

Мясо индейки

СЕТЬ МАГАЗИНОВ

Цель проекта

- ▶ Открытие специализированных фирменных магазинов по продаже мяса индейки в Саратове и Энгельсе. Ниша с огромным потенциалом. Конкуренция с аналогичными магазинами отсутствует. Перспектива, развитие торговой сети до 25 магазинов «Мясо индейки».



- свежее мясо индейки, мясо индейки охлажденное/замороженное
- кусковые полуфабрикаты, шашлыки, купаты из мяса индейки
- линейка продукции глубокой переработки
- замороженные полуфабрикаты, колбасы, ветчины, фарши, деликатесы.

► Продукция из мяса индейки на рынке Саратова и Энгельса представлена в скудном ассортименте. Задача нашей компании, через созданную сеть магазинов донести до потребителя более 137 видов продукта высокого качества по доступной цене.



Поставщик

«Индифуд» – одна из крупнейших производственных компаний по продаже индейки на территории России. Поставщик мяса птицы и продукции глубокой переработки.

- ▶ Бесперебойные прямые поставки свежей продукции с завода-производителя
- ▶ Лучшие условия поставки
- ▶ Помощь в поиске оптимального помещения для будущего магазина
- ▶ Права на использование товарного знака
- ▶ Постоянная маркетинговая поддержка
- ▶ Регулярное обучение, съезды франчайзи
- ▶ Онлайн-поддержка и консультации.

ИНДИФУД- один из крупнейших трейдеров мяса индейки и утки в России. Собственные цеха по разделке мяса птицы и производству натуральных полуфабрикатов. Распределительные центры в Москве и в Башкирии.



Мясо Индейки



Замороженные Полуфабрикаты



Колбасы



Мясо Утки



Деликатесы



Фарши



Шашлыки и Купаты

Анализ рынка

- ▶ На данный момент на Саратовском рынке по продаже мяса индейки, отсутствует сильная конкуренция. Отсутствуют специализированные магазины. Компании производители, реализуют свой продукт через продовольственные сети в неполном ассортименте. Ведется пассивная торговля, данный продукт целенаправленно ищет узкий круг потребителей.

	Поставщик	Конкурененты			
Компания	Индифуд	Индилайт	Курников	Пава-Пава	Частные ф/х
Рынок сбыта	Сеть собственных магазины/оптовая торговля. Франчайзинг.	Продукция реализуется через продовольственные сети	Продукция реализуется через продовольственные сети	Продукция реализуется через продовольственные сети	Выездная торговля
Ассортимент	137 позиций	67 позиций	14 позиций	43 позиций	2-3 позиции
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Своя сеть специализированных магазинов. ➤ Прямой контакт с потребителем. ➤ Возможность принимать отзывы и оперативно принимать решение по ним. ➤ Предоставляем потребителю полный ассортимент нашего продукта. ➤ Самостоятельно занимается ценовой политикой и не зависит от регламента торговых сетей. ➤ Низкий уровень залежалости продукта. ➤ Обновление 2-3 раза в месяц свежим продуктом. ➤ Ассортимент нашей компании больше, чем у конкурентов. 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Конкурененты реализуют продукцию через продовольственные сети ➤ Ассортимент компаний представлен в магазинах не полностью, теряется на полках среди продукции других поставщиков. ➤ Нет прямого контакта с потребителем. ➤ Нет возможности оперативно реагировать на отзывы потребителя. ➤ Небольшой ассортимент, по сравнению с компанией «Индифуд» ➤ Зависимость от регламента продовольственных ритейлеров, нет возможности самостоятельно регулировать цены. 			

➤ Производство индейки развивается самыми быстрыми темпами по сравнению с другими видами мяса. Как следует из исследования Agrifood Strategies. По прогнозу Agrifood Strategies, в 2021 году производство индейки в России может увеличиться минимум на 50-60 тыс. т и достичь 360-420 тыс. т. К 2025-му объем выпуска вырастет до 550 тыс. т.



➤ В 2020 г продажи мяса индейки в России выросли на 7,5%. Пандемия коронавируса практически не оказала негативного влияния на рынок. В заведениях общественного питания мясо индейки и так использовалось очень редко, а продажи продукции в рознице в период самоизоляции только возросли. Для многих жителей страны в период вынужденного бездействия сектора HoReCa покупка мяса индейки стала хорошим способом разнообразить домашнее меню. В структуре продаж мяса индейки преобладает охлажденная продукция, доля которой в течение последних пяти лет составляла 71,2-75,4%. Доля замороженного мяса, соответственно, варьировалась в 2016-2020 гг от 28,8% до 24,6%.

➤ Продажи индейки имеют потенциал экстенсивного развития. По оценкам BusinesStat, в 2021-2025 гг все отмеченные факторы развития рынка останутся актуальными, что будет способствовать ежегодному росту продаж мяса индейки. По итогам на 2025 г продажи вырастут на 37,0%.

Источник: BusinesStat

SWOT-анализ

Риски	Описание риска. Причина возникновения	Вероятность возникновения	Степень влияния риска на проект	Планируемые меры по снижению рисков
Производственные	Возникновения перебоев в производственном процессе, снижение качества продукта, уменьшение ассортимента. Причины: Износ, поломка производственного оборудования. Болезнь птицы, проблемы с поставками мяса от поставщиков. Управленческий, организационный фактор.	низкая	средняя	Анализ рынка производителей мяса индейки по ассортименту, ценам, логистике, условиям поставки и сотрудничества. Рассмотрение вариантов смены поставщика.
Поставка. Снабжение.	Несвоевременная поставка. Несоответствие запрашиваемой заявки (пересорт, уменьшение количества заказа). Низкое качество. Причины: Управленческий, организационный фактор.	низкая	средняя	Анализ рынка производителей мяса индейки по ассортименту, ценам, логистике, условиям поставки и сотрудничества. Рассмотрение вариантов смены поставщика.
Сбыт	Уменьшением объемов реализации продукта проекта. Снижение цены. Причины: Низкое качество продукта, несоответствие цены и качества. Низкая проходимость. Некомпетентный персонал, неправильное ценообразование, неправильно подобран ассортимент, отсутствие взаимодействия с потребителем.	низкая	высокая	Оперативно провести анализ работы магазина, выявить точную причину или цепочку ошибок, влияющих на работу магазина. Принять кардинальные меры по устранению. Если причина в качестве и ассортименте, смена поставщика. Пересмотреть ценовую политику, ориентируясь на контингент покупателей, обновить ассортимент. Дифференциация продукта. Смена места магазина. Провести аттестацию персонала, набрать новых сотрудников и сделать акцент на повышение профессионализма.

Риски	Описание риска. Причина возникновения	Вероятность возникновения	Степень влияния риска на проект	Планируемые меры по снижению рисков
Финансовый и коммерческий	Снижение покупательской способности. Потеря дохода, прибыли. Потеря возможности возврата вложенных средств. Причины: Инфляция, рост цен. Плохо проработан организационный и маркетинговый план работы компании.	низкая	высокая	От инфляции и роста цен, никто не застрахован. Своевременная реакция на экономический спад, может снизить потери. Распродажа с минимальной наценкой. Риск, связанный с неправильной организацией работы магазина и возврата инвестиционных средств, решается пересмотром плана развития и подхода к его реализации. Смена управляющего, персонала. Данные меры применяются в самые кратчайшие сроки, устанавливаются жесткие меры и временные рамки по исправлению ошибок и корректировки работы компании.
Организационный	Плохо подобранная команда. Отсутствие контроля работы персонала. Не проработаны стандарты и регламент работы персонала. Неправильная стратегия формирования ассортимента. Несвоевременное обновление ассортимента, неправильное формирование запаса магазина. Неправильное ценообразование.	низкая	высокая	Исправление всех перечисленных ошибок в сжатые сроки. Подбор новых сотрудников или переаттестация старых. Установление регламента работы персонала с соблюдением всех норм и правил работы магазина. Контроль, обучение и развитие персонала. Пересмотр ценовой политики и ассортиментной матрицы. Ориентир на спрос покупателя, формирование запаса и ассортимента согласно динамике товарооборота.



Маркетинговая компания

- Маркетинговая компания будет проводиться с учетом сегментирования рынка потребителей.
- Каждая группа потребителей будет получать индивидуальный рекламно-информационный продукт.

- ❖ **Разбивая по группам рынок потребителей, мы получаем:**
 - **Люди ведущие здоровый образ жизни, спортсмены.**
Фитнес-центры, спортивные клубы и секции, лечебно-оздоровительные учреждения. Спа-салоны, салоны красоты, центры омоложения.
 - **Беременные и кормящие женщины.**
Перинатальные центры, центры планирования беременности.
 - **Дети.**
Детские сады, ясли, центры дошкольного образования и развития, детские спортивные клубы и секции
 - **Диабетики. Аллергики. Гипертоники. Люди, страдающие сердечно-сосудистыми заболеваниями, заболеваниями желудочно-кишечного тракта. Онкология. Заболевания крови. Люди, страдающие болезнью зубов и полости рта.**
Медицинские учреждения. Стоматологические клиники.
 - **Пожилые люди, да и просто все те, кто стремятся внести разнообразие в своё питание.**
Рекламная компания для данного сегмента, будет проходить в общем режиме для населения. СМИ, инстаграм, социальные сети, мессенджеры, промо-акции.

- ❖ **Позиционирование магазина, продукта.**
- ❖ **Создание имиджа престижного, специализированного магазина.**
- ❖ **Делаем акцент на высокий уровень обслуживания покупателей.**
- ❖ **Разработка ценовой политики.**
- ❖ **Модель ценообразования будет ориентирована на конкурентов с поправкой на потребителя. В процессе формирования будет учитываться анализ рынка конкурентов, анализ спроса, динамика товарооборота по позициям, эффективность разработанных программ скидок и бонусов.**
- ❖ **Мероприятия по формированию спроса и стимулированию продаж: акции, скидки, подарки**
- ❖ **Разработка системы скидок и бонусов. Накопительная программа.**
- ❖ **Формирование ассортимента, товарного запаса согласно спросу и интереса покупателей.**
- ❖ **Ориентируемся на спрос покупателя, разработка ассортиментной политики магазина.**
- ❖ **Постоянный анализ конъюнктуры рынка.**
- ❖ **Анализ сильных и слабых сторон, рисков и возможностей компании**
- ❖ **Анализ продаж с момента открытия**
- ❖ **Анализ эффективной работы магазина (сети).**
- ❖ **Расчёт коэффициента конверсии работы магазина.**
- ❖ **Работа с отзывами покупателей, оценка работы магазина и его координация.**
- ❖ **Контроль работы магазина (сети) путем получения отчетности (месяц, квартал, год) и ее анализа**
- ❖ **Анализ результата торговой деятельности**
- ❖ **Анализ тенденций, условий для расширения.**
- ❖ **Телефонный и почтовый маркетинг. По сегментам рынка и социальных групп.**
- ❖ **SMM продвижение.**
- ❖ **Таргетированная реклама. Вконтакте. Одноклассники. Инстаграм. Работа с подписчиками. Проведение акций в соцсетях.**
- ❖ **Контент-маркетинг**
- ❖ **Ретаргетинг**
- ❖ **Наполнение контентом**
- ❖ **Копирайтинг**

Полезные свойства мяса индейки

* Поддерживает иммунитет * Польза для костей * Источник белка * Лечит анемию * Содержит фосфор * Содержит цинк * Ускоряет обмен веществ * Уменьшает количество холестерина * Содержит железо * Содержит селен * Благотворное влияние на гормоны * Облегчает симптомы диабета * Содержит витамин В3. * Содержит пантотеновую кислоту * Предотвращает бессонницу * Благотворно влияет на сердце * Для мужчин. Мясо богато высококачественным белком

* Профилактика рака * Помогает контролировать вес * Во время кормления * Для женщин. Индейка содержит витамины А и Е, фосфор и натрий, которые необходимы для здоровья женщины * Во время беременности. Во время беременности женщина нуждается в высококалорийной диете * Мясо богато различными аминокислотами, которые важны для организма беременной женщины.

Мясо также содержит витамины группы В, такие как В6 и В3 * Для детей. Мясо индейки, содержит много питательных веществ, необходимых для организма ребенка. Например, омега-3 и омега-6 жирные кислоты способствуют нормальному развитию детей младшего возраста.

Регулярное потребление способно предотвратить: онкологические патологии; простуду; неврозы; дистрофию мышц; кариес; снижение иммунитета; когнитивные расстройства; скачки холестерина; появление лишнего веса; нехватку выносливости; быструю мышечную и эмоциональную утомляемость; дисфункцию поджелудочной железы.

углеводы, г

0,0

- Мясо индейки славится своими оздоровительными свойствами: его рекомендуют при аллергии и на низкокалорийных диетах. Благодаря тому, что мясо индейки практически не содержит жиров, но богато белком, оно быстро переваривается и легко усваивается. По сравнению со свининой или говядиной мясо индейки обладает отличными вкусовыми и диетическими свойствами.
- Мясо индейки содержит важные микроэлементы, такие как калий и фосфор. Кроме того, это ценный источник магния, поддерживающий оксигенацию цинковых клеток, который поддерживает иммунную систему и регулирует чувство вкуса и железа. Мясо индейки содержит значительное количество витаминов группы В, необходимых для поддержки нервной системы. Мясо индейки является важным источником витамина В12, который влияет на выработку эритроцитов.
- Диетологи рекомендуют мясо индейки маленьким детям, беременным и кормящим женщинам, пожилым людям и всем, кто хочет вести здоровый образ жизни.
- Мясо индюшки отличается высоким содержанием белков, витаминов, минералов и прочих биологически активных веществ. При этом оно практически лишено жира.
- Индюшати́на обладает рядом полезных свойств: она способна нормализовать работу головного мозга, щитовидной железы, поддержать функциональную активность опорно-двигательного аппарата.

Источник питательных веществ

- Объём нутриентов зависит от части птицы. Например, тёмное мясо (голени) богато жиром и содержит больше калорий, а белое (филе) – отличается высокой концентрацией белка и витаминов.

Улучшение когнитивных функций

- В составе индюшки имеется большое количество витаминов группы В (В1, В6, В12). Витамины группы В благоприятно сказываются на здоровье центральных отделов нервной системы. В частности, отмечается улучшение когнитивной сферы (память, мышление и внимание), а также визуально-пространственного восприятия. Нормализует обмен веществ в центральных отделах нервной системы. Снижает вероятность появления дегенеративных заболеваний (болезнь Пика или Альцгеймера).

Нормализация работы щитовидной железы

- Всего 217 граммов приготовленной индюшки удовлетворяют суточную потребность организма в селене.

Помощь в похудении

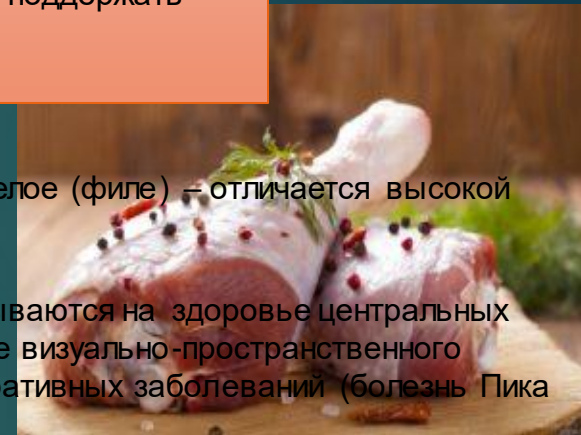
- Мясо индейки отличается низким содержанием жиров и незначительной калорийностью (по сравнению с другими видами мяса), что позволяет включать его в диеты, направленные на снижение массы тела.

Повышение эффективности тренировок

- Высокий уровень потребления белка напрямую связан с качеством выполнения физических нагрузок. Подобные диеты повышают тонус и силу скелетной мускулатуры, увеличивают продолжительность работы, а также значительно ускоряют восстановление повреждённых мышечных волокон.

Профилактика В12-дефицитной анемии

- Витамин В12 участвует на уровне костного мозга в образовании эритроцитов, доставляющих кислород ко всем клеткам организма. Витамин В12 предотвращает развитие анемии.



Финансовая модель

ПОЛУЧЕНИЕ ПРИБЫЛИ	ИТОГО за 5 лет	Итого 1 год	Итого 2 год	Итого 3 год	Итого 4 год	Итого 5 год
Выручка	1978585200,00	25727700,00	327482500,00	546875000,00	539250000,00	539250000,00
Ежемесячные затраты, в том числе:	1606345237,83	22553451,12	268951926,39	439240131,56	437799864,38	437799864,38
ФОТ управленческого персонала	59497565,99	869407,11	10121665,13	16277868,75	16114312,50	16114312,50
Генеральный директор	12952414,50	607977,00	2417562,50	3334375,00	3296250,00	3296250,00
Коммерческий директор	11447137,50		1880262,50	3214375,00	3176250,00	3176250,00
Руководитель торговой сети	17207137,50		2780262,50	4834375,00	4796250,00	4796250,00
Страховые взносы/НДФЛ. 43%	17890876,49	261430,11	3043577,63	4894743,75	4845562,50	4845562,50
ФОТ основного персонала	78400968,36	1268806,11	13220099,75	21376712,50	21267675,00	21267675,00
Грузчик-дворник	2040000,00	120000,00	480000,00	480000,00	480000,00	480000,00
Продавец	52785852,00	767277,00	8764825,00	14468750,00	14392500,00	14392500,00
Страховые взносы за сотрудников / НДФЛ. 43%	23575116,36	381529,11	3975274,75	6427962,50	6395175,00	6395175,00
Аренда помещения + ком. Услуги + ремонт.	61620000,00	972000,00	10248000,00	16800000,00	16800000,00	16800000,00
Себестоимость товара	1289781799,33	17151799,33	216255000,00	352125000,00	352125000,00	352125000,00
Реклама	3600000,00	720000,00	720000,00	720000,00	720000,00	720000,00
Налоги 15%	67627052,15	590161,57	10648336,52	19523800,31	18432376,88	18432376,88
Аренда офиса	900000,00	180000,00	180000,00	180000,00	180000,00	180000,00
Прочие	33937852,00	631277,00	5748825,00	9236750,00	9160500,00	9160500,00
Хозяйственные и канцелярские принадлежности	520000,00	40000,00	120000,00	120000,00	120000,00	120000,00
Эквайринговое обслуживание	19785852,00	257277,00	3274825,00	5468750,00	5392500,00	5392500,00
Связь и интернет	242000,00	34000,00	64000,00	48000,00	48000,00	48000,00
Бухгалтерские услуги (аутсорсинг)	2410000,00	130000,00	480000,00	600000,00	600000,00	600000,00
Маржинальная прибыль	688803400,67	8575900,67	111227500,00	194750000,00	187125000,00	187125000,00
Чистая прибыль	349439962,17	1274248,88	37630573,61	107634868,44	101450135,63	101450135,63

РЕЗУЛЬТАТ

Средняя ежемесячная выручка	32 976 420 ₽
Средняя чистая ежемесячная прибыль	6 162 549 ₽
Период окупаемости, месяц	12
Выручка за 5 года	1 978 585 200 ₽
Чистая прибыль за 5 лет	369 752 962 ₽
Рентабельность по чистой прибыли	18,7%

Инвестиционное предложение

Варианты участия инвестора в проекте	Доля инвестора от чистой прибыли	Доход инвестора по годам					
		Итого за 1-й год	Итого за 2-й год	Итого за 3-й год	Доход инвестора за 3 года		
<ul style="list-style-type: none"> 1. Инвестор делает вложение в развитие проекта 2 млн руб. 2. На момент участия в проекте, инвестор получает 25% от чистой прибыли. Вывод средств производится один раз в квартал. 3. Инвестор выходит из проекта через 3 года. Сумма вывода вложенных средств составит: - 2 млн. руб * 3 = 6 млн руб. + 25% от чистой прибыли. 	25%	793 562,22	14 632 643,40	26 908 717,11	48 334 922,73		
		Итого за 1-й год	Итого за 2-й год	Итого за 3-й год	Итого за 4-й год	Итого за 5-й год	Доход инвестора за 5 лет
<ul style="list-style-type: none"> 1. Инвестор делает вложение в развитие проекта 2 млн руб. 2. На момент участия в проекте, инвестор получает 15% от чистой прибыли. Вывод средств производится один раз в квартал. 3. Инвестор выходит из проекта через 5 лет. Сумма вывода вложенных средств составит: - 2 млн. руб * 2 = 4 млн руб. + 15% от чистой прибыли. 	15%	476137,33	8779586,04	16145230,27	15217520,34	15217520,34	59835994,33

Инициатор проекта

- Инициатор проекта получает:
 - окладная часть от 30 до 50 тыс. руб. + от 0,5% до 1% от выручки
 - 15% от чистой прибыли после прохождения точки окупаемости. Вывод средств производится один раз в квартал.

ЗАТРАТЫ НА ОТКРЫТИЕ ПЕРВОГО МАГАЗИНА

Подготовка помещения	80 000
Торговое оборудование	750 000
Финансовый резерв компании	400 000
Первоначальный запас товара	670 000
Маркетинг	100 000
Итого	2 000 000



Перспектива

- Создание торговой сети из 25 магазинов по Саратову и Энгельсу.
- Интернет-магазин. Доставка на дом
- Открытие магазинов под своим брендом. Развитие торговой сети на территории РФ. Сотрудничество с фермерскими хозяйствами, производителями продукции из мяса такой птицы как:
 - ❑ **ГУСИ * УТКИ * ФАЗАНЫ * ИНДОУТКИ * КУРЫ * ЦЕСАРКИ * ИНДЕЙКИ * ПЕРЕПЕЛА**
- Распределительный центр мяса птицы.
- Данная сеть позволит снизить риски вхождения конкурентов на рынок Саратова. Создаст здоровую внутреннюю конкурирующую среду между нашими магазинами, что способствует динамичному развитию и росту на рынке. Увеличит популярность продукта из мяса птицы.
- Данная сеть позволит минимизировать и предотвратить такие риски, как:
 - ❑ **Производственные.** Возникновения перебоев в производственном процессе, снижение качества продукта, уменьшение ассортимента. Причины: Износ, поломка производственного оборудования. Болезнь птицы, проблемы с поставками мяса от поставщиков. Управленческий, организационный фактор.
 - ❑ **Поставка. Снабжение.** Несвоевременная поставка. Несоответствие запрашиваемой заявки (пересорт, уменьшение количества заказа). Низкое качество. Причины: Управленческий, организационный фактор.

Команда и её формирование

Инициатор проекта:

Фокин Сергей Александрович. Возраст 44 года.

Опыт индивидуальной деятельности:

1996-1998 ИП Розничная торговля продуктами питания.

2009-2012 ИП Оптовая торговля полиграфической продукцией. Реализация через торговые сети и небольшие магазины г. Саратова.

2012- н/в ООО «Арт-Менеджмент» Учредитель. Инициатор проекта. Генеральный директор. Производство бумажной тары и упаковки

Навыки:

Управление проектами. Управление производством. Управление затратами. Ведение переговоров. Ориентация на результат. Организаторские навыки. Руководство коллективом. Подбор персонала. Обучение персонала. Управление персоналом. Мотивация персонала. Региональное развитие. Участие в Тендерах. Start-up project. Планирование продаж. Управление продажами. Мониторинг рынка. Розничная торговля.

Образование:

- Саратовский государственный технический университет
- Саратовский техникум отраслевых технологий и финансов.

Для открытия первого магазина необходим персонал, состоящий из 2 продавцов-кассиров и 1 грузчика-дворника. Структура компании и её формирование будет происходить в процессе развития проекта и поэтапного открытия магазинов.

План по созданию команды первого магазина:

- Подбор и формирование команды - Обучение - Тимбилдинг - Мотивация - Поощрение и премирование
- Контроль и координация работы команды - Оценка эффективности работы команды, внесение поправок.
- Задача создать сплоченный коллектив, социально-психологический климат для взаимопонимания сотрудников и руководителя. Обучить профессиональной консультации покупателей по товарному ассортименту и оказании помощи в подборе нужного товара. Развить чувство ответственности по достижению общей поставленной цели.

Обучение:

- Доскональное знание продаваемого продукта. Владение дополнительной информацией по продукту, на пример рецепты и способы приготовления, для вызова доверия и расположения к себе покупателя.
- Владение информацией по рынку конкурентов, какие компании представлены на рынке и с каким ассортиментом.
- Работа с возражением. Вежливое обслуживание, умение выслушать потребителя и сделать грамотное предложение по существующему ассортименту. Дополнительные продажи к запрашиваемому основному продукту покупателем.