



# ПРОИЗВОДСТВО И РОЗЛИВ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ

Бизнес-план





Глава 1.	РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	16
Цели пр	роекта	16
Описан	ие компании	16
Резюме	финансовых результатов	16
Потреб	ности в финансировании	16
Источни	ики финансирования	17
Глава 2.	АНАЛИЗ РЫНКА	18
Бутилир	ованная вода	18
Опре	деление	18
Меж	дународная классификация бутилированной воды	18
Росси	ийская классификация бутилированной воды	19
Класс	сификация бутилированной питьевой воды по СанПиН	20
Объем	и динамика развития рынка	22
Произв	одство бутилированной воды в РФ	30
Дина	мика объема производства	30
Регис	рнальная структура производства	30
Комп	ании	32
Сегмен	гы рынка	34
Сегме	ентация по типу воды	34
Сегме	ентация по типу тары	35
Сегме	ентация по цене	36
Каналы	продаж	38
Зарубех	кная бутилированная вода	39
Объе	м и динамика импорта	39
Струк	тура импорта по типу воды	41
Среді	няя стоимость ввоза воды	41
Струк	тура импорта по странам	43
Струк	тура импорта по брендам	45
Струк	тура импорта по производителям	48



Экспо	рт бутилированной воды	52
Предп	очтения потребителей	54
Уро	вень потребления бутилированной воды	54
Час	тота потребления бутилированной воды	59
Сез	онность спроса на бутилированную воду	60
Пре	дпочтения потребителей по типу воды	63
Пре	дпочтения потребителей по типу тары	65
Пре	дпочтения потребителей по объему тары	65
Кри	терии выбора бутилированной воды	66
Разви	тие рынка бутилированной воды	68
Тен	денции развития рынка бутилированной воды	68
Пре	пятствия для развития рынка бутилированной воды	69
Про	блема контрафактной продукции	70
Пот	ребление бутилированной воды в 2020-2024 гг	70
Глава 3.	ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ	76
Право	вое регулирование деятельности по розливу воды	76
Санит	арные нормы и правила	77
	Пин 2.1.4.1110-02 «Зоны санитарной охраны источников водоснабжения и во ьевого назначения»	• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
	Пин 2.1.4.1116-02 «Питьевая вода»	
	2.1.4.1184-03	
	на добычу полезных ископаемых (НДПИ)	
	нзия на добычу подземных вод	
	інцип оформления лицензии	
•	рядок оформления лицензии (этап 1 – 12)	
	к оформления лицензии	
•	ласование проекта водозабора	
	фикация продукции	
	ет на оформление разрешительных документов	
Глава 4.		
	э названия бутилированной воды	
•	икция и услуги компании	
	ісание продукции компании	



Дополнительные услуги	91
Структура продуктового портфеля компании	92
План продаж	92
Сезонность продаж	92
Выход на плановый уровень продаж	93
Реализация продукции компании	93
Каналы продаж	94
Ценовая политика	95
Розничные цены	95
Комиссии и наценки	96
Реклама и продвижение	96
Позиционирование бренда	96
Каналы маркетинговых коммуникаций	97
Наружная реклама	98
BTL	99
Программы скидок	99
Реклама в Интернет	100
Рекламный бюджет	101
Глава 5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН	106
Технологическая схема проекта	106
Общая схема производства	106
Забор воды	107
Выбор источника	107
Глубина скважины	108
Обустройство скважины	113
Скважинные насосы	115
Система водоподготовки	121
Линия розлива	124
Схема линии розлива	124
Оборудование для линии розлива	124
Варианты размещения производства	131
Автономные очистные системы	132



Производственные параметры проекта	134
Параметры скважины	134
Параметры производственного помещения	134
Параметры оборудования	136
План производства бутилированной воды	137
Глава 6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПЛАН	139
Организационная структура компании	139
Штатное расписание	139
Функции персонала	140
Подбор и обучение персонала	142
План набора персонала	142
График реализации проекта	144
Основные этапы реализации проекта	144
Календарный график проекта	145
Глава 7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	146
Условия и допущения	146
Инфляция	146
Налоговое окружение	147
Взносы во внебюджетные фонды	149
Инвестиционные расходы	151
Состав капитальных вложений	151
Обустройство скважины	151
Строительство и обустройство производственных помещений	154
Закупка и монтаж производственного оборудования	158
Инфраструктура участка	161
Мебель и офисное оборудование	162
Прочие капитальные затраты	163
Некапитализируемые затраты	164
План расходов инвестиционного этапа	166
Оборотный капитал проекта	169
Периоды оборачиваемости	169
Оборотный капитал	169



Финансирование проекта	172
Источники финансирования проекта	172
Преимущества лизинга	172
Схема типовой лизинговой сделки	174
Выкуп лизингового имущества	175
Условия лизинга	176
Расчет лизинговых платежей	177
Условия кредитования	178
График финансирования проекта	178
Расчеты по кредиту	179
Расчет доходов по проекту	182
Операционные расходы компании	185
Состав операционных расходов	185
Расходы на персонал	185
Расходы на тару	186
Маркетинговые расходы	188
Расходы на аренду	189
Расходы на ГСМ	190
Расходы на электроснабжение	191
Расходы на техническое обслуживание	194
Расходы на выплату НДПИ	195
Прочие расходы компании	196
Структура расходов компании	198
Расчет себестоимости продукции	200
Расчет прибылей и денежных потоков	204
Прогнозный бюджет доходов и расходов	204
Прогнозный бюджет движения денежных средст	в205
Прогнозный баланс	205
Глава 8. ОЦЕНКА ПРОЕКТА	207
Анализ экономической эффективности	207
Рентабельность	207
Расчет ставки дисконтирования	207



Стоимос	ть проекта
Анализ чув	зствительности211
Объем п	родаж211
Уровень	цен
Уровень	цен на тару и упаковку213
Уровень	ФОТ
Расчет точе	ек безубыточности215
Глава 9. А	.НАЛИЗ РИСКОВ216
Организац	ионные и управленческие риски216
Финансовь	ые риски218
Экономиче	еские и рыночные риски222
Производс	твенные риски224
Риски прав	зового характера226
Глава 10. П	риложения227
Карта прог	нозных ресурсов подземных вод227
Карта запа	сов подземных вод
Карта добь	ычи и извлечения подземных вод228
Карта мест	орождения подземных вод в РФ229
информаці	ИЯ О КОМПАНИИ INVENTICA230
ПЕРЕЧ	чень таблиц
Таблица 1.	Выручка от деятельности по производству минеральной воды, по субъектам РФ, на нач. 2013-2017 (тыс. RUR)
Таблица 2.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве основного источника питьевой воды (в сыром или кипяченом виде), в зависимости от типа местности
Таблица 3.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве основного источника воды для приготовления еды, в зависимости от типа местности
Таблица 4.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве основного источника воды для приготовления напитков, в зависимости от типа местности57
Таблица 5.	Прогноз потребления бутилированной воды до 2021 г72



Таблица 6.	Прогноз цен на бутилированную воду	74
Таблица 7.	Длительность этапов получения лицензии на добычу воды	85
Таблица 8.	Инвестиционные затраты на получение разрешительных документов	88
Таблица 9.	Характеристики продукции	91
Таблица 10.	Структура продуктового портфеля компании	92
Таблица 11.	Сезонность продаж	92
Таблица 12.	График выхода на плановый уровень продаж	93
Таблица 13.	План продаж бутилированной воды (в натуральном выражении)	93
Таблица 14.	План продаж бутилированной воды (в единицах продукции)	94
Таблица 15.	Структура продаж бутилированной воды по каналам	95
Таблица 16.	Розничные и мелкооптовые цены на продукцию компании	95
Таблица 17.	Средние торговые комиссии по каналам продаж	96
Таблица 18.	Рекламный бюджет	101
Таблица 19.	Глубина артезианских скважин по районам Московской области	109
Таблица 20.	Скважинные насосы	116
Таблица 21.	Выдувное оборудование	125
Таблица 22.	Печи разогрева ПЭТ преформ	126
Таблица 23.	Пресс-формы	126
Таблица 24.	Компрессоры	127
Таблица 25.	Ополаскиватели	128
Таблица 26.	Розливное оборудование	128
Таблица 27.	Укупорочное оборудование	129
Таблица 28.	Этикетировщики	130
Таблица 29.	Упаковщики	130
Таблица 30.	Параметры производства	134
Таблица 31.	Параметры ангара	134



Таблица 32.	Распределение площадей	135
Таблица 33.	Параметры производственного оборудования	136
Таблица 34.	План производства бутилированной воды (в натуральном выражении)	137
Таблица 35.	План производства бутилированной воды (в единицах продукции)	138
Таблица 36.	Штатное расписание	139
Таблица 37.	План набора персонала (помесячно)	143
Таблица 38.	Темпы инфляции	147
Таблица 39.	Ставки основных налогов	147
Таблица 40.	Ставки транспортного налога для грузовых автомобилей в Московской обла 2020 г.	
Таблица 41.	Ставки основных налогов	150
Таблица 42.	Ставки взносов в государственные внебюджетные фонды	150
Таблица 43.	Расходы на бурение и оборудование скважины	151
Таблица 44.	Расходы на строительно-монтажные работы по оборудованию скважины	153
Таблица 45.	Смета на строительство ангара	154
Таблица 46.	Дополнительное оборудование для производственных помещений	157
Таблица 47.	Расходы на систему водоподготовки	158
Таблица 48.	Расходы на линию розлива	159
Таблица 49.	Расходы на объекты инфраструктуры	162
Таблица 50.	Расходы на мебель и офисное оборудование	162
Таблица 51.	Прочие капитальные затраты	163
Таблица 52.	Некапитализируемые затраты инвестиционного этапа	164
Таблица 53.	План расходов инвестиционного этапа, тыс. RUR (с НДС)	166
Таблица 54.	Периоды оборачиваемости	169
Таблица 55.	Изменение оборотного капитала в 1 год с начала реализации проекта	170
Таблица 56.	Изменение оборотного капитала в 1-5 год с начала проекта	171



Таблица 57.	Сравнение лизинга с другими источниками финансирования	172
Таблица 58.	Параметры лизинговой сделки	176
Таблица 59.	Структура лизинговых платежей	177
Таблица 60.	Потребности в финансировании проекта, тыс. RUR	178
Таблица 61.	Выборка кредитной линии, тыс. RUR	179
Таблица 62.	Расчеты по кредиту, тыс. RUR	181
Таблица 63.	Динамика цен на продукцию компании, RUR с НДС	182
Таблица 64.	Объем продаж, тыс. RUR с НДС	183
Таблица 65.	Расходы на персонал, тыс. RUR	185
Таблица 66.	ПЭТ-преформы и крышки	186
Таблица 67.	Параметры этикетки	187
Таблица 68.	Расходы на тару и упаковочные материалы, тыс. RUR с НДС	187
Таблица 69.	Расходы на маркетинг, тыс. RUR с НДС	188
Таблица 70.	Расчет расходов на аренду	189
Таблица 71.	Расходы на аренду, тыс. RUR (с НДС)	189
Таблица 72.	Расчет расходов на ГСМ	190
Таблица 73.	Расходы на ГСМ, тыс. RUR с НДС	190
Таблица 74.	Расчет мощности электрооборудования	191
Таблица 75.	Потребление электроэнергии на обогрев помещений, кВт*ч	193
Таблица 76.	Расходы на электроэнергию, тыс. RUR с НДС	193
Таблица 77.	Нормативы расходов на ТО	194
Таблица 78.	Расходы на TO, тыс. RUR с НДС	195
Таблица 79.	Расходы по выплате НДПИ	196
Таблица 80.	Нормативы прочих расходов	196
Таблица 81.	Прочие расходы компании, тыс. RUR (с НДС)	197
Таблица 82.	Операционные расходы компании, тыс. RUR (с НДС)	198



Таблица 83.	Расчет производственной себестоимости, тыс. RUR	200
Таблица 84.	Полная себестоимость, тыс. RUR	202
Таблица 85.	Бюджет доходов и расходов, тыс. RUR	204
Таблица 86.	Бюджет движения денежных средств, тыс. RUR	205
Таблица 87.	Балансовый отчет, тыс. RUR (на конец года)	206
Таблица 88.	Показатели рентабельности	207
Таблица 89.	Исходные данные для расчета стоимости собственного капитала	208
Таблица 90.	Расчет WACC	209
Таблица 91.	Pacчет NPV	209
Таблица 92.	Pacчет NPV+TV	209
Таблица 93.	Основные инвестиционные показатели проекта	210
Таблица 94.	Изменение ключевых показателей при увеличении сроков инвестиционного этапа 1 месяц	
Таблица 95.	Изменение ключевых показателей при увеличении инвестиционного бюджета на	
Таблица 96.	Изменение ключевых показателей при увеличении расходов на тару и упаковку 1%	
Таблица 97.	Изменение ключевых показателей при снижении планового уровня продаж на	
Таблица 98.	Изменение ключевых показателей при уменьшении стоимости продукции компана 1%	
Таблица 99.	Прогнозные ресурсы подземных вод в РФ по федеральным округам	227

## ПЕРЕЧЕНЬ ГРАФИКОВ

График 1.	Динамика объема мирового рынка бутилированной воды (млрд. л), 2010-2018 гг22
График 2.	Сравнение темпов роста мировых рынков бутилированной воды, 2013-2018 гг24
График 3. Ли	инамика потребления бутилированной волы в мире (д на 1 чел. в год). 2010-2018 гг24



График 4.	Потребление бутилированной воды в странах мира (л на 1 человека в год), 2018 г25
График 5.	Динамика объема российского рынка бутилированных вод (в натуральном выражении), 2013-2019 гг26
График 6.	Сравнение уровня потребления бутилированной воды по странам Европы (л на 1 чел. в год), 2018 г27
График 7.	Сравнение уровня потребления бутилированной воды по странам BRIC (л на 1 чел. в год), 2018 г
График 8.	Объем рынка бутилированной воды в России (млрд. RUR, в розничных ценах), 2011- 2019 гг28
График 9.	Средние цены на бутилированную воду в странах мира (USD за 1,5 л), 2019 г29
График 10.	Объем производства бутилированной воды в России (млн. л), 2009-2018 гг30
График 11.	Потребительские предпочтения по брендам бутилированной воды33
График 12.	Динамика роста средней розничной стоимости бутилированной воды (RUR за литр), на нач. года, 2011-2019 гг36
График 13. Г	Томесячная динамика средней цены производителей при реализации бутилированной воды, 2017-2020 гг37
График 14.	Динамика цен производителей бутилированной воды по округам, 2017-2019 гг37
График 15.	Динамика объема импорта бутилированной воды в стоимостном и натуральном выражении, 2013-2019 гг40
График 16.	Структура импорта по типу воды: газированная / негазированная, 2016-2019 гг41
График 17.	Динамика средней стоимости ввоза в РФ газированной и негазированной бутилированной воды, 2014-2019 гг42
График 18.	Динамика объема экспорта бутилированной воды в стоимостном и натуральном выражении, 2014-2019 гг52
График 19.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду, в зависимости от типа местности и цели использования воды54
График 20.	Температурная зависимость продаж минеральной воды61
График 21.	Активность покупателей в мае-сентябре61
График 22.	Сезонность продаж минеральной воды в Ставропольском крае62
График 23.	Сезонность продаж бутилированной воды в РФ63



График 24.	Ключевые факторы оценки бутилированной воды потребителями	.67
График 25.	Критерии выбора питьевой и минеральной воды	.67
График 26.	Прогноз объема продаж бутилированной воды в РФ в натуральном выражен 2019-2024 гг. (консервативный прогноз)	
График 27.	Прогноз объема продаж бутилированной воды в РФ в натуральном выражен 2019-2024 гг. (оптимистичный прогноз)	
График 28.	Рынок бутилированной воды в РФ в денежном выражении, 2019-2024 (консервативный прогноз)	
График 29.	Рынок бутилированной воды в РФ в денежном выражении, 2019-2024 (оптимистичный прогноз)	
График 30.	Динамика расходов инвестиционного этапа1	L68
График 31.	График финансирования проекта	L79
График 32.	Выборка кредитной линии1	L80
График 33.	Расчеты по кредиту	l81
График 34.	Динамика продаж компании1	L83
График 35.	Динамика роста операционных расходов компании1	L99
График 36.	Чувствительность показателей инвестиционной привлекательности к изменен объема продаж2	
График 37.	Чувствительность показателей инвестиционной привлекательности к изменен уровня цен на продукцию	
График 38.	Чувствительность показателей инвестиционной привлекательности к изменен уровня цен на тару и упаковку2	
График 39.	Чувствительность показателей инвестиционной привлекательности к изменен уровня ФОТ	
График 40.	Точки безубыточности проекта2	215

## ПЕРЕЧЕНЬ ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Крупнейшие региональные рынки бутилированной воды (в натуральном выражении), 2018 г......23



Диаграмма 3.	Производство бутилированной воды по федеральным округам РФ, 2018 г31
Диаграмма 5.	Сегментация по типу воды, 2013-2018 гг
Диаграмма 6.	Сегментация по типу упаковки
Диаграмма 7.	Структура каналов продаж минеральной и питьевой воды в Москве38
Диаграмма 8.	Каналы продаж питьевой и бутилированной воды в Новосибирске39
Диаграмма 9.	Структура импорта бутилированной воды в РФ по странам-импортерам в натуральном выражении, 2019 г43
Диаграмма 10.	Структура импорта бутилированной воды в РФ по странам-импортерам в стоимостном выражении, 2019 г44
Диаграмма 11.	Структура импорта негазированной воды в РФ по странам-импортерам в натуральном выражении, 2019 г44
Диаграмма 12.	Структура импорта газированной воды в РФ по странам-импортерам в натуральном выражении, 2019 г45
Диаграмма 13.	Структура импорта бутилированной воды в РФ по брендам в натуральном и стоимостном выражении, 2019 г46
Диаграмма 14.	Структура импорта негазированной воды в РФ по брендам в натуральном выражении, 2019 г47
Диаграмма 15.	Структура импорта газированной воды в РФ по брендам в натуральном выражении, 2019 г47
Диаграмма 16. С	труктура импорта бутилированной воды в РФ по производителям в натуральном выражении, 2019 г48
Диаграмма 17.	Структура импорта бутилированной воды в РФ по производителям в стоимостном выражении, 2019 г49
Диаграмма 18.	Структура импорта негазированной воды в РФ по производителям в натуральном и стоимостном выражениях, 2019 г
Диаграмма 19.	Структура импорта газированной воды в РФ по производителям в натуральном и стоимостном выражениях, 2019 г51
Диаграмма 20.	Структура экспорта бутилированной воды в РФ по странам-импортерам в натуральном и стоимостном выражениях, 2019 г53
Диаграмма 21.,	Доля населения, использующие фильтры для очистки водопроводной воды, в зависимости от дохода55



Диаграмма 22.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве основного источника питьевой воды, в зависимости от дохода
Диаграмма 23.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве источника воды для приготовления еды, в зависимости от дохода
Диаграмма 24.	Доля населения, потребляющего бутилированную воду в качестве основного источника воды для приготовления напитков, в зависимости от дохода59
Диаграмма 25.	Частота потребления бутилированной воды в Москве60
Диаграмма 26.	Предпочтения по типу бутилированной воды64
Диаграмма 27.	Предпочтения по газированности воды64
Диаграмма 28.	Структура предпочтений бутилированной воды по типу тары, Москва65
Диаграмма 29.	Структура предпочтений бутилированной воды по объему тары, Москва66
Диаграмма 30.	Структура рекламных расходов
Диаграмма 31.	Структура расходов инвестиционного этапа
Диаграмма 32.	Структура продаж компании в денежном выражении184
Диаграмма 33.	Структура операционных расходов компании199
Диаграмма 34.	Структура производственной себестоимости201
Диаграмма 35.	Структура полной себестоимости

## ПЕРЕЧЕНЬ РИСУНКОВ

Рисунок 1.	Структура импорта бутилированной воды по средней цене ввоза и страна	
Рисунок 2.	Общая схема производства питьевой воды	106
Рисунок 3.	Схема глубин артезианских скважин в Московской области	108
Рисунок 4.	Примеры устройства артезианской скважины	114
Рисунок 5.	Кессоны	115
Рисунок 6.	Схема системы водоподготовки	123



Рисунок 7.	Система розлива питьевой воды	124
Рисунок 8.	Установка септика	133
Рисунок 9.	Календарный план проекта	145
Рисунок 10.	Типовая лизинговая схема	175



#### ГЛАВА 1. РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

## ЦЕЛИ ПРОЕКТА

- Создание в регионе нового предприятия по производству бутилированной питьевой воды
- Вывод на рынок регионального бренда бутилированной питьевой воды
- Обеспечение потребностей жителей региона в качественной питьевой воде

#### ОПИСАНИЕ КОМПАНИИ

- Основная продукция компании негазированная питьевая бутилированная вода
- Вода добывается из артезианской скважины
- Вода проходит очистку в системе водоподготовки и разливается на автоматизированном комплексе производительностью не менее ... куб. м час
- Вода продается в таре объемом от 0,5 до 5 л и в 19 л бутылях
- Плановый объем продаж компании ... млн. л в год
- Выход на плановый объем продаж производится в течение 6 месяцев

## РЕЗЮМЕ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

• ...

#### ПОТРЕБНОСТИ В ФИНАНСИРОВАНИИ

• ...

#### ИСТОЧНИКИ ФИНАНСИРОВАНИЯ

• ...



#### ГЛАВА 2. АНАЛИЗ РЫНКА

## БУТИЛИРОВАННАЯ ВОДА

#### ОПРЕДЕЛЕНИЕ

•••

#### МЕЖДУНАРОДНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ

Согласно международной классификации (определения Федеральной комиссии по продовольствию и медикаментам США) бутилированная вода подразделяется на следующие виды:

- 1. **Артезианская вода (Artesian Water \ Artesian Well Water).** Бутилированная вода из буровой скважины, которая выявляет напорные воды, заключенные в водоносных пластах горных пород между водоупорными слоями. В этих слоях водный уровень стоит выше кровли водоносного слоя, при вскрытии иногда фонтанирует
- 2. Питьевая вода (Drinking Water). Питьевая вода другое название для разлитой в бутылки воды. Соответственно, питьевая вода вода, которая продана для человеческого потребления в гигиенических контейнерах и не содержит добавленных подсластителей или химических компонентов. Она должна быть без калорий и сахара. Ароматизаторы, экстракты или эссенции полученные из специй или плодов могут быть добавлены к бутилированной воде, но не должны превышать более чем один процент веса конечного продукта. Питьевая вода должна быть свободна от ионов натрия или содержать очень низкие количества ионов натрия.
- 3. ...
- 4. ...
- 5. ...
- 6. ...
- 7. ...

#### РОССИЙСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ

#### [АНАЛИЗ РЫНКА]



Бутилированная вода подразделяется на три категории:

- минеральная;
- искусственная;
- питьевая.

**Минеральная вода** — это вода соответствующим образом зарегистрированного подземного источника (скважины), с сохраненным первоначальным составом минеральных веществ.

Минеральные воды классифицируется на четыре группы.

- **минеральные лечебные воды** с общей минерализацией более 8 г/л или менее минерализованную воду, содержащую повышенное количество бора, мышьяка и других элементов;
- минеральные лечебно-столовые воды с общей минерализацией 2—8 г/л;
- минеральные столовые воды с минерализацией 1—2 г/л;
- столовые воды с минерализацией менее 1 г/л.

...

## КЛАССИФИКАЦИЯ БУТИЛИРОВАННОЙ ПИТЬЕВОЙ ВОДЫ ПО САНПИН

СанПиН 2.1.4.1116-02 «Питьевая вода. Гигиенические требования к качеству воды, расфасованной в емкости. Контроль качества» питьевую воду подразделяют на шесть видов в зависимости от источника воды:

• ...

(Намеренный пропуск)



## ОБЪЕМ И ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ РЫНКА

По итогам 2018 г. потребление бутилированной воды в мире составило ... млрд. литров, прирост к предыдущему году — ...%. В период с 2010 г. по 2018 г. рынок демонстрировал ежегодный прирост в размере ...% (График 1).

Лидирующие позиции по объему потребления бутилированной воды, по оценке международного консалтингового агентства Beverage Marketing Corporation, удерживает Китай, в 2013 г. обошедший постоянного лидера предыдущих лет — США. Доля Китая по итогам 2018 г. составила ...% от объема мирового рынка в натуральном выражении (Диаграмма 1). Стоит отметить, что в 2018 г. катализатором роста общего объема рынка стали Китай и Мексика, за год увеличившие объем потребления бутилированной воды на 9%.

В Центральной и Юго-Восточной Азии крупнейшими потребителями бутилированной воды являются Китай, Индонезия, Индия и Таиланд, которые в совокупности потребляют около ... млрд. литров бутилированной воды в год (...% от общемирового потребления).

Мексика
...%

Индонезия
...%
...%
...%

Китай
...%

Прочие
17,7%
Россия

График 1. Динамика объема мирового рынка бутилированной воды (млрд. л), 2010-2018 гг.

Диаграмма 1. Крупнейшие региональные рынки бутилированной воды (в натуральном выражении), 2018 г.

Источники: ..., расчеты Inventica

...%



В период с 2013 г. по 2018 г. основной рост рынка бутилированной воды в натуральном выражении происходил за счет стран Центральной и Юго-Восточной Азии (График 2). Прирост объемов продаж в странах Северной и Южной Америки был достаточно умеренным, а в странах Западной Европы — фактически не изменился.

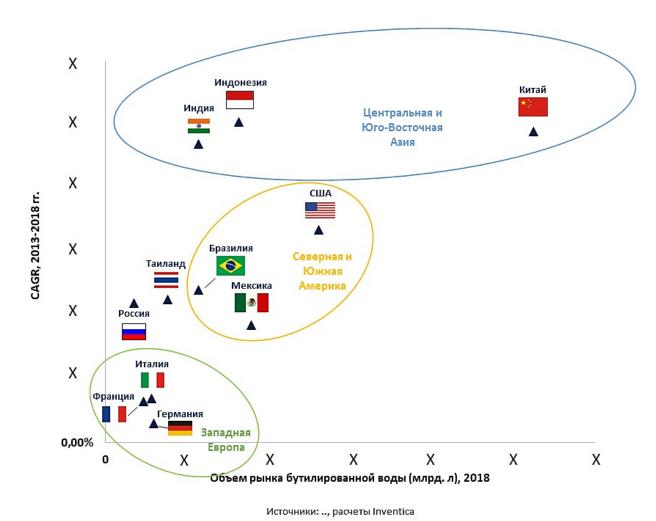


График 2. Сравнение темпов роста мировых рынков бутилированной воды, 2013-2018 гг.

Объем среднедушевого потребления бутилированной воды в мире составил по итогам 2018 г. ... л (График 3). С 2010 г. по 2018 г. объем потребления воды увеличился практически в 1,7 раза.

Лидерами по среднедушевому потреблению бутилированной воды являются Мексика, Таиланд, Италия, США, Германия, Франция, Бельгия и Объединенные Арабские Эмираты, где высокое потребление бутилированной воды определяется жарким климатом данных стран (График 4).

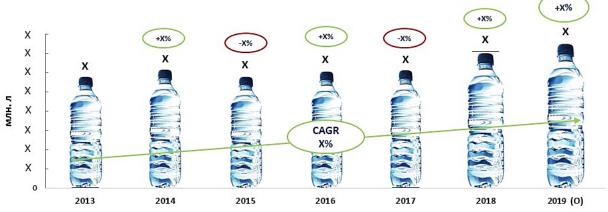
График 3. Динамика потребления бутилированной воды в мире (л на 1 чел. в год), 2010-2018 гг.



По итогам 2018 г. объем потребления бутилированной воды в России составил ... млрд. л. Впервые с 2013 года рынок продемонстрировал существенный прирост (16% к 2017 году). Ранее объем рынка стабилизировался на отметке 6 млрд. л и фактически не изменялся на протяжении 4 лет.

По предварительным данным в 2019 году объем российского рынка бутилированной воды можно оценить минимум в ... млрд. л. С учетом динамики объема производства в 2019 году, представленной в оперативных данных Росстата, объем российского рынка бутилированной воды мог достичь в прошедшем году практически ... млрд. л, что является абсолютным рекордом рынка. Максимальный прирост пришелся на 2018 и 2019 годы — суммарный прирост не менее ...%. В период же с 2013 года по 2017 год ежегодный прирост объема рынка составлял всего 1,6%.

Рост рынка обусловлен, в первую очередь, ростом объема внутреннего производства, кроме того, в 2018-2019 гг. наблюдалось значительное увеличение объема импортных операций участников рынка.



Источники: Федеральная служба государственной статистики, расчеты Inventica

График 4. Динамика объема российского рынка бутилированных вод (в натуральном выражении), 2013-2019 гг.<sup>1</sup>

Россия, несмотря на довольно высокие темпы роста, по уровню среднедушевого потребления питьевой и минеральной воды по-прежнему существенно отстает от большинства европейских стран: в 2018 г. — ... литра на человека в год против 100 и более литров на человека в год в странах Западной Европы (График 6).

График 5. Сравнение уровня потребления бутилированной воды по странам Европы (л на 1 чел. в год), 2018 г.

(Намеренный пропуск)

\_

 $<sup>^{1}</sup>$  Объем производства, скорректированный с учетом экспортно-импортных операций



## ЗАРУБЕЖНАЯ БУТИЛИРОВАННАЯ ВОДА

#### ОБЪЕМ И ДИНАМИКА ИМПОРТА

Суммарно в течение 2019 г. в Россию было поставлено ... млн. л бутилированной воды, что на ...% выше уровня предыдущего года. Рынок впервые за последние 5 лет превысил объем поставок 2014 года — локальный максимум рынка за десятилетие. В целом в период с 2016 г. по 2019 г. объем импорта воды для розничной продажи в РФ прирастал на ...% в год.

График 14. Динамика объема импорта бутилированной воды в стоимостном и натуральном выражении, 2013-2019 гг.

•••

#### СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ ВВОЗА ВОДЫ

В последние 2 года таможенная цена воды остается на относительно стабильном уровне — около ... RUR за литр. Негазированной импортной воде свойственна более высокая стоимость — примерно на 3,5% выше по сравнению с газированной.

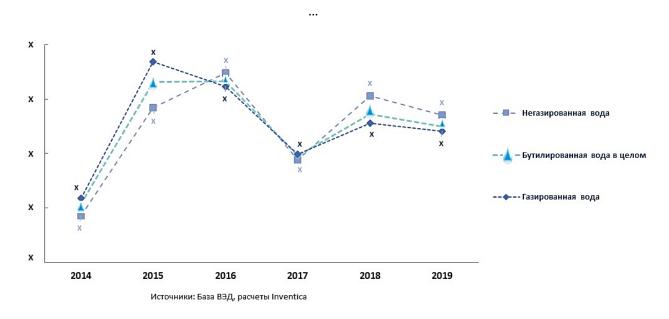


График 16. Динамика средней стоимости ввоза в РФ газированной и негазированной бутилированной воды, 2014-2019 гг.

...



#### СТРУКТУРА ИМПОРТА ПО БРЕНДАМ

В 2019 г. в РФ поставлялась бутилированная вода 169 брендов, ежегодно число участников рынка демонстрирует рост. Крупнейшим импортным брендом, представленным на российском рынке, является BORJOMI, занимающий по итогам 2019 г. ... в натуральном и ... в стоимостном выражении. Бренду свойственно постепенное наращивание рыночных позиций (в 2016 году удельный вес бренда в общей поставках составлял ... и ... в натуральном и денежном выражениях соответственно).



В сегменте импортной негазированной воды около четверти поставок формирует бренд ...

Источники: ТН ВЭД, расчеты Inventica

Диаграмма 13. Структура импорта бутилированной воды в РФ по брендам в натуральном выражении, 2019 г.

## РАЗВИТИЕ РЫНКА БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ

#### ПОТРЕБЛЕНИЕ БУТИЛИРОВАННОЙ ВОДЫ В 2020-2024 ГГ.

Таблица 5. Прогноз потребления бутилированной воды до 2024 г.

Прогноз объема продаж бутилированной воды в РФ в натуральном выражении, График 26. 2020-2024 гг.



#### ГЛАВА 3. ПРАВОВЫЕ ВОПРОСЫ

# ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО РОЗЛИВУ ВОДЫ

Основные требования к деятельности по розливу питьевой воды на территории РФ содержатся в следующих законодательных актах:

• ...

#### ЛИЦЕНЗИЯ НА ДОБЫЧУ ПОДЗЕМНЫХ ВОД

...

#### ПРИНЦИП ОФОРМЛЕНИЯ ЛИЦЕНЗИИ

Для нового водозаборного узла лицензия на артезианскую скважину оформляется в два этапа:

- 1. Лицензирование со статусом «Геологическое изучение недр» (документ выдается на срок до 5 лет). Лицензия имеет «сквозной» характер и разрешает проведение работ по бурению скважины, опробованию водоносного пласта, строительству водозаборного узла, проведению работ по оценке запасов пресных подземных вод с защитой в комиссии по запасам.
- 2. После защиты оценочных работ и получения протокола Территориальной комиссии по запасам (протокол ГКЗ, подтверждающий постановку запасов подземных вод по лицензируемым скважинам на государственный учет) необходимо получить лицензию на право добычи подземных вод (на срок до 25 лет), и эксплуатировать водозаборный узел в соответствии с рекомендациями ГКЗ.

...

#### ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ ЛИЦЕНЗИИ (ЭТАП 1 – 12)

Общий процесс лицензирования скважины включает в себя следующие этапы:

Этап 1: ...



## ГЛАВА 4. МАРКЕТИНГОВЫЙ ПЛАН

...

## продукция и услуги компании

#### ОПИСАНИЕ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ

Компания реализует бутилированную питьевую воду в пластиковых бутылках различного объема.

Таблица 9. Характеристики продукции

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОДУКЦИИ	
Тип воды	
Газированность	
Вкусовые добавки	
Объем тары	<ul> <li>0,5 л</li> <li>1,5 л</li> <li>5 л</li> <li>18,9 л</li> </ul>
Упаковка	
Крышка	

•••



#### СТРУКТУРА ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ КОМПАНИИ

...

#### Таблица 10. Структура продуктового портфеля компании

тип продукции	ДОЛЯ В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ, % ОТ ОБЩЕГО ОБЪЕМА
Вода негазированная в таре объемом 0,5 л	
Вода негазированная в таре объемом 1,5 л	
Вода негазированная в таре объемом 5 л	
Вода негазированная в таре объемом 18,9 л	

## план продаж

#### сезонность продаж

...

#### Таблица 11. Сезонность продаж

	Январь	февраль	Март	Апрель	Май	чнои	чгои	Август	Сентябрь	Октябрь	<b>ч</b> д9коН	Декабрь
Объем продаж, % от годового объема продаж												



## ВЫХОД НА ПЛАНОВЫЙ УРОВЕНЬ ПРОДАЖ

...

Таблица 12. График выхода на плановый уровень продаж

МЕСЯЦ С НАЧАЛА ВЫПУСКА ПРОДУКЦИИ	1	2	3	4	5	6
Объем продаж, в % от планового уровня						

#### РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ

Объем продаж продукции компании рассчитывается исходя из следующих параметров:

- производительность оборудования компании;
- сезонность продаж бутилированной воды;
- выход на плановый объем продаж;
- структура продуктового портфеля компании.

Таблица 13. План продаж бутилированной воды (в натуральном выражении)

год	1	2	3	4	5	итого
ИТОГО, куб. м						

Таким образом, ежегодно компанией будет реализовываться ... млн. л бутилированной воды, что эквивалентно ... млн. единиц готовой продукции.



#### Таблица 14. План продаж бутилированной воды (в единицах продукции)

год	1	2	3	4	5	итого
ИТОГО, тыс. шт.						

...

## ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

#### РОЗНИЧНЫЕ ЦЕНЫ

•••

#### Таблица 16. Розничные и мелкооптовые цены на продукцию компании

ТИП ПРОДУКЦИИ	ЦЕНА (с НДС) RUR за 1 шт.	ЦЕНА (без НДС) RUR за 1 шт.	ЦЕНА (с НДС) RUR за 1 л	ЦЕНА (без НДС) RUR за 1 л



тип продукции	ЦЕНА (с НДС) RUR за 1 шт.	ЦЕНА (без НДС) RUR за 1 шт.	ЦЕНА (с НДС) RUR за 1 л	ЦЕНА (без НДС) RUR за 1 л

#### комиссии и наценки

При реализации продукции компании через сетевые супермаркеты товар отпускается по розничной цене за вычетом торговых наценок и комиссий ритейлеров.

..

#### Таблица 17. Средние торговые комиссии по каналам продаж

ТИП КАНАЛА ПРОДАЖ	СРЕДНИЙ РАЗМЕР КОМИССИИ

## РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ

## РЕКЛАМНЫЙ БЮДЖЕТ

...



#### Таблица 18. Рекламный бюджет

Nº	Статья расходов	Условия расчета	CTOИMOCTЬ тыс. RUR в год (с НДС)
1			
2			
3			
	ИТОГО инвестиционные расходы		
4			
5			
6	Реклама на бортах общественного транспорта	Реклама размещается на автобусах, троллейбусах и трамваях  Число рекламных поверхностей — не менее 5 шт.  Цена размещения 1 рекламной поверхности (с учетом разработки макета) — от 100 тыс. RUR в месяц (с НДС)  Срок размещения 1 рекламной поверхности — 4 месяца (с мая по август)	



Nº	Статья расходов	Условия расчета	СТОИМОСТЬ тыс. RUR в год (с НДС)
11	Размещение POS-рекламы		
	ИТОГО операционные расходы на маркетинг (без учета скидок)		
12	Сезонные скидки	Время предоставления скидок — с октября по апрель Средний уровень скидок — 10% Охват — 100% продаваемой продукции	
13	Рекламные акции	Частота проведения — 3 раза в год Время проведения — 1 неделя Охват — 80% продаваемой продукции	
	ИТОГО дополнительные скидки		

...



## ГЛАВА 5. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ПЛАН

#### ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ СХЕМА ПРОЕКТА

## ОБЩАЯ СХЕМА ПРОИЗВОДСТВА

Получение готовой продукции будет проходить в несколько этапов:

- забор воды;
- очистка воды;
- розлив воды.

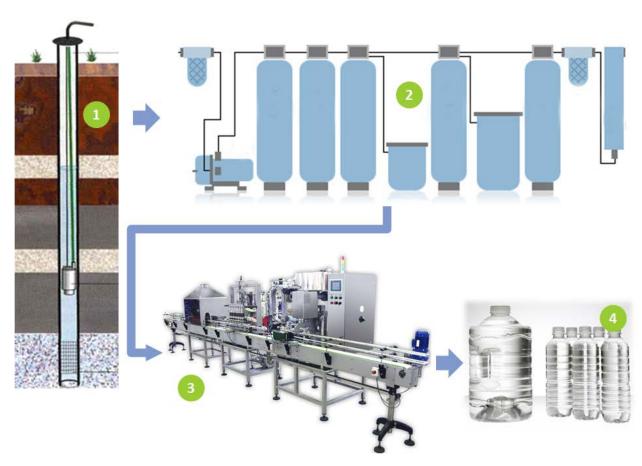


Рисунок 2. Общая схема производства питьевой воды

#### [ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН]



#### 1. Забор воды

Компания будет получать воду для розлива из артезианской скважины. Из скважины вода выкачивается с помощью насоса в специальный резервуар большого объема.

#### 2. Очистка воды

Из резервуара по специальному водопроводу вода поступает в систему многоступенчатой очистки:

- фильтры грубой очистки;
- фильтры тонкой очистки;
- установку обратного осмоса;
- ионизатор.

Очищенная вода проходит постоянный контроль химического состава и поступает в накопительные баки из нержавеющей стали, которые необходимы для обеспечения круглосуточного режима работы.

#### 3. Розлив воды

Из накопительных баков вода поступает на линию розлива, где происходит ее розлив в тару необходимого объема.

Тара закупоривается и отправляется на склад готовой продукции (4).

...

## ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА

#### ПАРАМЕТРЫ СКВАЖИНЫ

Ключевым параметром проекта является дебит скважины, из которой будет разливаться бутилированная вода.

#### Таблица 30. Параметры производства

ПАРАМЕТР	ЗНАЧЕНИЕ
Дебит скважины, куб. м в час	
Глубина скважины, м	

#### [ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН]



ПАРАМЕТР	ЗНАЧЕНИЕ
Динамический уровень, м	
Глубина опускания насоса, м	
Норматив потерь (гидрогеологически обусловленных и технологических), % от объема добычи	
Отбор воды на технические нужды, куб. м в час	

...

#### ПАРАМЕТРЫ ОБОРУДОВАНИЯ

Оборудование обеспечивает производство ... куб. м бутилированной воды в час. При расчете средней производительности учитывается максимальная производительность аппарата с учетом времени на техническое обслуживание и замену расходных материалов.

Таблица 33. Параметры производственного оборудования

ТИП ОБОРУДОВАНИЯ	ТИПОВАЯ МОДЕЛЬ	МАКИСМАЛЬНАЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ НОСТЬ куб. м в час	СРЕДНЯЯ ПРОИЗВОДИТЕЛ ЬНОСТЬ куб. м в час
Насос скважинный			
Система водоподготовки			

...



## инвестиционные расходы

#### СОСТАВ КАПИТАЛЬНЫХ ВЛОЖЕНИЙ

В состав капитальных вложений входят следующие расходы:

- бурение и устройство скважины;
- строительство и монтаж производственных цехов;
- строительно-монтажные работы по проведению коммуникаций и обустройству территории;
- закупка и монтаж производственного оборудования;
- ...

...

# СТРОИТЕЛЬСТВО И ОБУСТРОЙСТВО ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ

Расходы на строительство и обустройство производственных помещений включают в себя:

- стоимость возведения ангара, рассчитанную согласно смете;
- оборудование для обогрева помещения;
- сантехническое и прочее дополнительное оборудование.

#### Таблица 45. Смета на строительство ангара

НАМЕНОВАНИЕ РАБОТ/ МАТЕРИАЛОВ	Единица измерения	Количество	Цена тыс. RUR (с НДС)	CTOИMOCTЬ тыс. RUR (с НДС)
Щебень	куб. м			
Песок	куб. м			
Бетон М300	куб. м			
Опалубка	куб. м			

#### [ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН]



НАМЕНОВАНИЕ РАБОТ/ МАТЕРИАЛОВ	Единица измерения	Количество	Цена тыс. RUR (с НДС)	CTOИMOCTЬ тыс. RUR (с НДС)
ИТОГО устройство ленточных фундаментов				
ИТОГО устройство полов				
ИТОГО устройство здания				
ИТОГО монтаж здания				
Транспортные и погрузочные расходы				
итого				

Помимо основного производственного оборудования ангар оборудуется теплогенераторами и сантехникой.

•••



## ГЛАВА 7. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

...

## ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ ПРОЕКТА

#### ПЕРИОДЫ ОБОРАЧИВАЕМОСТИ

Расчет потребности в оборотном капитале произведен на основе периодов оборачиваемости статей активов и пассивов компании.

#### Таблица 54. Периоды оборачиваемости

СТАТЬЯ БАЛАНСА	ПЕРИОД ОБОРАЧИВАЕМОСТИ, дней
Дебиторская задолженность	
Запасы готовой продукции	
Запасы расходных материалов	
Кредиторская задолженность (поставщики и подрядчики)	
Кредиторская задолженность (персонал)	
Задолженность перед бюджетом и внебюджетными фондами	

#### ОБОРОТНЫЙ КАПИТАЛ

...

#### ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОЕКТА



## ОПЕРАЦИОННЫЕ РАСХОДЫ КОМПАНИИ

...

#### РАСХОДЫ НА ТАРУ

В состав расходов на тару входят расходы на следующие компоненты тары:

- ПЭТ-преформы;
- крышки;
- ручки (для тары объемом 5л);
- этикетки.

Для производства ПЭТ-тары используются заготовки нескольких видов. Для тары объемом до 2л используются преформы с горловиной стандарта PCO (Plastic Closures Only). Возможно также использование стандарта BPF (British Plastics Federation).

Таблица 66. ПЭТ-преформы и крышки

ГОТОВАЯ ПРОДУКЦИЯ	V=0,5 л	V=1,5 л	V=2 л	V=5 л
Стандарт горловины				
Вес, г				
Конфигурация преформы				
Цвет преформы				
Цвет крышки				
Стоимость преформы, RUR за 1 шт.				
Стоимость крышки, RUR за 1 шт.				
Стоимость ручки, RUR за 1 шт.				

...



## РАСЧЕТ ПРИБЫЛЕЙ И ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ

прогнозный бюджет доходов и расходов
...
прогнозный бюджет движения денежных средств
...
прогнозный баланс



## ГЛАВА 8. ОЦЕНКА ПРОЕКТА

## АНАЛИЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ

#### **РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ**

...

#### Таблица 88. Показатели рентабельности

ФИНАНСС	вый год	1	2	3	4	5
EBITDA/доходы						
ЕВІТ/доходы						
Прибыль до уплаты НП/доходы						
Чистая прибыль/доходы						

#### Таблица 86. Расчет WACC

...

#### СТОИМОСТЬ ПРОЕКТА

...

Таблица 91. Расчет NPV...



#### АНАЛИЗ ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ

...

#### РАСЧЕТ ТОЧЕК БЕЗУБЫТОЧНОСТИ

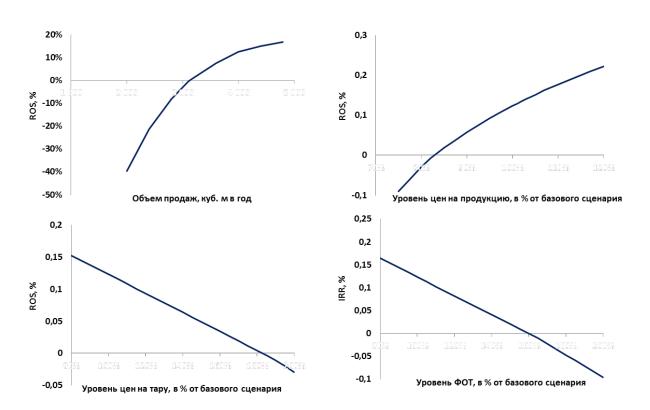


График 38. Точки безубыточности проекта

Рентабельность продаж (ROS, profit margin) будет равна нулю при объеме продаж, равном ... куб. м бутилированной воды в год, что составляет ...% от уровня, заложенного в базовом сценарии.

Рентабельность продаж (ROS, profit margin) будет равна нулю при ценах на продукцию, составляющих ...% от уровня, заложенного в базовом сценарии.

...

#### ГЛАВА 9. АНАЛИЗ РИСКОВ

## ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ РИСКИ

#### НЕСОБЛЮДЕНИЕ ГРАФИКА РАБОТ ИНВЕСТИЦИОННОГО ЭТАПА ПРОЕКТА



#### ВЛИЯНИЕ РИСКА НА ПРОЕКТ

- увеличение сроков запуска и срока окупаемости проекта;
- невыполнение маркетингового плана.

Увеличение сроков начала работы на 1 месяц снижает NPV проекта на ...%.

Таблица 94. Изменение ключевых показателей при увеличении сроков инвестиционного этапа на 1 месяц

	БАЗОВЫЕ УСЛОВИЯ	НОВЫЕ УСЛОВИЯ	ИЗМЕНЕНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ
NPV			
IRR			
PBD			
DPBD			
ROS			

#### СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ

• ...

## ГЛАВА 10. ПРИЛОЖЕНИЯ

## КАРТА ПРОГНОЗНЫХ РЕСУРСОВ ПОДЗЕМНЫХ ВОД

...

## КАРТА ЗАПАСОВ ПОДЗЕМНЫХ ВОД

..

КАРТА ДОБЫЧИ И ИЗВЛЕЧЕНИЯ ПОДЗЕМНЫХ ВОД

...

КАРТА МЕСТОРОЖДЕНИЯ ПОДЗЕМНЫХ ВОД В РФ

## ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INVENTICA

Inventica - динамично развивающаяся консалтинговая фирма, созданная руководителями ведущих российских и международных компаний, за плечами которых опыт осуществления десятков проектов по созданию и комплексному развитию различных видов бизнеса. Среди клиентов и партнеров, с которыми мы работали: РАО ЕЭС, Газпром, Русский Алюминий, Лукойл, Связьинвест, Nestle, Ингосстрах, Корпорация Роснано, Корпорация Тактическое Ракетное Вооружение, Администрации регионов РФ, РосОЭЗ, МЭРТ, Минрегионразвития, Deloitte Touche Tohmatsu, Стратегика, Ассеnture, Юникон, ВСG и др.

Нашей миссией является оказание поддержки собственникам и руководителям компаний в создании и развитии успешного бизнеса, предоставление им помощи в получении конкурентных преимуществ и достижении новых бизнес-вершин.

Основной специализацией компании является разработка бизнес-планов, расчет техникоэкономических обоснований инвестиционных проектов, проведение маркетинговых исследований.

Мы также оказывает консультационную поддержку в области стратегического управления, оптимизации организационной структуры и повышения эффективности деятельности.

Приглашаем Вас посетить сайт <u>www.inventica.ru</u> для получения дополнительной информации об услугах нашей компании и готовых решениях для Вашего бизнеса.



























































































