Бизнес-план производства родниковой питьевой воды и безалкогольных напитков (с финансовой моделью и презентацией)

https://marketpublishers.ru/r/B0E75F0CAF1ERU.html
Дата: 10.02.2020
Страниц: 69
Цена: 33 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: B0E75F0CAF1ERU

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 и презентация в формате PDF и PowerPoint (с возможностью редактирования), раскрывающая все инвестиционные преимущества проекта

Идея проекта: производство и розлив родниковой питьевой воды высшей категории и безалкогольных напитков.

Краткое описание сути проекта:

1. Строительство завода площадью 7 000 кв. м с производительностью выпуска 12 000 бутылок в час.
2. Запуск производства 5 видов безалкогольных сладких напитков (холодные чаи), 4 вида морса со вкусами брусники, смородины, облепихи и ягодный микс.

Рыночная ситуация:

1. В 2013-2017 гг. натуральный объем продаж безалкогольных напитков в России увеличился на ***%: с *** млрд. л до *** млрд. л. Объем внутреннего видимого потребления безалкогольных напитков в 2017 г. составил свыше *** млрд. руб. Рост объемов потребления по сравнению с 2014 г. на ***%.
2. Наибольший объем в структуре рынка питьевой и минеральной воды занимает природная

питьевая вода – ***% и минеральная столовая вода – ***%.
3. Средняя цена по России на воду питьевую и минеральную выросла на ***% в марте 2018 г. в сравнении с мартом 2014 г. Рост цен в Сибирском федеральном округе в 2018 г. составил ***% в сравнении с мартом 2014 г. и ***% – с мартом 2017 г.
4. Согласно исследованиям компании МАСМИ, в 2015-2017 гг. наблюдается положительная динамика потребления минеральной/ питьевой бутилированной воды: ***% опрошенных стали потреблять больше продуктов категории, а для почти ***% респондентов потребление осталось на прежнем уровне. Только ***% участников опроса сообщили, что стали пить меньше минеральной/ питьевой бутилированной воды.

Выдержки из исследования

Ценовая характеристика

Рассмотрим динамику средних потребительских цен на безалкогольную продукцию.

Диаграмма 1. Потребительские цены на безалкогольную продукцию, Россия, 2014-2017 гг., руб./л

Рост цен в 2014-2017 гг. наблюдался во всех сегментах, однако стоимость литра соковой продукции существенно (более чем в *** раза) превышает стоимость литра газировки (быстро растущий сегмент). В результате, рядовой потребитель либо стал реже приобретать соки, либо заменил их на более доступные по цене газированные напитки.

Диаграмма 2. Средние потребительские цены на воду питьевую и минеральную, Россия и Сибирский федеральный округ, март 2014-март 2018 гг., руб./л

Средняя цена по России на воду питьевую и минеральную выросла на ***% в марте 2018 г. в сравнении с мартом 2014 г. Рост цен в Сибирском федеральном округе в 2018 г. составил ***% в сравнении с мартом 2014 г. и ***% – с мартом 2017 г.

Проект позиционирует свою продукцию в высоком ценовом диапазоне. В отличие от продукции конкурентов, которые продают воду 1-ой категории, продукция компании относится к высшей категории.

Характеристика рынка

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.

В 2013-2017 гг. натуральный объем продаж безалкогольных напитков в России увеличился на ***%: с *** млрд. л до *** млрд. л.

Диаграмма 3. Структура натуральных продаж безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %

Объем внутреннего видимого потребления безалкогольных напитков в 2017 г. составил свыше *** млрд. руб. Рост объемов потребления по сравнению с 2014 г. на ***%.

Диаграмма 4. Объем внутреннего видимого потребления безалкогольных напитков, Россия, 2014-2017 гг., млрд. руб.

Наибольшие темпы роста потребления наблюдаются в сегментах безалкогольных ароматизированных и/или подслащенных напитков и минеральной воды – на ***% и ***% соответственно. При этом наблюдается падение потребительского спроса на соковую продукцию – на ***%.

Рост объемов потребления категории минеральной воды связан с тем, что бутилированная вода (негазированная и газированная без добавления сахара) все больше входит в повседневное потребление россиян по двум ключевым причинам:

- снижение качества воды, прежде всего, в крупных городах (в том числе, ухудшение экологии);
- рост спроса на питьевую воду, особенно в таре большого объема («кулерная вода»);
- рост популярности правильного питания и здорового образа жизни, предполагающие потребление воды в больших объемах.

Диаграмма 5. Структура рынка питьевой и минеральной воды, Россия. 2017 г., %

Наибольший объем в структуре рынка питьевой и минеральной воды занимает природная питьевая вода – ***% и минеральная столовая вода – ***%.

Объемы производства воды минеральной и газированной неподслащенной и неароматизированной показывают положительную тенденцию, так в 2016 г. рост составил ***% в сравнении с 2014 г. Объем производства воды газированной, содержащей добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ и напитков безалкогольных, не включенных в другие группировки остался практически без изменений.

Диаграмма 6. Объем производства воды минеральной и газированной неподслащенной и неароматизированной, Россия, 2014-2016 гг., млн. полулитров

Диаграмма 7. Объем производства воды газированной, содержащей добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ и напитков безалкогольных, не включенных в другие группировки, прочие, Россия, 2014-2016 гг., млн. дкл

Диаграмма 8. Динамика экспорта и импорта воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ, Россия, 2014-2017 гг., млн. руб. (конвертировано в рубли по официальному курсу ЦБ РФ на 09.08.2018 г.)

Экспорт безалкогольных напитков показывает рост в денежном выражении, при этом основной прирост происходит за счет вод минеральных и газированных с добавлением сахара, доля которых в денежном выражении составила в 2017 г. более ***% экспорта. Импорт превышает экспорт в денежном выражении по обоим видам воды, при этом после снижения в 2015 г. (под влиянием кризис и санкций, как и на многих других рынках продуктов питания) наблюдается постепенный рост.

Диаграмма 9. Динамика объема экспорта и импорта воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ, Россия, 2014-2017 гг., млн. л

В натуральном выражении основной объем поставок приходится на воды без сахара (более ***% в 2017 г.). Такая разница обусловлена более высокой стоимостью воды минеральной и газированной с сахаром, однако, наибольший объем потребления приходится именно на воду без сахара. В натуральном выражении импорт воды минеральной и газированной без сахара многократно меньше экспорта, но высокая стоимость импорта обусловлена тем, что в Россию поставляются преимущественно дорогие бренды воды (в том числе, в стеклянных бутылках), розничная цена которых в разы выше российской воды в пластиковой упаковке. Распределение импорта более равномерное, чем в случае с экспортом – и в натуральном, и в денежном выражении основная доля приходится на воду с содержанием сахара.

Диаграмма 10. Структура экспорта безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %

В структуре экспорта преобладает ***% вода минеральная и газированная с сахаром.

Диаграмма 11. Экспорт воды минеральной, газированной без добавления сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %

На долю 10 стран приходилось более ***% экспорта, на долю Украины, Казахстана и Беларуси – ****%.

Диаграмма 12. Экспорт воды минеральной, газированной с добавлением сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %

Как и в случае с экспортом воды минеральной и газированной без добавления сахара,

Более ***% поставок воды с добавлением сахара приходится на топ-10 стран, а на Казахстан, Беларусь и Украину – более половины поставок. Именно эти три страны являются основными потребителями российской воды с содержанием и без содержания сахара.

Диаграмма 13. Структура импорта безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %

Структура импорта отличается от структуры экспорта. Основной объем приходится на воду минеральную и газированную без добавления сахара, эта вода закупается не только розницей, но и сегментом HoReCa (рестораны среднего и высшего ценовых сегментов).

Диаграмма 14. Импорт воды минеральной, газированной без добавления сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %

На долю первых 10 стран приходится стабильно более ***% закупок, при этом первенство держат три страны, знаменитые своими водами – Грузия, Франция и Италия (более ***% импорта).

Диаграмма 15. Импорт воды минеральной, газированной с добавлением сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %

На долю первых 10 стран приходится стабильно более ***% закупок. На Нидерланды, Южную Корею и Швейцарию пришлось 38,5% закупаемой Россией воды с содержанием сахара.

По данным компании Nielsen, российский рынок холодного чая оценивается в *** млн. евро. При этом эксперты отмечают, что развитие данного сегмента определяется тенденциями в сфере полезных для здоровья напитков. Как следствие, имеют потенциал технологии и рецептуры, основанные на применении натуральных ингредиентов.

Наиболее популярными во всем мире считаются: со вкусом лимона (***% рынка) и персика (***%). Кроме того, очень распространены в качестве дополнений к традиционному вкусу холодного чая добавки на основе вкуса малины, липы, мяты, манго, а также альпийских трав, мелиссы и меда. Производители выпускают холодный чай и в объеме 0,5 литра (компактный формат), и в больших объемах (1,5-2 литра).

Характеристика потребителей продукции

Согласно исследованием компании МАСМИ, в 2015-2017 гг. наблюдается положительная динамика потребления минеральной/ питьевой бутилированной воды: ***% опрошенных стали потреблять больше продуктов категории, а для почти ***% респондентов потребление осталось на прежнем уровне. Только ***% участников опроса сообщили, что стали пить меньше минеральной/ питьевой бутилированной воды.

Диаграмма 16. Основные мотивы потребления минеральной/ питьевой воды, %

Всего ***% опрошенных называют один из трех мотивов потребления, связанных со здоровьем (общее оздоровление, получение витаминов и микроэлементов или лечение болезней пищеварительной системы).

При выборе минеральной/питьевой бутилированной воды ***% респондентов обращают внимание на марку. Наибольшая доля респондентов в возрасте 25-34 года (***%) при выборе минеральной/ питьевой бутилированной воды в первую очередь обращают внимание на вкус. Чуть больше ***% участников опроса руководствуются сроком годности и приемлемой стоимостью напитка.

Более половины опрошенных потребителей минеральной/ питьевой бутилированной воды покупают ее спонтанно, не планируя заранее. Из тех, кто планируют покупку воды, большая часть (почти ***%) заранее обдумывают объем покупки.

Основными каналами продаж бутилированной воды являются супермаркеты и гипермаркеты. Для успешной реализации продукции особую роль играет место на полке, а также промо-материалы и акции.

В категории газированные напитки наблюдается негативная динамика в потреблении за 2015-2017 гг.: ***% опрошенных отметили снижение уровня потребления продукции, ***% пьют примерно столько же газированных напитков, и только ***% потребителей, наоборот, стали пить больше газировки. Среди молодой аудитории (18-24 года) значимо выше частота потребления газированных напитков: более ***% опрошенных в этом возрасте пьют их каждый день.

В качестве основного мотива отказа от газировки в целом более половины отказавшихся от потребления какой-либо марки называют изменение предпочтений – респондентам стали нравиться другие напитки (они пробуют новинки, меняется мода и т.д.). Это главная причина прекращения потребления продукции категории во всех возрастных группах. Причина заботы о здоровье оказалась на втором месте. Около трети респондентов, отказавшихся от потребления какого-либо газированного напитка, объясняют свое решение тем, что они вредны для пищеварительной системы и содержат слишком много сахара.

Более ***% респондентов при выборе газированных напитков в первую очередь обращают внимание на вкус, а почти ***% – руководствуются маркой. Аналогичная система приоритетов характерна для респондентов младше 34 лет. Важно отметить, что для аудитории потребителей в возрасте 35-44 года марка играет более значимую роль при выборе газированного напитка. Наименее важны при выборе газировки цвет напитка, рекомендации врача/ диетолога, внешний вид упаковки и наличие напитка в продаже повсеместно – в целом эти варианты ответов выбрали менее 3% опрошенных.

Почти ***% потребителей категории покупают газированные напитки в супермаркетах, а более ***% – в гипермаркетах. Третьим по значимости каналом продаж являются продовольственные магазины – в них газировку приобретают более ***% опрошенных.

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Содержание

РЕЗЮМЕ

1 ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОЕКТА, СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

1.2 Основная продукция, планируемая к выпуску
1.3 Описание этапов реализации проекта
1.4 Потребность в человеческих ресурсах (план по персоналу)

2 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ПРОЕКТА

2.1. Экономическая значимость проекта
2.2. Социальная значимость программы

3 АНАЛИЗ РЫНКА И МАРКЕТИНГ

3.1 Организация сбыта
3.2 Маркетинговые мероприятия
3.3 Ценовая характеристика
3.4 Характеристика рынка
3.5 Характеристика потребителей продукции
3.6 Анализ конкурентов
3.7 Перспективы проекта

4 ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

5 РАЗРАБОТКА ФИНАНСОВОГО ПЛАНА ПРОЕКТА

5.1 Источники финансирования проекта
5.2 Финансирование (планируемый график финансирования)
5.3 Себестоимость
5.4 Постоянные издержки
5.5 Оборотный капитал
5.6. Персонал
5.7 Отчет о прибылях и убытках
5.8 Отчет о движении денежных средств
5.9 Баланс

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

6 АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТА

6.1 Анализ чувствительности
6.2 Анализ безубыточности

7 ВЫВОДЫ ОБ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ «VTSCONSULTING»

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Диаграммы

ДИАГРАММЫ

Диаграмма 1. Потребительские цены на безалкогольную продукцию, Россия, 2014-2017 гг., руб./л
Диаграмма 2. Средние потребительские цены на воду питьевую и минеральную, Россия и Сибирский федеральный округ, март 2014-март 2018 гг., руб./л
Диаграмма 3. Структура натуральных продаж безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 4. Объем внутреннего видимого потребления безалкогольных напитков, Россия, 2014-2017 гг., млрд. руб.
Диаграмма 5. Структура рынка питьевой и минеральной воды, Россия. 2017 г., %
Диаграмма 6. Объем производства воды минеральной и газированной неподслащенной и неароматизированной, Россия, 2014-2016 гг., млн. полулитров
Диаграмма 7. Объем производства воды газированной, содержащей добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ и напитков безалкогольных, не включенных в другие группировки, прочие, Россия, 2014-2016 гг., млн. дкл
Диаграмма 8. Динамика экспорта и импорта воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ, Россия, 2014-2017 гг., млн. руб. (конвертировано в рубли по официальному курсу ЦБ РФ на 09.08.2018 г.)
Диаграмма 9. Динамика объема экспорта и импорта воды, включая минеральные и газированные, содержащие добавки сахара или других подслащивающих или вкусоароматических веществ, Россия, 2014-2017 гг., млн. л
Диаграмма 10. Структура экспорта безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 11. Экспорт воды минеральной, газированной без добавления сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 12. Экспорт воды минеральной, газированной с добавлением сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 13. Структура импорта безалкогольных напитков, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 14. Импорт воды минеральной, газированной без добавления сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 15. Импорт воды минеральной, газированной с добавлением сахара в разрезе стран, Россия, 2017 г., %
Диаграмма 16. Основные мотивы потребления минеральной/ питьевой воды, %
Диаграмма 17. Структура финансирования, %
Диаграмма 18. Анализ чувствительности: NPV
Диаграмма 19. Анализ чувствительности: IRR
Диаграмма 20. Точка безубыточности

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Диаграмма 21. График окупаемости для компании
Диаграмма 22. График окупаемости для акционеров
Диаграмма 23. Остаток задолженности на конец периода

РИСУНКИ

Рисунок 1. Пример поисковой выдачи по запросу «Бутилированная вода»
Рисунок 2. Продукция компании «***»

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Таблицы

ТАБЛИЦЫ

Таблица 1. Основная продукция, планируемая к выпуску
Таблица 2. Здания и сооружения
Таблица 3. Оборудование
Таблица 4. Прочие расходы подготовительного периода
Таблица 5. План найма персонала
Таблица 6. Налоговые платежи
Таблица 7. Состав воды ТМ «Горный источник»
Таблица 8. Сравнение с конкурентами продукции проекта
Таблица 9. Объем реализации в рамках проекта и выручка
Таблица 10. Источники финансирования
Таблица 11. Финансирование
Таблица 12. Себестоимость продукции
Таблица 13. Постоянные издержки
Таблица 14. Оборотный капитал
Таблица 15. Отчет о прибылях и убытках
Таблица 16. Отчет о движении денежных средств
Таблица 17. Баланс
Таблица 18. Цены на готовую продукцию
Таблица 19. Объем реализации
Таблица 20. Объем капитальных затрат
Таблица 21. Цены на сырье и материалы
Таблица 22. Ставка дисконтирования
Таблица 23. Точка безубыточности
Таблица 24. Показатели эффективности для компании
Таблица 25. Показатели эффективности для акционеров

+7 (993) 2787487
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Название: Бизнес-план производства родниковой питьевой воды и безалкогольных напитков (с финансовой моделью и презентацией)

Ссылка: https://marketpublishers.ru/r/B0E75F0CAF1ERU.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/B0E75F0CAF1ERU.html