

Проект по запуску дополнительной линии продукции

Kraft*Heinz*

Дорожинский Семён

Митина Полина

Черкасов Максим

Якимов Илья

Печелиев Станислав

Об организации



The Kraft Heinz Company — американский продовольственный концерн, возникший после слияния компаний Kraft Foods Inc. и H.J. Heinz Company.

Является третьим по величине среди компаний по производству пищевых продуктов и напитков в Северной Америке и пятым в этом сегменте во всём мире.

Штаб-квартиры компании находятся в городах Чикаго (штат Иллинойс) и Питтсбург (штат Пенсильвания) в США. В России Heinz работает с 1993 года, владеет заводом детского питания в городе Георгиевске Ставропольского края, а также пищевой группой «Петросоюз» (Завод ООО «Петропродукт — Отрадное», город Отрадное, Ленинградская область)

О настоящей ситуации

Kraft *Heinz*



Основные категории продукции компании:

- приправы и соусы (25 %);
- сыры и другая молочная продукция (21 %);
- замороженные и охлаждённые продукты (10 %);
- мясо и морепродукты (10 %);
- детское питание (9 %).

3 продуктовые линейки соусов:

- Майонезные
- Томатные
- Экзотические
- Греческие

О трендах

Kraft*Heinz*

1. Тенденция к правильному питанию

- Снижение потребления сахара и продуктов с высоким содержанием сахара, вплоть до отказа (Среди Россиян 65% сократили потребление сахара согласно исследованию «Nielsen»)
- Снижение потребления соли и продуктов с высоким содержанием соли
- Снижение жирности, добавленных жиров, трансжиров
- Снижение количества ежедневно потребляемых калорий

2. Рост популярности греческой кухни

- Мода на продукты питания (салаты, соусы, гирос, панини и пр.)
- Мода на образ жизни (менее выраженная)



Рекламная кампания Макдоналдс 2020-2021

О трендах

Kraft*Heinz*

- Российский рынок продуктов «Health and Wellness» (ЗОЖ) растёт на 8.5% в год на протяжении последних 5 лет. К 2024 году объём рынка превысит миллиард рублей.
- Международные корпорации запускают ЗОЖные аналоги популярных продуктов.
- Продуктов на растительной основе будет больше.



О трендах

Специалисты «Deloitte» считают, что источники потребительской ценности на рынке продуктов питания меняются .

«Традиционные драйверы» покупки продуктов:

- вкус
- цена
- удобство покупки

«Развивающиеся драйверы»:

- здоровье
- социальный вклад
- потребительский опыт
- безопасность
- прозрачность

Kraft*Heinz*



Наш проект

Kraft*Heinz*

Новая линейка соусов
компании Kraft Heinz:

Греческие йогуртовые соусы

- Без майонеза
- Без соли и сахара
- Минимальная жирность



Цель проекта

Разработка и вывод на рынок продуктовой линейки продовольственных товаров сегмента йогуртовых соусов в количестве двух единиц до 31.12.2022 года внутренними производственными силами компании Kraft Heinz

Задачи

1.

Проведение маркетинговых исследований рынка продовольственных товаров

- Анализ внутреннего финансового состояния компании
- Проведение бенчмарк-анализа и GAP-анализа
- Проведение маркетинговых исследований целевой аудитории
- Разработка плана вывода продукта на рынок по методике Customer Development

2.

Рецептурная разработка линейки продовольственных товаров

- Разработка технологической последовательности
- Составление требований по качеству сырья
- Разработка нормативов по расходу сырья на 1 единицу товара
- Определение предельных норм по потерям на производстве
- Разработка нормативов по предельным отклонениям в массе готовой продукции
- Разработка условий хранения и сроков годности продукции

3.

Вывод новой товарной линейки на рынок и проведение рекламной кампании

- Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов
- Широкомасштабный вывод новой продуктовой линейки на рынке в масштабе 1 государства, анализ промежуточных результатов
- Вывод рынка на международный рынок






Список задач на 27.09.2021

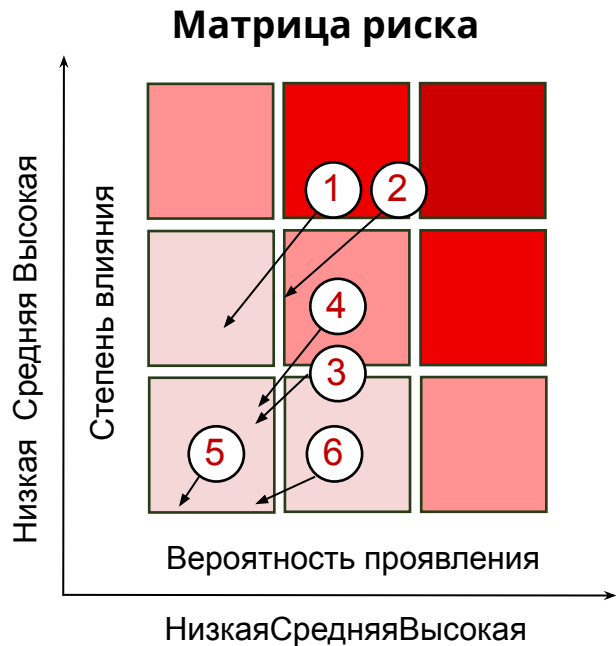
1. Анализ внутреннего финансового состояния компании
2. Проведение бенчмарк-анализа и GAP-анализа
3. Проведение маркетинговых исследований целевой аудитории
4. Разработка плана вывода продукта на рынок по методике Customer Development
5. Разработка технологической последовательности
6. Составление требований по качеству сырья
7. Разработка нормативов по расходу сырья на 1 единицу товара
8. Определение предельных норм по потерям на производстве
9. Разработка нормативов по предельным отклонениям в массе готовой продукции
10. Разработка условий хранения и сроков годности продукции
11. Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов
12. Широкомасштабный вывод новой продуктовой линейки на рынке в масштабе 1 государства, анализ промежуточных результатов
13. Вывод товара на международный рынок



Состав работ и вероятные эффекты

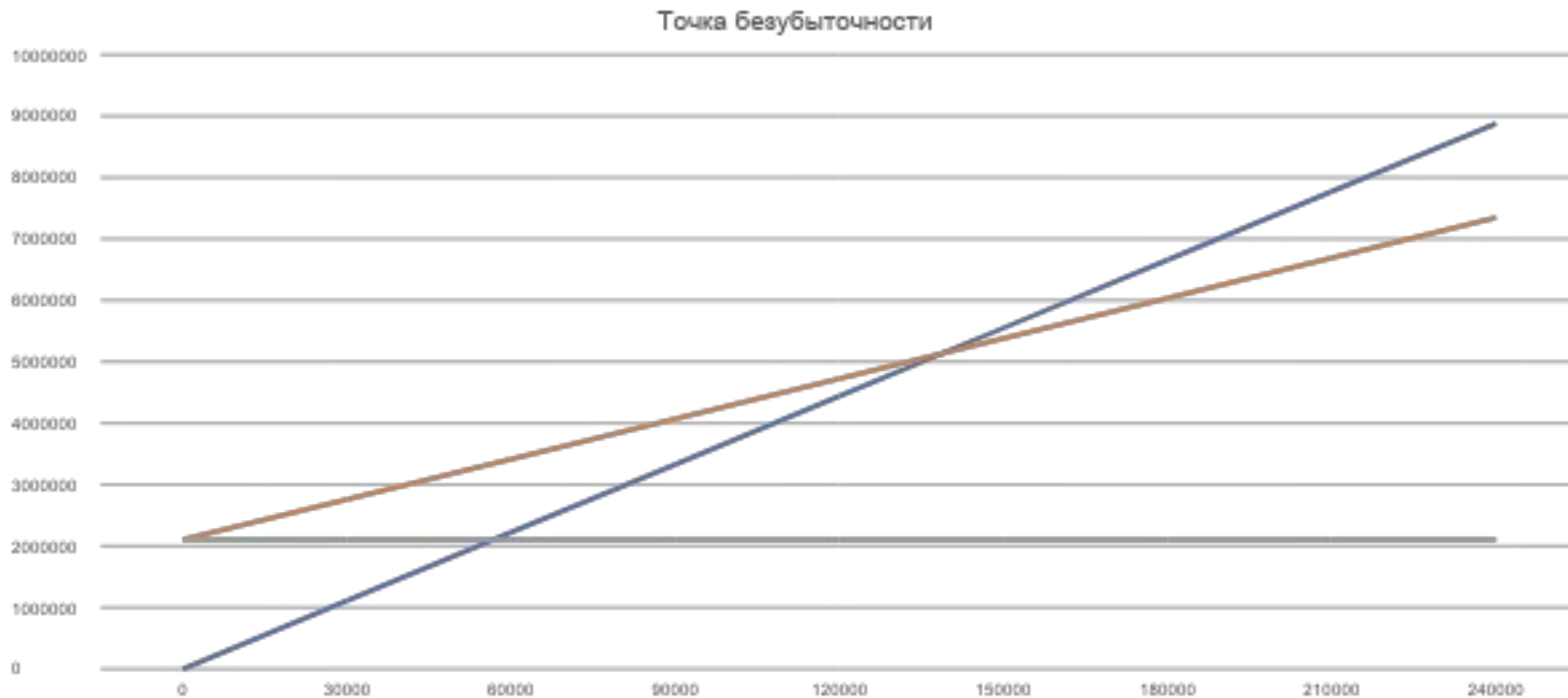
ОПИСАНИЕ ЭФФЕКТОВ РАБОТ

Задачи	СОДЕРЖАНИЕ	ЭФФЕКТЫ
<p>1</p> <p>Проведение маркетинговых исследований рынка продовольственных товаров</p>	<ul style="list-style-type: none">• Анализ внутреннего финансового состояния компании• Проведение бенчмарк-анализа и GAP-анализа• Проведение маркетинговых исследований целевой аудитории• Разработка плана вывода продукта на рынок по методике Customer Development	 <p>Соблюдение сроков и бюджетов проекта</p> <p>Уменьшение рисков реализации проекта</p>
<p>2</p> <p>Рецептурная разработка линейки продовольственных товаров</p>	<ul style="list-style-type: none">• Разработка технологической последовательности• Составление требований по качеству сырья• Разработка нормативов по расходу сырья на 1 единицу товара• Определение предельных норм по потерям на производстве• Разработка нормативов по предельным отклонениям в массе готовой продукции• Разработка условий хранения и сроков годности продукции	 <p>Рост качества продукта и снижение рисков провала вывода на рынок</p>
<p>3</p> <p>Вывод новой товарной линейки на рынок и проведение рекламной кампании</p>	<ul style="list-style-type: none">• Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов• Широкомасштабный вывод новой продуктовой линейки на рынок в масштабе 1 государства, анализ промежуточных результатов• Вывод рынка на международный рынок	 <p>Уточнённые Данные о пользовательских предпочтениях</p>  <p>Уточнённые Данные о рынке на уровне государства</p>  <p>Уточнённые Данные о международном рынке</p>

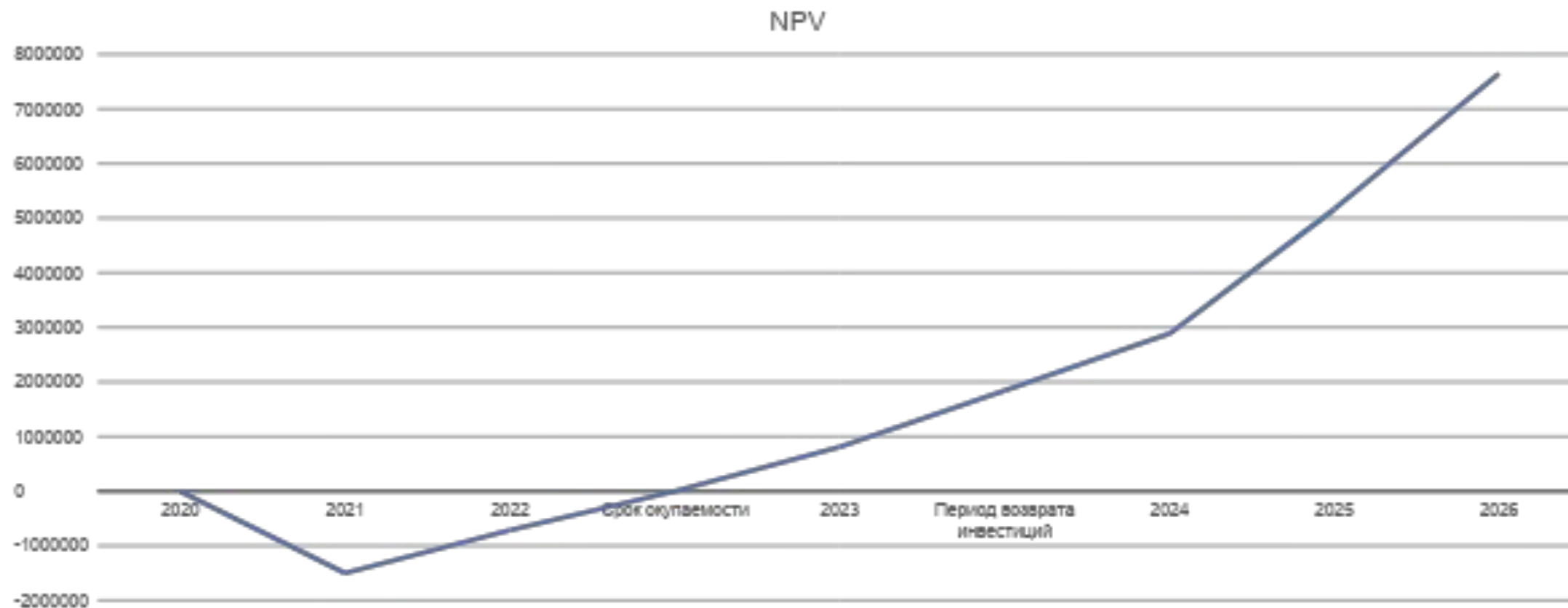


№	Наиболее серьезные Риски	Меры для нивелирования рисков
1	Превышение бюджета проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение бенчмарк-анализа и GAP-анализа • Проведение внутреннего финансового аудита • Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов
2	Превышение сроков реализации проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка плана вывода продукта на рынок по методике Customer Development • Организация команды согласно философии Agile
3	Неуспешный вывод продуктов на рынок государства	<ul style="list-style-type: none"> • Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов • Проведение детализированного анализа ЦА внутри государства
4	Неуспешный вывод продуктов на международный рынок	<ul style="list-style-type: none"> • Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов • Проведение детализированного анализа ЦА внутри государства
5	Невозможность разработки продуктов проекта	<ul style="list-style-type: none"> • Проведение консультаций с производственными специалистами
6	Отказ регулирующих органов в согласовании (регистрации) продуктов	<ul style="list-style-type: none"> • Организация юридического сопровождение проекта

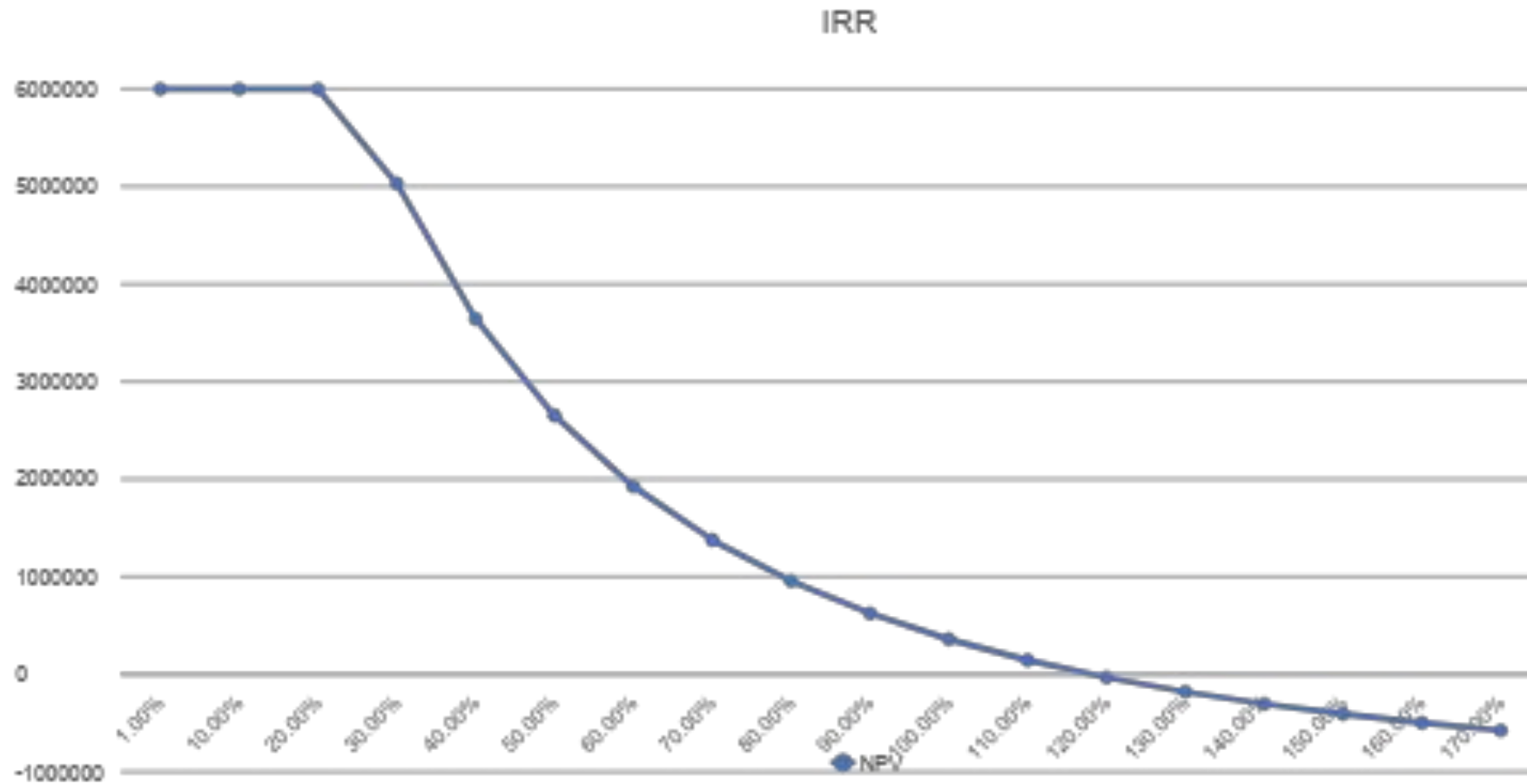
Точка безубыточности = 138 615 шт.



NPV = 7 642 647,05 ₴



IRR = 118%



	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Денежные потоки	-	4 826 087	9 652 174	12 065 217	15 081 522	18 851 902
Выручка	0	4 826 087	9 652 174	12 065 217	15 081 522	18 851 902
Денежные оттоки	1 500 000	3 901 227	7 546 453	8 689 067	10 717 334	13 252 667
Покупка оборудования	1 500 000					
Себестоимость		2 970 012	5 820 023	7 245 029	9 026 287	11 252 858
Амортизация		-300 000	- 300 000	-300 000	- 300 000	- 300 000
Реклама		1 000 000	1 500 000	900 000	900 000	900 000
Налоги		231 215	526 430	844 038	1 091 047	1 399 809
Чистый денежный поток	-1 500 000	924 860	2 105 720	3 376 151	4 364 188	5 599 235
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,85	0,72	0,61	0,52	0,44
Чистые дисконтированные потоки	-1 500 000	786 112	1 521 307	2 073 223	2 277 906	2 484 100

Ставка дисконтирования	17,65%
Собственный капитал	1 500 000
Заемный капитал	0
Кумулятивный метод	
безрисковая ставка	7,45%
темп инфляции	6,20%
премия за риски	
страновой риск	2%
отраслевой риск	2%