

Бизнес-план



организации производства по выпуску безалкогольных напитков



Россия – 2016 г.

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

Описание проекта

Суть и идея проекта: организация промышленного производства со специализацией: «производство напитков безалкогольных».

География проекта: регионы России.

Основные категории проекта:

- напитки фруктовые (компоты);
- фруктовые соки.

Виды тары/упаковки:

- упаковка типа «slim» – 1 литр, 1,5 литра, 2 литра
- пластиковая упаковка (ПЭТ-бутылка) – 1 литр, 1,5 литра, 2 литра.

Сбыт продукции: торговые сети, крупный и мелкий опт, сети общественного питания (рестораны, кафе, детские учреждения, сады, школы).

Конкурентное окружение проекта:

- «Армавирский консервный завод»
- «СПК Восток»
- ЗАО «МПБК Очаково»
- ООО «АкваДин»
- ООО «Тихорецкое пиво»
- ООО «Гамма Кристально чистая».
- ООО «КУБАНЬПРОДУКТ»
- ООО «Кубанский Пищекомбинат»
- ЗАО «Завод минеральных вод "Горячеключевской"»
- ООО «Сочи-Аква».

Финансовые показатели эффективности:

Показатель	Ед. изм.	Значение
Необходимые инвестиции	руб.	***
NPV	руб.	***
IRR	%	***
Срок окупаемости	мес.	14
Дисконтированный срок окупаемости	мес.	14

Выдержки из исследования

Обоснование выбора категорий выпускаемой продукции

На основании проведенного анализа рынка и мониторинга конкурентного окружения (разделы 2 и 3 данного бизнес-плана) в разделе ниже обоснован выбор категорий продукции, а именно – безалкогольной продукции, производимой и реализуемой в рамках настоящего Проекта.

Так, с точки зрения популярности фруктовые напитки, соки и нектары находятся на третьем месте после сладких газированных напитков и воды: 96% опрошенных респондентов потребляли данный вид продукции регулярно в течение года. Соответственно учитывая специфику проекта, основной категорией продукции станут:

- **напитки фруктовые (компоты);**
- **фруктовые соки.**

Выбор данных категорий обусловлен не только предпочтениями потенциальных потребителей, но и спецификой конкурентного окружения проекта: так, среди компаний Краснодарского края, территории, где будет налажено производство и вестись основной сбыт продукции, только треть конкурентных производителей (35%) занимаются исключительно производством соков или имеют данное направление в структуре производства.

Среди производителей, которые выпускают компоты фруктовые, на территории края выявлено только 2 компании (категории выпускаемой продукции: морсы, компоты, узвары, напитки овощные на основе воды), что составило 14% конкурентного рынка. Так, данные мониторинга конкуренции в регионе говорят, в том числе, о целесообразности запуска производства компотов фруктовых.

Что касается упаковки выпускаемой продукции, то, учитывая полученные данные о предпочтениях в категории «соки, нектары, фруктовые напитки», важно отметить, что преобладает **упаковка типа «slim»**, которая может стать основной тарой для продукции Проекта. На втором месте по популярности, как для прочих категорий, напитков, стоит **пластиковая упаковка (ПЭТ)**. Стеклоянная упаковка и алюминиевые банки для данной категории продукции практически спросом не

пользуются (5% и 2% потребителей соответственно), что является низким показателем. Для сравнения, упаковку «slim» выбрали 78% потребителей, пластик – 15%.

Говоря об объемах тары выпускаемой продукции, можно выделить главную тенденцию: для соков и фруктовых напитков традиционной является **литровая упаковка** – 56% потребителей назвали ее оптимальной для данной категории. На втором месте – объем тары 2 литра и более, третья по популярности – 1,5-литровая упаковка.

Соответственно, основными видами упаковки продукции в рамках Проекта должны стать:

- **упаковка типа «slim» – 1 литр, 1,5 литра, 2 литра**
- **пластиковая упаковка (ПЭТ-бутылка) – 1 литр, 1,5 литра, 2 литра.**

Анализ конкурентного окружения и опыт работы игроков отрасли Краснодарского края подтверждает сделанные выводы: наибольший процент имеет тара 0,5 литра и 1,5 литра. По материалу упаковки преобладает ПЭТ, а компаний, выпускающих популярную для всей России продукцию в упаковке типа «slim» всего 14%, что позволит компании по проекту эффективно войти в данную нишу.

Анализ рынка безалкогольных напитков РФ

Общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности включает в группу безалкогольных напитков следующую продукцию: воды минеральные (природные и искусственные) и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ; нектары и напитки фруктовые; напитки овощные; напитки квасные; напитки, готовые к употреблению, и коктейли на основе молока и какао; прочие напитки безалкогольные.

По итогам 2013 года, наибольшая доля в структуре производства безалкогольной продукции в натуральном выражении принадлежит газированной воде, содержащей добавки сахара и других подслащивающих или вкусоароматических веществ. Доля данной группы составляет более ***%.

Вторую позицию занимают напитки квасные с долей более ***%.

Импорт безалкогольных напитков в Россию по итогам 2013 года в стоимостном выражении показывает достаточно низкие значения. Соотношение показателей объема производства и импорта данной группы продукции в стоимостном выражении в прошлом году составило соответственно ***и ***%. В структуре импортных поставок безалкогольной продукции наибольшую долю в стоимостном выражении – ***% – составляют напитки газированные/негазированные с содержанием сахара или добавок.

Второе место с долей ***% занимают энергетические напитки, а третье – нектары овощные и фруктовые, плодовые и ягодные, доля которых составляет ***%.

В 2013 году российский рынок безалкогольных напитков в стоимостном выражении показал положительный результат, достигнув *** млрд. рублей.

При этом прирост рынка был отмечен на уровне ***% по сравнению с 2012 годом, а за 4 года – с 2010-го по 2013 год – рынок вырос почти в 1,2 раза. Среднегодовой темп прироста рынка безалкогольных напитков **в стоимостном выражении** составил ***%.

Объем рынка безалкогольных напитков **в натуральном выражении** в 2013 году снизился на ***% по сравнению с 2012-м, что стало следствием сокращения объема производства и увеличения объема экспорта.

Рост рынка в денежном выражении за 4 года обеспечивался в основном за счет увеличения цены. Так, в 2010 году средняя цена производителей на безалкогольную продукцию составляла *** рублей за декалитр (***рублей за литр), а в 2013-м она выросла до *** рублей (***рублей за литр). Прирост средней цены производителей в 2013 году по сравнению с 2012-м был отмечен на уровне ***%, что почти в 2 раза превышает инфляционный рост в масштабе государства в ***%. В целом за 4 года средняя цена производителя на безалкогольную продукцию выросла более чем в ***раза.

Во многом на величину объема производства в натуральном выражении влияет потребление и спрос. Отмечено, что на протяжении четырех лет – с 2010-го по 2013 год – производство и потребление безалкогольных напитков росли в те годы, когда

весенне-летний период был наиболее жарким и затяжным. Так, в 2010-м и 2012 годах был отмечен наибольший рост объемов производства и соответственно потребления. В указанные годы потребление безалкогольных напитков составило более ***литра на человека. В течение года наибольший объем производства приходится на период с апреля по июль.

В 2013 году рост в натуральном выражении, как в производстве, так и соответственно в потреблении, в первую очередь обеспечивал сегмент овощных напитков – прирост составил ***%.

В сегменте напитков, готовых к употреблению, и коктейлей на основе молока и какао, то есть тех напитков, которые потребитель относит к продуктам здорового образа жизни, рост составил ***%, а в сегменте напитков квасных, которые для населения России считаются традиционными, рост достиг ***%.

Крупнейшими производителями, в том числе безалкогольных напитков, являются ...

В Россию в 2013 году было импортировано ***тысячи тонн безалкогольных напитков на общую сумму ***млн. долл. США, а экспортировано из страны более ***тысяч тонн на сумму ***млн. долл. США. Представленные показатели внешнеторгового оборота за 2013 год превысили объемы предыдущего года по импорту в натуральном и стоимостном выражении соответственно более чем на *** и ***%, а по экспорту – соответственно почти на ***% и более чем на ***%.

Соотношение импорта и экспорта безалкогольных напитков за указанный период составило соответственно ***и ***%.

Наиболее крупные поставки в Россию в натуральном выражении за 2013 год были осуществлены из Республики Корея, на долю которой пришлось ***% всего импорта безалкогольной продукции. Также значительные доли занимали Украина и Польша – соответственно ***и ***%. Суммарная доля трех стран составила более ***%. Основными получателями импортной продукции в России являлись ООО «Ред Булл» (Москва), ООО «Биола-Русь» (г. Ростов-на-Дону), ООО «Агентство инвестиций и финансов МАИФ» (Москва), ООО «НордВест» (Санкт-Петербург) и другие.

Наиболее крупные поставки безалкогольной продукции из России в натуральном выражении за 2013 год осуществлены на Украину, в Абхазию и Туркмению – на долю этих стран приходится соответственно ***% от общего объема экспорта. Суммарная доля поставок в эти страны равна ***%.

У рынка безалкогольных напитков имеется потенциал для роста.

Во-первых, важным фактором является рост численности населения. Так, по итогам 2013 года население России составило более 143,6 млн. человек, увеличившись по сравнению с 2012 годом на *** человек (прирост составил ***%). С возвращением Крыма в состав Российской Федерации в марте 2014 года численность населения составила 146 млн. человек.

Во-вторых, стремление россиян к здоровому образу жизни позволит расти рынку безалкогольных напитков, например, за счет овощных напитков, а также готовых напитков и коктейлей на основе молока и какао.

В-третьих, благоприятным фактором является возврат к русским традициям – потреблению квасных напитков, морса, «советского» лимонада.

В-четвертых, на рынке позитивно сказывается увлечение потребителей новыми видами безалкогольной продукции – наблюдается рост потребления воды со вкусовыми добавками и сокосодержащих напитков.

Таким образом, рынок безалкогольных напитков в денежном выражении в последующие годы должен расти в пределах ***% в год. Главными ограничителями роста рынка могут стать следующие факторы: конкуренция со стороны других прохладительных напитков (в их числе природная минеральная вода, питьевая артезианская вода, соки), погодные условия и экономический кризис.

Содержание

Перечень таблиц и графических элементов	4
Резюме	6
Раздел 1. Описание проекта	7
1.1. Обоснование выбора категорий выпускаемой продукции	7
1.2. Описание продукции	8
1.2.1. Продукция категории «компоты фруктовые»	9
1.2.2. Продукция категории «соки»	10
1.2.4. Упаковка продукции	13
1.2.4. Ассортимент продукции	15
Раздел 2. Анализ рынка	16
2.1. Анализ рынка безалкогольных напитков РФ	16
2.2. Анализ рынка безалкогольных напитков Краснодарского края	24
2.3. Политика ценообразования на рынке Краснодарского края	27
2.4. Анализ потребительских предпочтений	29
Раздел 3. Конкурентное окружение и поставщики проекта	32
3.1. Отбор основных конкурентов проекта	32
3.2. Анализ предложения	37
3.3. Поставщики проекта	39
Раздел 4. План маркетинга	43
4.1. Сбыт продукции	43
4.2. Инструменты маркетинга	45
Раздел 5. Организационный план	51
5.1. План персонала	51
Раздел 6. Производственный план	52
6.1. Специфика производства компотов	52
6.1.1. Состав и пищевая ценность компотов	57
6.2. Специфика производства восстановленного сока	60
6.3. Оборудование и помещения проекта	62

Раздел 7. Финансовый план	70
7.1. Допущения проекта	70
7.2. Сезонность проекта	73
7.3. Объемы продаж	74
7.4. Выручка	78
7.5. Персонал	79
7.6. Затраты	82
7.7. Налоги проекта	86
7.8. Капитальные вложения	87
7.9. Амортизация оборудования	88
7.10. Инвестиции	90
7.11. Отчет о прибыли и убытках	91
7.12. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	96
7.13. Отчет о движении денежных средств	106
7.14. Показатели экономической эффективности	111
Раздел 8. Анализ рисков	114
8.1. Анализ чувствительности	114
8.2. Анализ безубыточности	119
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»	122

Перечень таблиц и графических элементов

Таблицы

Таблица 1. Код продукции категории «компоты» согласно ОКП РФ	10
Таблица 2. Код продукции «соки» согласно ОКДП РФ	12
Таблица 3. Типы картонной упаковки	14
Таблица 4. Варианты оформления упаковки ПЭТ для пищевой продукции	14
Таблица 5. Объемы производства безалкогольных напитков	20
Таблица 6. Основные игроки рынка, производители напитков в России	21
Таблица 7. Крупнейшие российские компании-экспортеры	23
Таблица 8. Производство отдельных видов безалкогольных напитков Краснодарского края, 2012-2014 гг.	25
Таблица 9. Оптовые цены на продукцию категории «компот», Краснодарский край, 2 квартал 2015 год	28
Таблица 10. Оптовые цены на продукцию категории «сок восстановленный»	28
Таблица 11. Основные конкуренты проекта	33
Таблица 12. Перечень поставщиков проекта	40
Таблица 13. Цены производителей сырья по Проекту, плоды, концентраты, сахар, вода питьевая	42
Таблица 14. Примерный перечень необходимого материала и оборудования для проведения дегустации в 5 торговых точек в течение 1 рабочего дня	48
Таблица 15. Расчет месячного бюджета на маркетинг в 1-й квартал реализации проекта (вывод продукта на рынок)	49
Таблица 16. Расчет маркетингового бюджета, 2-й квартал продвижения продукции проекта	50
Таблица 17. Штатное расписание и заработная плата персонала	51
Таблица 18. Химический состав (%) и энергетическая ценность (ккал/100 г) компотов	58
Таблица 19. Рецепт (раскладка продуктов) на 1 кг нетто блюда	59
Таблица 20. Минимальное содержание растворимых сухих веществ по категориям продукции проекта, соки восстановленные	61
Таблица 21. Расчет необходимого объема сырья для приготовления 1 кг сока восстановленного	61
Таблица 22. Параметры холодильного оборудования	69
Таблица 23. Итоговый перечень оборудования по проекту	69
Таблица 24. Расчет долгосрочной прибыли сверх CAPM для портфелей десятичных групп NYSE/AMEX/NASDAQ	101
Таблица 25. Алгоритм определения степени риска оцениваемой компании	102

Таблица 26. Алгоритм расчета премии за специфический риск	103
Таблица 27. Расчет ставки дисконтирования по методу WACC	104

Диаграммы

Диаграмма 2. Структура производства безалкогольных напитков в России, в номинальном выражении, %	16
Диаграмма 3. Структура импорта безалкогольных напитков по видам, %	18
Диаграмма 4. Динамика рынка безалкогольных напитков в стоимостном выражении, млрд. руб.	19
Диаграмма 5. Соотношение импорта и экспорта безалкогольных напитков в России	22
Диаграмма 6. Прогноз роста рынка безалкогольных напитков России в денежном выражении, 2013-2016 гг., млрд. руб.	24
Диаграмма 7. Распределение категорий напитков по популярности	25
Диаграмма 8. Динамика объемов безалкогольных напитков, по категориям, Краснодарский край, 2012-2014 гг.	26
Диаграмма 9. Потребительские предпочтения по материалу тары в категории «соки, нектары, фруктовые напитки»	30
Диаграмма 10. Предпочтение потребителей по объему тары, фруктовые соки и нектары	31
Диаграмма 11. Процент компаний, в структуре производства которых есть натуральные соки и нектары	37
Диаграмма 12. Распределение материала упаковки	38
Диаграмма 13. Распределение компаний в зависимости от объема упаковки продукции, литры	39

Благодарим Вас за оказанное доверие

и напоминаем, что:

- ✓ *при покупке бизнес-плана компании «VTSConsulting» вы гарантированно получаете консультацию специалистов, которые работали над конкретным бизнес-планом*

- ✓ *в течение одного-двух часов наша команда будет готова отвечать на все вопросы, касающиеся структуры и содержания бизнес-плана.*

*С уважением,
команда VTSConsulting*

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSConsulting»

Компания «VTSConsulting» была основана в мае 2010 года командой профессионалов во главе с Владиславом Цыгодой.

Владислав Цыгода – бизнес-консультант, признанный лидер в сфере бизнес-планирования на территории СНГ (по версии портала free-lance.ru), на сегодняшний день – руководитель рейтинговой консалтинговой компании.

Разработка бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, финансовых моделей и бизнес-презентаций – основные направления работы команды, в составе которой работают высококвалифицированные аналитики.

Опыт команды в сфере разработки инвестиционной документации – свыше 6 лет, и сегодня «VTSConsulting» – единственная компания в Украине, которая является партнером проекта «РБК. Исследование рынков».

Команда VTSConsulting и принципы работы:

- ✓ уникальный подход к решению поставленных задач;
- ✓ безупречная репутация и высокая степень доверия клиентов;
- ✓ высокий профессионализм вне зависимости от сферы исследования;
- ✓ практический опыт работы, в том числе – в реализации сложных узкоспециализированных проектов.

Мы высоко ценим сотрудничество с каждым нашим клиентом. И мы гордимся своими клиентами!

ООО "Землегодие-Инвест",
ОАО "Воткинский завод", НП
"Стэлс", Государственное
предприятие УкрНИИИП
"Масма", "Reproto Technologie
компания "ВОК Монтаж Серв
ООО "PRIMAS"

компания "Петровизард", Порт
Темрюк, ООО "Спецбудпроект",
группа компаний "SEMPROGROU
ООО "Максимус Констракшн",
"Росмолодежь", ООО "Сисиф
Сервис", ООО "Завод ТИТАН", О
"Проджект К"

ООО "Портал Логистик", НПК
"Наука", Институт проблем
материаловедения им. И.Н.
Францевича НАН Украины, НТ
"КПИ", Научный парк "Киевска
политехника", Правительство
России, Верховная Рада Украины

– далеко не полный список тех,
кто остался доволен сотрудничеством с "VTSConsulting".

Компания "VTSConsulting" – это команда профессионалов, знания и опыт которых позволят Вам сэкономить деньги, нервы и время: подготовка инвестиционных документов займет от 4 до 10 дней.

Нас рекомендуют своим друзьям и деловым партнерам, потому что мы работаем на результат и полное удовлетворение потребностей Клиента. Таким образом, заказывая бизнес-план, информационный или инвестиционный меморандум у нас, Вы не тратитесь.

Вы инвестируете.

*С уважением,
Владислав Цыгода,
Руководитель "VTSConsulting"*