Проект по запуску дополнительной линии продукции



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





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



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



- Российский рынок продуктов «Health and Wellness» (30Ж) растёт на 8.5% в год на протяжении последних 5 лет. К 2024 году объём рынка превысит миллиард рублей.
- Международные корпорации запускают 30Жные 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:

- BKYC
- цена
- удобство покупки

«Развивающиеся драйверы»:

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





Наш проект

Новая линейка соусов компании Kraft Heinz:

Греческие йогуртовые соусы

- Без майонеза
- Без соли и сахара
- Минимальная жирность





Цели и задачи проекта



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

План работ



Список задач на 27.09.2021

- 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
- 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
- 10. Разработка условий хранения и сроков годности продукции
- Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов 11.
- Широкомасштабный вывод новой продуктовой линейки на рынке в масштабе 1 государства, анализ промежуточных результатов
- 13. Вывод товара на международный рынок

27.09.21 **Инициация**

10.10.21

Разработан документ внутреннего финансового анализа компании

20.10

Документ бенчмарк-анализа разработан Документ маркетинговых исследований ЦА разработан

31.12

Разработан план вывода на рынок

20.02 Составлены требования по качеству

15.01

Разработана тех. последовательность

сырья Определены нормативы по расходу

сырья на 1 единицу товара

15.06

Определены потери норм на производстве и нормы по массе готовой продукции

31.12

Разработаны условия хранения продукции Товар успешно выведен на рынок на международном уровне

Разработка новых версий продуктов

27.09.21 - 31.12.2021

10.01.22. - 15.06.22

Результаты

16.06.22 - 31.12.22

Результаты

Результаты



Документ внутреннего финансового анализа компании



Документ маркетинговых исследований ЦА



Разработана технологическая последовательность

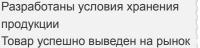


Определены нормативы по расходу сырья на 1 единицу товара



Определены потери норм на производстве и нормы по массе готовой продукции

Результаты



продукции Товар успешно выведен на рынок на международном уровне

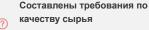
Инициированы новые проекты новых версий продуктов



Документ бенчмарк-анализа



План вывода продуктов на рынок



Состав работ и вероятные эффекты



Описание эффектов работ

Задачи

Проведение маркетинговых исследований рынка продовольственных товаров

СОДЕРЖАНИЕ

- 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

ЭФФЕКТЫ



Соблюдение сроков и бюджетов проекта



Уменьшение рисков реализации проекта



Рост качества продукта и снижение рисков провала вывода на ранок



Уточнённые Данные о пользовательских предпочтениях



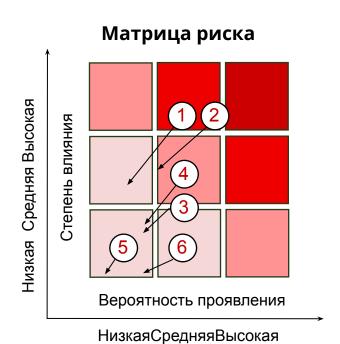
Уточнённые Данные о рынке на уровне государства



Уточнённые Данные о международном рынке

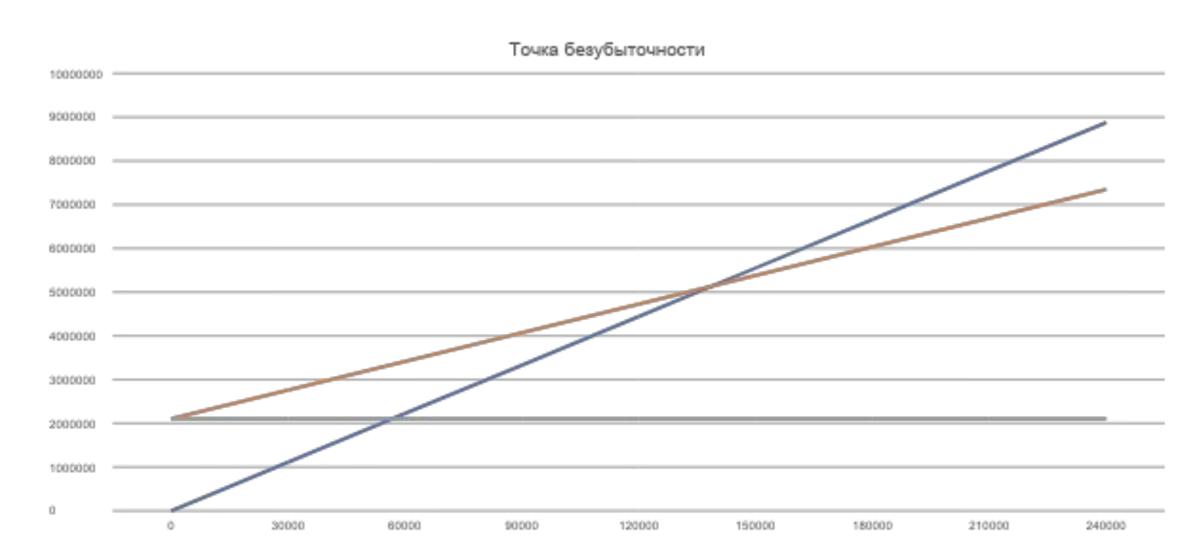
Реестр рисков



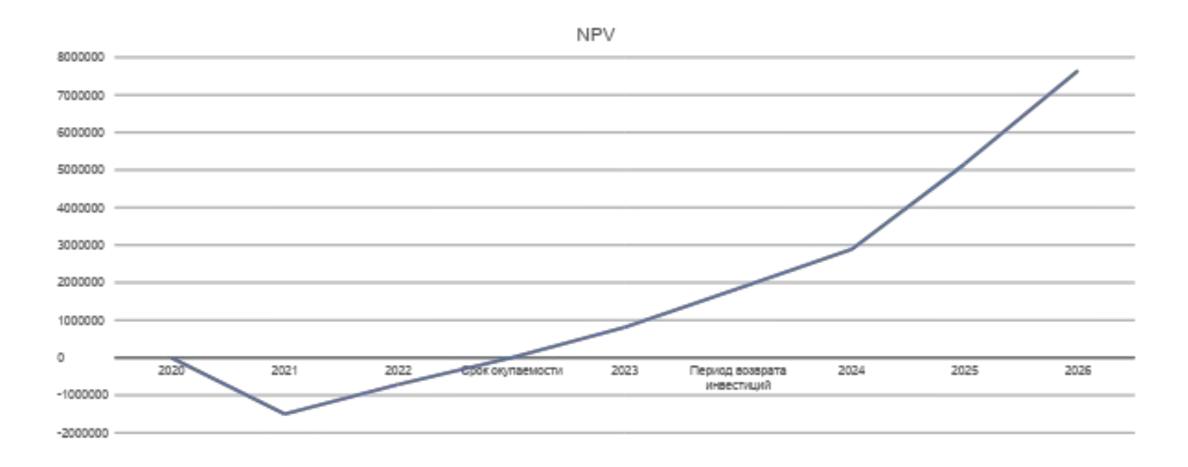


Nº	Наиболее серьёзные Риски	Меры для нивелирования рисков
1	Превышение бюджета проекта	 Проведение бенчмарк-анализа и GAP-анализа Проведение внутреннего финансового аудита Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на
2	Превышение сроков реализации проекта	 рынок, анализ промежуточных результатов Разработка плана вывода продукта на рынок по методике Customer Development Организация команды согласно философии Agile
3	Неуспешный вывод продуктов на рынок государства	 Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов Проведение детализированного анализа ЦА внутри государства
4	Неуспешный вывод продуктов на международный рынок	 Пробный вывод ограниченной партии линейки продукции на рынок, анализ промежуточных результатов Проведение детализированного анализа ЦА внутри государства
5	Невозможность разработки продуктов проекта	• Проведение консультаций с производственными специалистами
6	Отказ регулирующих органов в согласовании (регистрации) продуктов	• Организация юридического сопровождение проекта

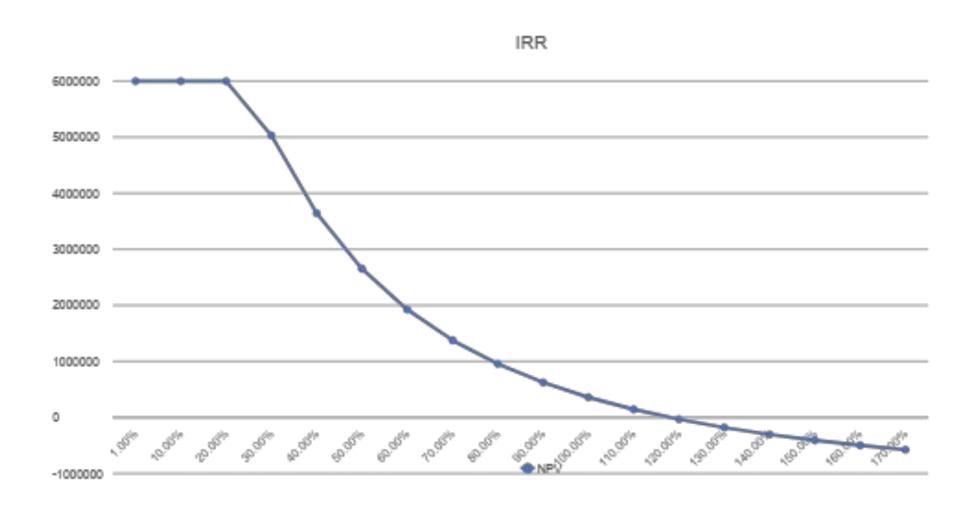
Точка безубыточности = 138 615 шт.



NPV = 7 642 647,05 ₽



IRR = 118%



	2021	2022	2023	2024	2025	2026	Ста
Денежные потоки	-	4 826 087	9 652 174	12 065 217	15 081 522	18 851 902	дисконт
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	Собственн
Покупка оборудования	1 500 000						
Себестоимость		2 970 012	5 820 023	7 245 029	9 026 287	11 252 858	Заемны
Амортизация		-300 000	- 300 000	-300 000	- 300 000	- 300 000	Кум
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	безриско
Чистый денежный поток	-1 500 000	924 860	2 105 720	3 376 151	4 364 188	5 599 235	темп иі
Коэффициент дисконтирования	1,00	0,85	0,72	0,61	0,52	0,44	п
Чистые дисконтированные							страно
потоки	-1 500 000	786 112	1 521 307	2 073 223	2 277 906	2 484 100	отрасле
		· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·				

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