





Бизнес-проект

2

Организация фермерской мясной лавки ИП Багаюлова В.А. «МясоСгор»

Разработчики проекта: Багаюлова Вероника
Останина Алина
Богдашина Лилия
Гудкова Юлия

Стоимость проекта: 770 000руб.

Барнаул 2019

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К ПРОИСХОЖДЕНИЮ БРЕНДА ПО КАТЕГОРИЯМ



Какие продукты россияне считают качественными, %

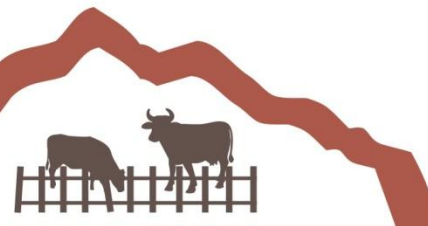


Миссия фермерской мясной лавки ИП Багаюлова В.А. «МясоСгор»

Продажа экологически чистого мяса говядины, для
улучшения качества основных продуктов питания
населения

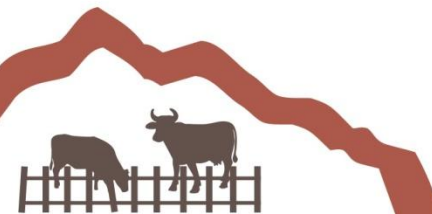
Цель бизнес-проекта

Организация деятельности фермерской мясной
лавки в г. Барнауле



Задачи бизнес-проекта

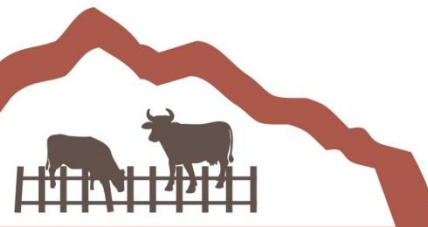
- Исследовать рынок мясных продуктов и потребность населения в мясе говядины
- Определить целевую аудиторию
- Изучить наличие прямых и косвенных конкурентов
- Разработать производственную программу
- Рассчитать показатели экономической эффективности проекта
- Определить риски меры по их снижению



Социальная значимость проекта

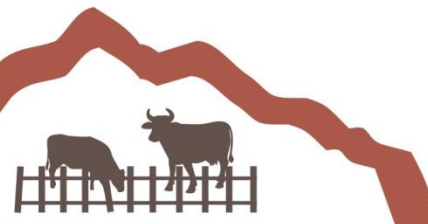
6

- Увеличение занятости населения (создание новых рабочих мест до 3 человек)
- Поддержка местных товаропроизводителей (импортозамещение)
- Сотрудничество с приютами для животных
- Сохранение традиций малочисленных народов Алтая

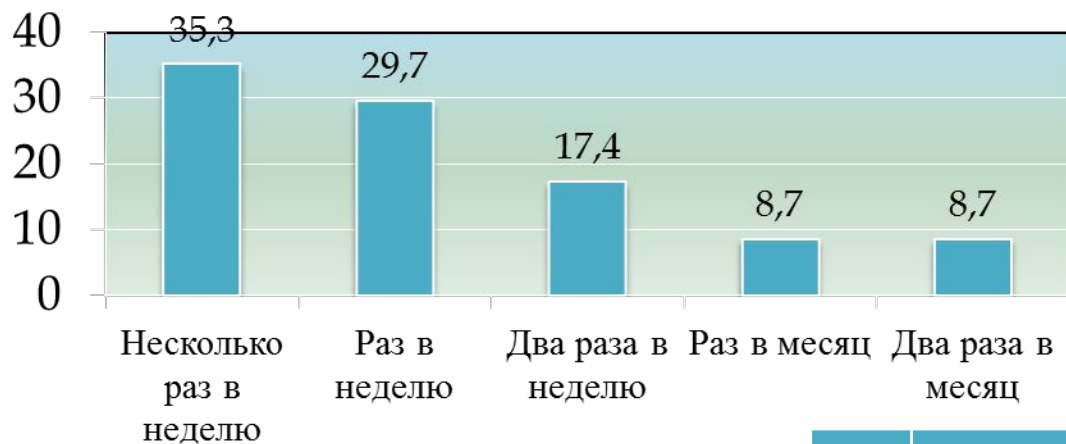


Преимущества частного фермерской мясной лаки «МясоСгор»

- продажа экологически чистого мяса говядины отечественных поставщиков
- широкий ассортимент, включая изделия из Алтайской национальной кухни
- приемлемая ценовая политика



Частота потребления мяса в г. Барнауле, %



Что влияет на выбор при покупке мясной продукции?

1	Состав
2	Натуральное сырье
3	Внешний вид
4	Свежесть
5	Цена
6	Запах
7	Упаковка
8	Новинка на рынке
9	Известность производителя
10	Активная реклама

Результаты анкетирования

2. Как Вы относитесь к производству экологически чистых продуктов?

Анонимный опрос "Экологически чистые п..."

Положительно. Я считаю, что экологически чистые продукты позволяют и уберечь здоровье человека от лишней химии и ГМО, и сохранить экологию. · 19 86 %

Нейтрально. Не задумываюсь над этим вопросом. · 3 14 %

Отрицательно, потому что экологически чистое производство способствует удорожанию продуктов. · 0 0 %

3. Покупаете ли Вы экологически чистые продукты?

Анонимный опрос "Экологически чистые п..."

Нет, не считаю нужным. Обычные продукты ничем не вредят здоровью: все их потребляют и нормально живут. · 0 0 %

Покупаю от случая к случаю, но без особого предпочтения. · 7 33 %

Стараюсь покупать и потреблять только экологически чистые продукты, потому что забочусь о себе и своём здоровье. · 14 67 %

Целевая аудитория

- Домохозяйки и семьянины 24-70 лет,
Их основная потребность – покупка мяса
на всю семью



- Холостяки, которые предпочитают
полуфабрикаты и шашлык и приобретают
еду, которую можно быстро приготовить



Целевая аудитория

11

- Пенсионеры, которые покупают недорогую продукцию



- Студенты, самая немногочисленная аудитория, приобретает полуфабрикаты для быстрой готовки и тратит небольшие суммы денег



Варианты названия

1.«МяскоФФ» ❌

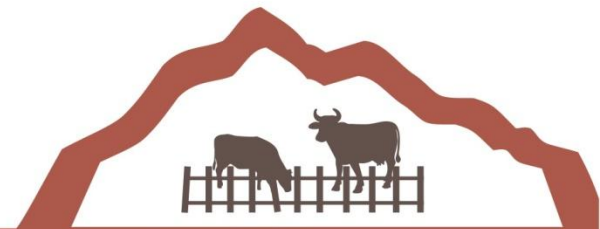
2.«МясоСгор» ✅



5.«МясАтай» ❌

4.«Тертпек» ❌

3.«Вкус гор» ❌



Варианты знака обслуживания

Образец 1



Образец 2



Образец 3



Образец 4



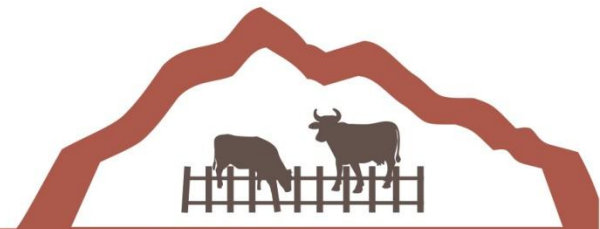
Образец 5



Образец 6



Выбранный знак обслуживания



Основные цвета знака обслуживания

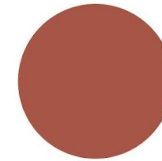
Основной цвет – красно-коричневый.
Красный цвет ассоциируется с силой, волей, активностью, динамикой.

Коричневый цвет вызывает ощущение надежности, прочности и безопасности.

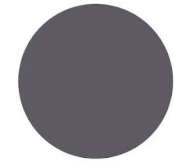
Дополнительные цвета:

Белый цвет – символ чистоты. В рекламе создает нейтральный эффект.

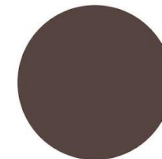
И серый цвет символизирующий умеренность, нейтральность - солидность.



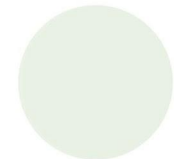
CMYK	28 100 94 80
RGB	172 89 75
Pantone	P 54-14 C



CMYK	56 49 40 33
RGB	105 101 108
Pantone	P 172-11 C



CMYK	51 58 55 47
RGB	99 81 77
Pantone	P 44-14 C



CMYK	10 2 12 3
RGB	230 236 225
Pantone	P 152-9 C



Печатная реклама



**Багаюлова Вероника
Александровна**

Индивидуальный предприниматель

☎ 8-913-991-99-75
✉ vbagayulova@bk.ru
📍 г. Барнаул, Пр. Ленина, д. 128
📷 miasosgor



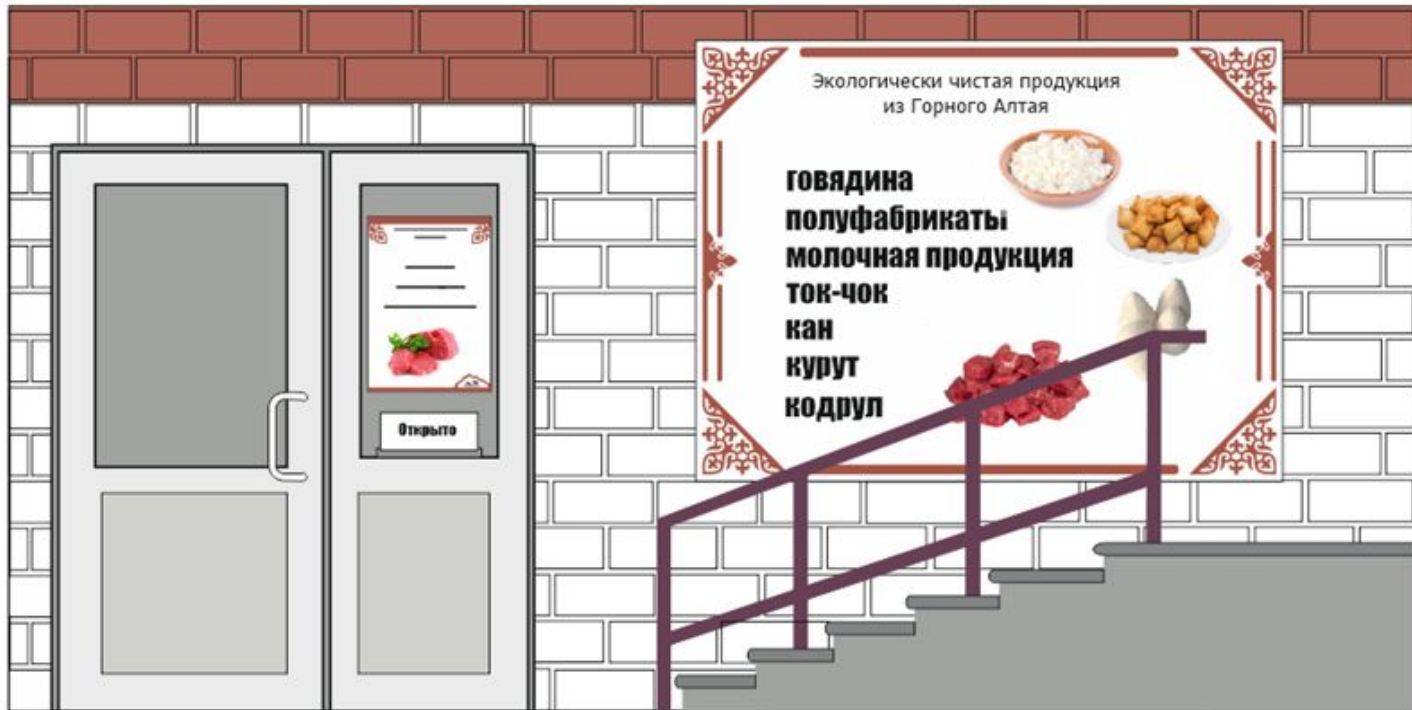

15 Мая

ОТКРЫТИЕ

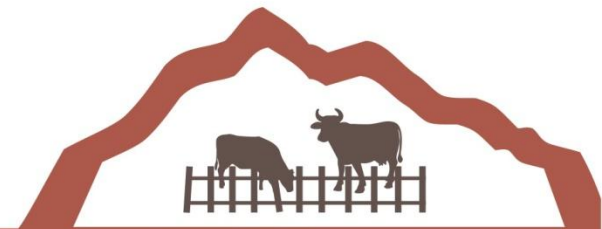
МЯСНОЙ ЛАВКИ
по адресу пр. Ленина, 128

экологически чистое мясо, полуфабрикаты
и традиционная продукция
Республики Алтай


Баннер



Вывеска



Страница в соцсети

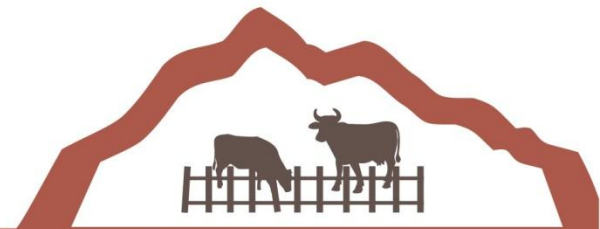


4 26 26
публик... подпис... подпис...

Промоакции Редактировать профиль

МясоСгор
 Покупки и розничная торговля
 Мясная лавка "МясоСгор"
 Экологически чистое мясо говядины из Горного Алтая
 Качество 🙌
 Неповторимый вкус 🙌
 Доступность 🙌
 Мы всегда рядом с Вами! ❤️

+ Живность 🐾



Информационная табличка

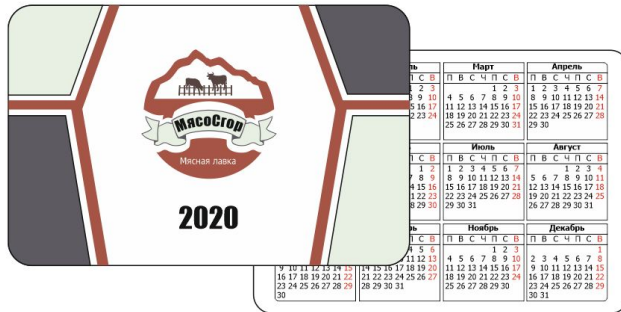
Режим работы



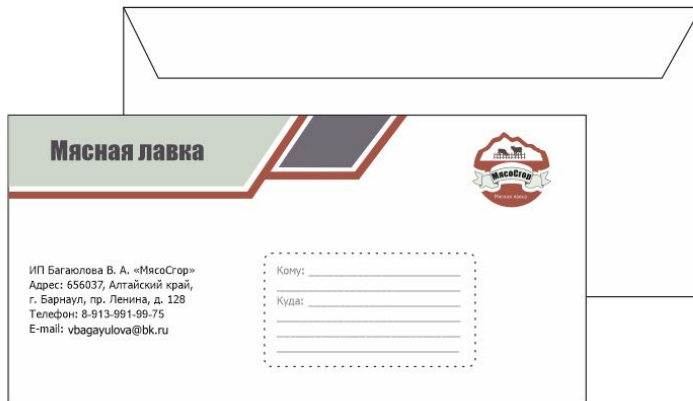
Смета затрат на рекламу

Средства и формы рекламы	Периодичность изготовления	Количество, шт.	Цена за ед., руб.	Стоимость, руб. в год	Поставщик
1 Наружная реклама:	Однократно	1	5000	5000	«Квадрат-мастер»
- Вывеска					
2 Печатная реклама:					
- Визитки	1 раз в год	1000	1	1000	«Графикс»
- Листовки	1 раз в год	2000	1,7	3400	«Графикс»
- Плакаты	1 раз в 3 года	2	150	300	«Графикс»
3 Сувенирная	1 раз в месяц	170	3	510	«zelpak.ru»
- Пакеты					
Компьютеры зированная реклама:	1 раз в год	1		12000	
- Сайт	Однократно				
4 Баннер	Однократно	1		800	«Печать22.рф»
Всего:	х	х	х	25600	

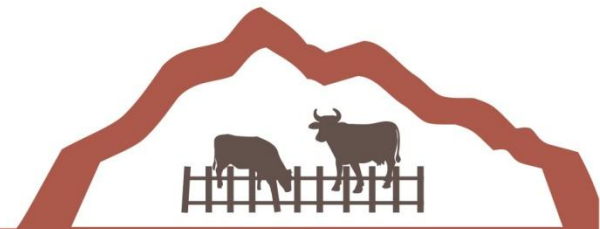
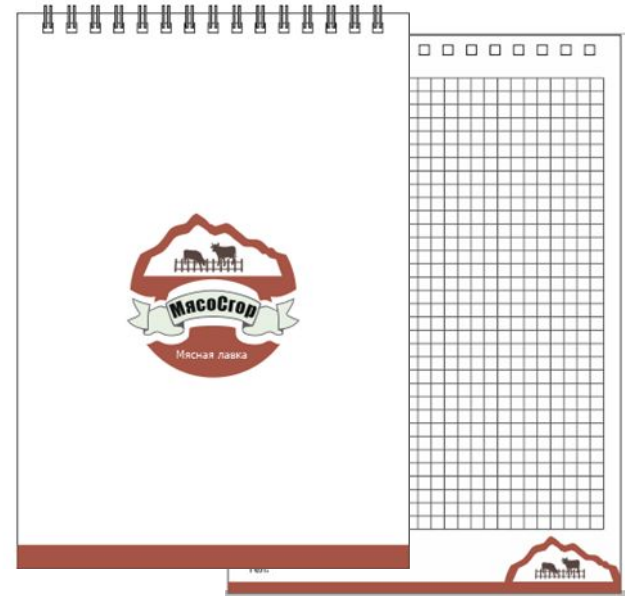
Сувенирная продукция



А1



Сувенирная продукция



Ассортимент

Говядина (на разновес)
Суповой набор говядина
Фарш
Полуфабрикаты
Шашлык
Котлеты
Каазы
Кровяная колбаса
Молочная продукция
Масло сливочное, топленное
Быштак (бынза)
Курут (сырок)
Кодрул
Творог
Сметана



Конкуренты

– Прямые

ООО «Прагма»

ООО «Мясной двор «Алтай»

ООО «Алтаймитсервис»

ООО «Гефест»

ООО «СД»

– Косвенные

Торговые точки, занимающиеся продажей мясной продукции на территории г. Барнаула и прилегающих территориях

Конкурентные преимущества

- качество продукции
- прямая поставка от производителя
- формирование системы скидок
- акционные кампании



Потребность в оборудовании

26

26

Оборудование	Кол-во, шт.	Цена, руб.,	Всего, руб.	Наименование
Камеры морозильные	1	13 700	13700	Ларь морозильный Снеж МЛП-250
Камеры холодильные	1	17 290	17290	LIEBHERR G 1223
Прилавки холодильные	1	29330	29330	Витрина холодильная"Иней 4МП"
Торговые прилавки	1	3 108	3108	ЛДСП ПР-32 ПР-32
Весы товарные до 60 кг платформа 300x400 мм	1	4 790	4790	Мидл Весы «Восточный Базар 518»
Весы электронные фасовочные до 32 кг увеличенная платформа	1	5 220	5220	BP05 MC-32/2-CP
Мясорубки электрические Номинальная мощность: 750 Вт Производительность: 2 кг/мин	1	23 583	23583	Gastrorag HM-12
Набор ножей, вилка для разделки мяса, кухонные ножницы, мусат с подставкой	1	11 580	11580	VICTORINOX Standart
Колодка для рубки мяса	1	16 823	16823	колодка для рубки мяса
Топор	2	2 550	5100	Профессиональный топор для рубки мяса
Подносы	8	100	800	
Оборудование для упаковки	1	25 099	25099	SIRMAN 40M
Кассовый аппарат	1	13 750	11700	Меркурий Меркурий-185Ф (с ФН с GSM и Wi-Fi)
Итого	х	х	167615	

Инвестиции в основной капитал



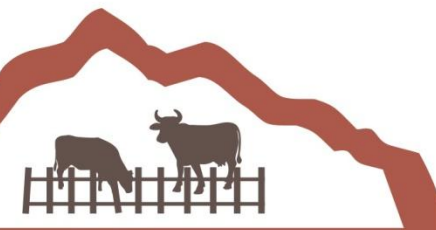
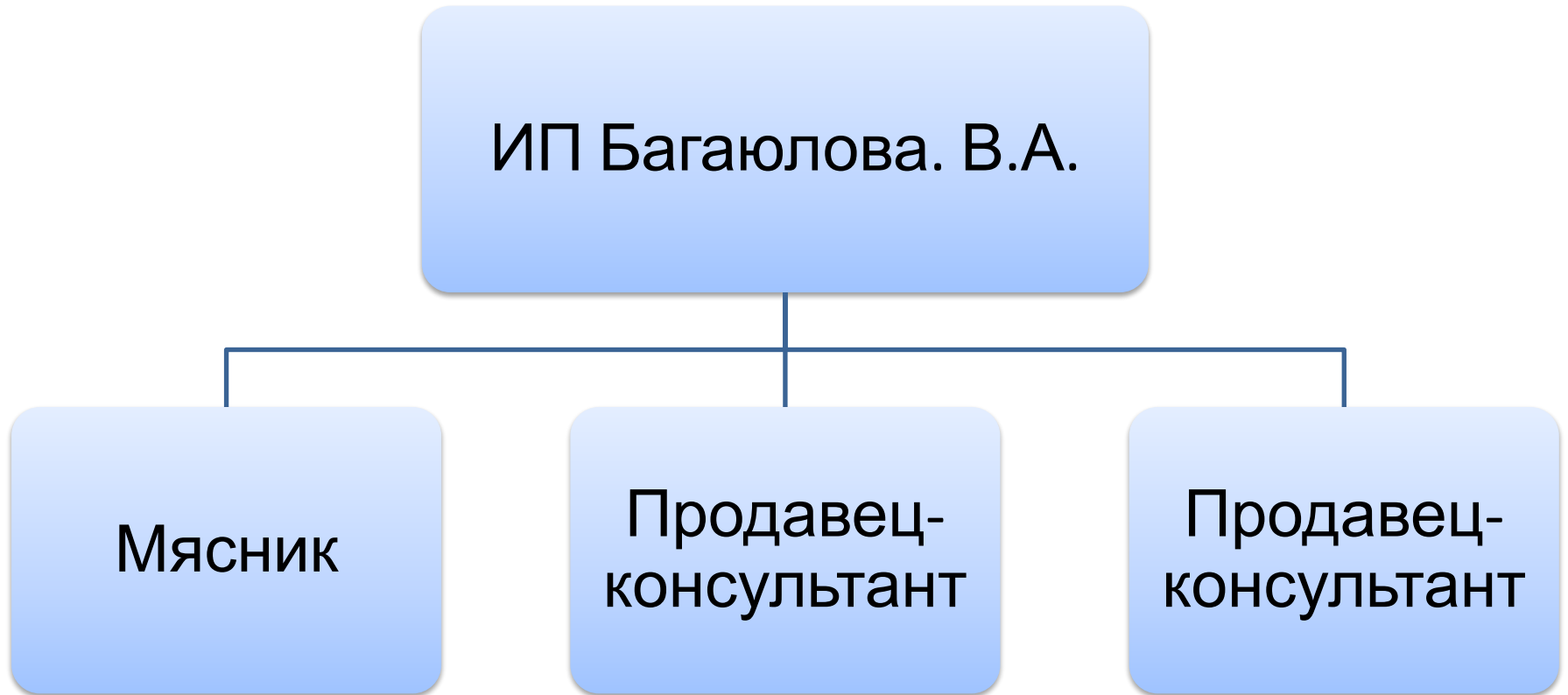
SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Экологически чистая мясная продукция 2. Надежные поставщики 3. Наличие квалифицированного персонала 4. Эффективная система контроля качества продукции 5. Конкурентные цены 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Большие накладные расходы 2. Слабая инновация производства 3. Несвоевременная поставка сырья 4. Высокие и постоянно растущие цены на сырьё 5. Возможно копирование продукции
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность привлечения долгосрочного капитала 2. Расширение ассортимента выпускаемой продукции 3. Быстрая реакция на рыночный спрос 4. Возможность выхода на новые рынки или сегменты рынка 5. Возможность ускорения роста рынка 6. Повышение качества продукции, Применение политики гибких цен для постоянных покупателей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Снижение уровня покупательской способности населения 2. Наступательная тактика конкурентов на рынках сбыта 3. Возможность появления новых конкурентов 4. Увеличение ввоза и использования дешёвого заграничного сырья 5. Замедление роста рынка

Возможные партнеры

Партнер –организация	Услуги, форма сотрудничеств	Наличие договора
Фермер Багаюлов А.Н.	Поставка туш говядины	Есть
Фермер Каланаков Р.Б.	Поставка туш говядины	Есть
Фермер Сопо Д.С.	Поставка туш говядины	Есть
Приют для животных «Ласка»	Сбыт, утилизация просроченной мясной продукции	Есть

Организационная структура

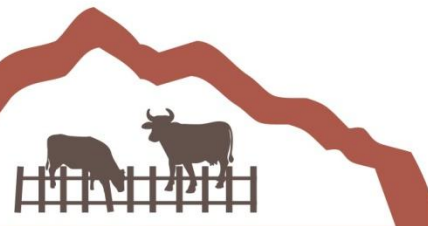


Смета единовременных затрат

№ п/п	Статья затрат	Сумма, руб.
1	Затраты, связанные с регистрацией собственного дела:	
2	Регистрационный сбор	800
3	Изготовление печати и штампа	650
4	Оплата открытия банковского счета	2500
5	Нотариальные услуги (услуги консультантов)	60000
6	Организационно-технические затраты:	
7	Аренда и ремонт помещения	10000
8	Оборудование и инструменты	467615
9	Товары	110000
10	Телефон	1000
11	Реклама	25600
12	Транспортные расходы	21827
13	Заработная плата	50000
14	Начисления на заработную плату	15100
15	Непредвиденные расходы	4908
Всего:		770000

Источники финансирования

№	Наименование источника	Сумма, руб.
1	Личные средства	770000
	ИТОГО источников	770 000



Прогноз продаж и ценовая политика мясной лавки

Вид услуги	Годовой объем продаж	Стоимость, руб.
Мясо говядины	8800, кг	400
Полуфабрикаты	275, кг	300
Изделия из алтайской национальной кухни	418, кг	350



Показатели экономической эффективности

№	Показатели	Итого за год
1	Доход от реализации услуг, руб.	3745500
2	Чистая прибыль, руб.	736249
3	Рентабельность, %	19,66
4	Срок окупаемости, мес.	8
5	Налог при УСН, руб.	129926
6	Страховые взносы, руб.	181200



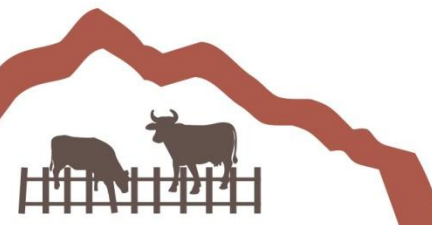
Риск и меры предупреждения

Виды рисков	Возможные потери	Меры снижения потерь
Сезонность продаж	Снижение выручки на 10-15%	Делать упор на такие виды продукции, как шашлык и мясо для гриля
Ограниченный срок хранения мяса	Дополнительные убытки из-за просроченной продукции	Распродажи, прогнозирование закупок Приобретение качественного оборудования
Рост числа конкурентов	Снижение выручки, наличие остатков продукции	Промоушен, раздача листовок, специальные предложения – пересмотр маркетинговой стратегии
Рост цен на продукцию у поставщиков	Рост цен	Организация сети поставщиков



Перспективы развития

- Качество продукции, акцент сделан на экологически чистый продукт из Горного Алтая
- Полное соблюдение требований экологической безопасности;
- Прямая поставка от производителя позволит сохранять либеральные цены;
- Формирование системы скидок для определенных категорий покупателей



Благодарим за внимание!

