиционной фазы рассматриваемого проекта (время осуществления вложений) составляет 2 месяца с начала реализации проекта. В течение соответствующего периода будут \*\*\*\*\* , \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* , \*\*\*\*\* \* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* , \*\*\*\*\* \*\*\*\*\* ,

График финансирования инвестиций проекта представлен в приложении 8.

(Полный текст в демо-версию не включен)

## 5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

### 5.1. Основные допущения

Финансовый план составлен на перспективу 48 месяцев с момента начала проекта. Информация для расчета подготовлена в разрезе по месяцам.

Методика оценки, используемая в расчетах, соответствует принципам бюджетного подхода. В соответствии с принципами бюджетного подхода горизонт исследования (срок жизни проекта) разбивается на временные интервалы (интервалы планирования), каждый из которых рассматривается с точки зрения притоков и оттоков денежных средств. На основании потоков денежных средств определяются основные показатели эффективности и финансовой состоятельности проекта.

Расчеты выполнены в российской валюте, в постоянных ценах, принимаемых на момент формирования бизнес-плана и соответствующего налогового окружения.

### 5.2. Доходы проекта

Доходы проекта формируются из выручки от продаж товарного ассортимента цветочного магазина. Объемы продаж по товарным группам в ходе реализации проекта приведены в таблице ниже.

Таблица 20. Выручка от продаж цветочного магазина, тыс. руб.

Продукция	1 год	2 год	3 год	4 год
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***



Продукция	1 год	2 год	3 год	4 год
*****	***	***	***	***
*****	***	***	***	***
<b>Итого</b>	***	***	***	***

В результате реализации проекта планируется увеличить выручку от продаж с \*\*\* млн. рублей на первом году проекта до \*\*\* млн. рублей на четвертом году проекта.

Помесячный расчет выручки от продаж в ходе реализации проекта приведен в приложении 1.

### 5.3. Операционные расходы

Основными затратами цветочного магазина станут затраты на закупку товара.

Планируемые закупочные цены и торговые наценки по каждой товарной группе приведены в таблице ниже.

**Таблица 21. Планируемые закупочные цены и торговые наценки**

Продукция	Ед. изм.	Средняя закупочная цена, тыс. руб.	Торговая наценка, %	Средняя цена реализации, тыс. руб.
Розы	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***
*****	шт	***	***	***



## 6. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА

### 6.1. Прибыль и рентабельность

Отчет о прибыли (приложение 7) отражает операционную деятельность по проекту в определенные кварталы. График выручки приведен на диаграмме ниже.



Диаграмма 2. График выручки

Из отчета о прибыли можно определить прибыльность магазина. Так из приложения 7 и диаграммы ниже видно, что магазин получает прибыль в течение года неравномерно вследствие воздействия фактора сезонности.

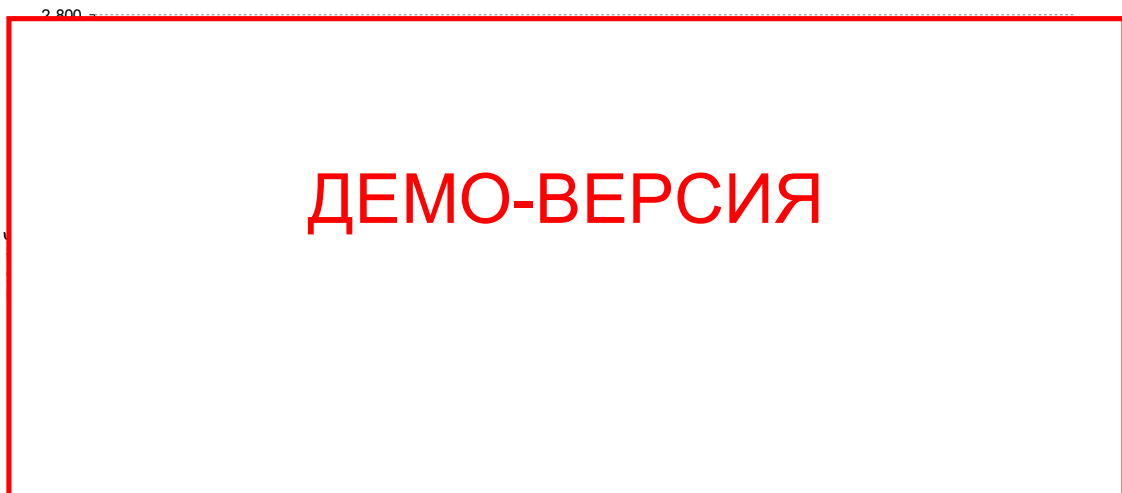


Диаграмма 3. График чистой прибыли

Анализ финансовых показателей в ходе реализации проекта по годам приведен в таблице ниже.

**Таблица 26. Выручка, чистая прибыль и рентабельность по годам реализации проекта**

Показатель	1 год	2 год	3 год	4 год
Выручка, тыс. руб.	***	***	***	***
Текущие затраты, тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль (убыток) от операционной деятельности, тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	***	***	***	***
Налог на прибыль, тыс. руб.	***	***	***	***
Чистая прибыль (убыток), тыс. руб.	***	***	***	***
Маржинальная прибыль	***	***	***	***
Рентабельность, %	***	***	***	***
Средняя торговая наценка	***	***	***	***
Чистая прибыль в среднем в месяц	***	***	***	***
Прибыль до налога, процентов и амортизации (ЕВITDA), тыс. руб.	***	***	***	***
Прибыль до налога и процентов по кредитам (ЕВIT), тыс. руб.	***	***	***	***

Примечание: Рентабельность рассчитана как отношение чистой прибыли к выручке

Таким образом, на четвертом году проекта чистая прибыль магазина составит \*\*\* тыс. рублей в год или в среднем \*\*\* тыс. рублей в месяц. Рентабельность по выручке составит \*\*\*% за год.

**(Полный текст в демо-версию не включен)**

## О КОМПАНИИ

**БИЗНЕСИНВЕСТАНАЛИТИКА** - консалтинговая компания занимающаяся проведением маркетинговых исследований и разработкой бизнес-планов. Штат компании состоит из профессиональных консультантов и частично занятых маркетологов и экономистов работающих в различных отраслях экономики. Симбиоз профессиональных консультантов и практиков маркетинговых и финансовых служб компаний позволяет разрабатывать качественные маркетинговые исследования и бизнес-планы для успешного решения задач наших клиентов.

Каждый из аналитических продуктов компании разработан в соответствии с общепризнанными методиками, такими как стандарты ESOMAR, стандарты Организации Объединенных Наций по промышленному развитию UNIDO, а также рекомендациями МинЭкономРазвития РФ. Помимо этого, компания имеет ряд собственных методик в разработке финансовых моделей и составлении прогнозов развития рынка.

К настоящему моменту **БИЗНЕСИНВЕСТАНАЛИТИКА** реализовано свыше 1000 различных индивидуальных и типовых проектов в бизнес-планировании и маркетинговых исследованиях для компаний различного масштаба и различных отраслей: строительство и недвижимость, услуги, медицина, фармацевтика, ресторанный бизнес, сельское хозяйство, транспорт, различные производства, оптовая и розничная торговля.



Клиентами БизнесИнвестАналитика являются компании, индивидуальные предприниматели и частные лица Москвы, Санкт-Петербурга, Московской, Ленинградской, Белгородской, Архангельской, Калужской, Кемеровской, Курской, Новгородской, Новосибирской, Ростовской, Самарской, Свердловской, Тюменской, Омской, Оренбургской, Пензенской, Челябинской областей; Краснодарского края, Красноярского края, Пермского края, Республики Башкортостан, Республики Коми, Республики Крым, Удмуртской республики, Ямало-Ненецкого АО и других регионов России, а также Белоруссии, Грузии, Узбекистана, Украины, Казахстана, Киргизии, Германии, Израиля, Словакии, Таджикистана, Молдовы и Азербайджана.