+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Бизнес-план производства солезаменителя (с финансовой моделью)

https://marketpublishers.ru/r/B1BF4B84E49FRU.html
Дата: 24.02.2020
Страниц: 90
Цена: 33 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: B1BF4B84E49FRU

## Описание

Адаптация данного бизнес-плана возможна под любой проект на территории России, Украины и стран СНГ.

К данному бизнес-плану прилагается финансовая модель в отдельном файле, которая позволяет с легкостью выстроить новый финансовый план методом ввода соответствующих данных

Идея проекта: производство солезаменителя.

Объем выпуска готовой продукции: 1 000 кг/0,05 кг = 20 000 упаковок в год, или 5 000 упаковок солезаменителя в квартал.

Рыночная ситуация:

1. Наибольшей популярностью солезаменители пользуются в Центральном и Сибирском федеральных округах. По областям лидируют Белгородская область, Курская область и Московская область.
2. Общий объем рынка по основному ОКВЭД «Производство приправ и пряностей» (10.84) составил *** тыс. руб. Доля солезаменителей в общем объеме рынка составляет ***%.
3. Чаще всего солезаменители покупают люди среднего возраста от 30 до 45 лет (***%); на втором месте оказались потребители в возрасте от 18 до 30 (***%), а респонденты от 45 до 60 лет и 60+ заняли третье место (***%). Также солезаменители употребляют чаще граждане, чей семейный доход колеблется от 50 тыс. до 70 тыс. руб. в месяц (***% опрошенных), за ними следуют респонденты с доходом от 70 тыс. до 100 тыс. руб. (***%). На последнем месте – люди с семейным доходом от *** тыс. руб. и выше.

Конкурентное окружение: на российском рынке пользуются спросом солезаменители трех торговых марок: «Соль Жизни», «ВкусВилл» и «Гарнец».

Выдержки из исследования

Ценовая политика

На рынке солезаменителей представлены 2 основных вида продукции:

основанные на водорослях;

основанные на морской соли и специях.

Для определения ценовой политики на российском рынке солезаменителей в таблице ниже рассмотрим основные солезаменители, их характеристику и цену.

Таблица 1. Характеристика и цены основных солезаменителей

Наиболее распространённой является упаковка с весом *** г. Цена продукции основанной на морской соли и специях составляет *** руб./г, а продукции основанной на морских водорослях *** руб./г.

Характеристика рынка

Для анализа рынка солезаменителей в России была использована статистика поисковых запросов в Яндекс. Необходимо отметить, что около 30% российских интернет-пользователей используют Google для поиска в интернете, в то время как около 60% предпочитают Яндекс.

Таблица 2. Количество показов по поисковому запросу «Солезаменитель» в Яндекс, Россия

Таким образом, большинство потребителей ищут в целом солезаменители, что говорит об отсутствии предпочтений какой-либо торговой марки. Из предпочтений среди торговых марок можно выделить солезаменители «***», а также «***». Также можно выявить тенденцию влияния отзывов перед выбором конкретной торговой марки.

На рисунке ниже представлена история запросов. Как видно из рисунка, наибольшим спросом солезаменители пользовались в ***, *** и *** как в 2017 г., так и в 2018 г. В 2018

г. наблюдается тенденция снижения спроса на солезаменители.

Рисунок 1. История запросов по фразе «Солезаменитель» в Яндекс, Россия

В таблице ниже рассмотрим региональное распределение по показателю: «Региональная популярность» – это доля, которую занимает регион в показах по данному слову, деленная на долю всех показов результатов поиска, пришедшихся на этот регион. Популярность слова/словосочетания, равная 100%, означает, что данное слово в данном регионе ничем не выделено. Если популярность более 100%, это означает, что в данном регионе существует повышенный интерес к этому слову, если меньше 100% – пониженный.

Таблица 3. Региональное распределение запросов по фразе «Солезаменитель» в Яндекс, Россия

Таким образом, наибольшей популярностью солезаменители пользуются в Центральном и Сибирском федеральных округах. По областям лидируют Белгородская область, Курская область и Московская область.

Характеристика потребителей продукции, товаров, услуг

Как видео из диаграммы ниже, чаще всего солезаменители покупают люди среднего возраста от 30 до 45 лет (***%); на втором месте оказались потребители в возрасте от 18 до 30 (***%), а респонденты от 45 до 60 лет и 60+ заняли третье место (***%).

Рисунок 2. Покупатели солезаменителей по возрасту, Россия, %

Чаще других солезаменители употребляют граждане, чей семейный доход колеблется от 50 тыс. до 70 тыс. руб. в месяц (***% опрошенных), за ними следуют респонденты с доходом от 70 тыс. до 100 тыс. руб. (***%). На последнем месте – люди с семейным доходом от 100 тыс. руб. и выше.

Рисунок 3. Покупатели солезаменителей по доходу, Россия, %

Рассмотрим ниже группы населения, которым противопоказано употреблять поваренную и йодированную соль:

больные сахарным диабетом;

гипертоники;

люди с заболеваниями сердечно-сосудистой системы;

пациенты с почечной недостаточностью;

люди с остеохондрозом и остеопорозом.

Для оценки объема рынка в количественном и денежном выражениях на диаграмме ниже рассмотрим типы потребителей в зависимости от быстроты восприятия новой продукции.

«Новаторы» первыми пробуют новинку и склонны к рискам. «Ранние последователи» являются лидерами мнений, которые делают продукт известным и модным. Именно на эти категории в первый год будет ориентирована маркетинговая политика проекта.

Суточная норма потребления соли составляет 3 грамма, которые заменяет 1,5 грамма солезаменителя. Исходя из анализа рынка и целевой аудитории проекта, в таблице ниже произведем расчет объема потенциального рынка Проекта в натуральном и денежном выражении.

Общий объем рынка по основному ОКВЭД «Производство приправ и пряностей» (10.84) составил *** тыс. руб. Доля солезаменителей в общем объеме рынка составляет ***%.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Содержание

**1 РЕЗЮМЕ**

**2 ИНФОРМАЦИЯ О ПЛАНЕ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА**

**3 ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА, СОДЕРЖАНИЕ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА**

3.1. Цель осуществления плана развития производства, мероприятия, которые должны быть осуществлены для ее реализации
3.2. Основная продукция, планируемая к выпуску по плану развития производства
3.3. Описание этапов реализации плана развития производства (перечень и график осуществления работ по реализации плана развития производства)
3.4. Потребность в человеческих ресурсах (план по персоналу)
3.5. Характеристика имущественных прав по плану развития производства

**4 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА**

4.1. Общие экономические показатели предприятия
4.2. Экономическая значимость
5.3. Социальная значимость

**5 АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГ**

5.1. Организация сбыта
5.2. Маркетинговые мероприятия
5.3. Ценовая политика
5.4. Характеристика рынка
5.5. Характеристика потребителей продукции, товаров, услуг
5.6. Анализ конкурентов, их сильные и слабые стороны
5.7. Обоснование ценовых условий на продукцию, работы, услуги с учетом проведенного анализа рынка
5.8 План мероприятий по развитию предприятия, с указанием планируемого бюджета на реализацию мероприятий

**6 РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННОГО ПЛАНА-ГРАФИКА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

6.1. Диаграмма Ганта
6.2. Правовое обеспечение плана развития производства

**7 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ**

7.1. Допущения, принятые для расчета финансовой модели
7.2. Объем реализации в рамках плана развития производства и выручка

**8 РАЗРАБОТКА ФИНАНСОВОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

8.1. Источники финансирования плана развития производства (объем и структура (собственные/привлекаемые средства)
8.2. Финансирование (планируемый график финансирования)
8.3. Себестоимость
8.4. Постоянные издержки
8.5. Персонал
8.6. Отчет о прибылях и убытках
8.7. Отчет о движении денежных средств
8.8. Баланс

**9 АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ**

**10 ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОЕКТА**

**ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»**

**РИСУНКИ**

Рисунок 1. Магазин «ВкусВилл»
Рисунок 2. Магазин «Лакшми»
Рисунок 3. История запросов по фразе «Солезаменитель» в Яндекс, Россия
Рисунок 4. Покупатели солезаменителей по возрасту, Россия, %
Рисунок 5. Покупатели солезаменителей по доходу, Россия, %
Рисунок 6. Типы потребителей в зависимости от быстроты восприятия новой продукции, %
Рисунок 7. Главная страница интернет-магазина «Соль Жизни»
Рисунок 8. Пример SEO-оптимизации компании по запросу «Солезаменитель»
Рисунок 9. Главная страница интернет-магазина 'ВкусВилл'
Рисунок 10. Главная страница сайта ТМ «Водорослевая соль»

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Рисунок 11. Пример SEO-оптимизации по запросу «Соль из водорослей»
Рисунок 12. Стратегическая канва по проекту
Рисунок 13. Анализ чувствительности: NPV
Рисунок 14. Анализ чувствительности: IRR
Рисунок 15. Точка безубыточности

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

# Таблицы

## ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Бизнес-модель предприятия
Таблица 2. Цели и задачи проекта
Таблица 3. Имеющееся оборудование для выпуска продукции, на которую направлен проект развития
Таблица 4. Характеристика продукции в составе проекта развития производства
Таблица 5. Основные рынки сбыта продукции, на которую направлен проект развития
Таблица 6. Этапы развития проекта
Таблица 7. Выполненные программы и проекты
Таблица 8. Текущие и незавершенные проекты
Таблица 9. Этапы работ (№3 и №4) и стоимость
Таблица 10. План по найму персонала
Таблица 11. Характеристика имущественных прав по плану развития производства
Таблица 12. Общие показатели предприятия
Таблица 13. Федеральные аптечные сети
Таблица 14. Ориентировочный перечень выставок
Таблица 15. Характеристика и цены основных солезаменителей
Таблица 16. Количество показов по поисковому запросу «Солезаменитель» в Яндекс, Россия
Таблица 17. Региональное распределение запросов по фразе «Солезаменитель» в Яндекс, Россия
Таблица 18. Целевая аудитория потребителей
Таблица 19. Объем потенциального рынка проекта
Таблица 20. Профиль конкурентной торговой марки «Соль Жизни»
Таблица 21. Профиль конкурентной торговой марки «ВкусВилл»
Таблица 22. Профиль конкурентной торговой марки «Гарнец» ТМ «Водорослевая соль»
Таблица 23. Факторы, которые оказывают влияние на ценообразование
Таблица 24. План мероприятий
Таблица 25. Таблица с допущениями
Таблица 26. Показатели эффективности проекта

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

## Оформление заказа

Название: Бизнес-план производства солезаменителя (с финансовой моделью)

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/B1BF4B84E49FRU.html

Цена: 33 000 руб.

Если вы хотите заказать расширенную лицензию или печатную версию, пожалуйста, свяжитесь с нашей службой поддержки клиентов:
info@marketpublishers.ru

## Оплата

Для оплаты кредитной картой (Visa, MasterCard, МИР), пожалуйста, нажмите кнопку "Купить сейчас" на странице отчета:
https://marketpublishers.ru/r/B1BF4B84E49FRU.html