# Бизнес план производства удобрений

1. Краткий инвестиционный меморандум

Рынок производства сельскохозяйственной продукции, как в мире, так и в России, находится под влиянием не менее революционных технологических изменений, чем в сфере информации и телекоммуникации. Это проявляется не только в опылении полей дронами или посадки и уборки картофеля полностью автономными роботами-комбайнами (агротронами), но и в переходе на современные системы выращивания растительных культур, в том числе и с помощью органических удобрений.

На этом рынке есть следующие тенденции:

1. Рост спроса в мире на качественную сельхозпродукцию, выращенную именно на органике. Как показывают последние научные исследования, в молочных продуктах, полученных от коров, выращенных на органике, более чем в 2 раза больше полезных 3%-аминокислот, чем при использовании традиционных кормов. То же касается и мяса говядины — при использовании органической агротехнологии оно дает на 40 % больше линоленовой кислоты, которая способствует радикальному снижению риска получения сердечно — сосудистых заболеваний. Совокупный прирост рынка органики в мире составляет примерно 15-20% в год, в России этот параметр немного меньше — порядка 12% прироста объема рынка в год.
2. Производство органических удобрений с использованием современных технологий, можно отнести к высокомаржинальным типам бизнеса, но с относительно низким уровнем риска. Примерный уровень добавленной стоимости (маржи) составляет не менее 100% на 1 кг продукции. Это позволяет окупить инвестиции в оборудование и в бизнес полностью за период не более 1-2 лет.
3. Органические удобрения имеют широкий спектр применения (диверсификация сбыта) — начиная от фермерских хозяйств и заканчивая удобрением для дачных участков горожан (в стране насчитывается более 20 млн. только учтенных дачных угодий) и цветочных горшков в их домах.
4. Бизнесу по производству органики легко установить партнерство со множеством бизнесов, где, так или иначе требуется утилизация продуктов животноводства и удобрение почвы. Как правило, это фермерские хозяйства, птицефермы, тепличные комплексы и даже бизнесы, связанные с ландшафтным дизайном.

К перечисленным факторам также следует добавить и тот момент, что имеющиеся готовые технологические линии (модульные комплексы) по производству органических удобрений позволяют с минимальными капитальными затратами открыть свое дело, даже начинающим предпринимателем. Финансовый порог входа на этот рынок не превышает нескольких миллионов рублей.

Срок окупаемости составляет **10** месяцев.

Первоначальные вложения будут равны **6 175 000**руб.

Точка безубыточности достигается на **2**месяц работы компании.

Средняя ежемесячная прибыль **717 888** рублей в месяц.

2. Описание бизнеса, продукта или услуги

Общая схема организации производства органических удобрений, с максимальной мощностью выпуска продукции 10 тонн в сутки, состоит в том, что поступающее сырье от фермерских хозяйств проходит предварительную обработку, смешивание с растительными компонентами (солома, торф, древесные опилки).

Из подготовленной смеси изготавливаются органические удобрения в виде сухих гомогенных смесей, а также в виде жидких бутилированных удобрений, гранулированные удобрения и торфяные брикеты.

Проектом предусмотрены выпуск и реализация следующих типов продукции:

1. Сухая гомогенная обогащенная смесь в полиэтиленовых мешках фасованных по 2,5, 10 и 50 кг, а также в «биг-бэгах» весом 100 и 200 кг. Средняя цена 30 руб. за 1 кг. Оптовая цена может быть снижена до 15-20 руб, если предусмотрены поставки не менее 50 тонн в месяц для одного клиента.
2. Удобрения бутилированные в ПЭТ упаковке по 2,5 и 10 л. Средняя цена 45 руб. за 1л.
3. Гранулированные обогащенные, концентрированные удобрения. Фасованные в упаковку по 1, 5, 10 и 20 кг. Средняя цена 75 руб. за 1кг.
4. Торфяные брикеты, обогащенные. Упаковка по 5, 10 и 20 кг. Средняя цена 45 руб. кг.

Расчет выпуска готовой продукции в данном бизнес плане базируется на 50% загрузке проектной мощности производственного комплекса.

|  |  |
| --- | --- |
| **Сильные стороны проекта:** | **Слабые стороны проекта:** |
| * постоянный растущий спрос на органические удобрения; * большой выбор каналов продаж и поставок продукции; * быстрая адаптация к быстро меняющемуся рынку * возможность формирования индивидуального подхода к запросам корпоративных клиентов по ассортименту и объему поставки. | * конкуренция со стороны локальных бизнесов, торговых сетей, агрохолдингов; * некачественная работа персонала, нарушения технологического режима; * риски частого повреждения и выхода из строя оборудования. |
| **Возможности проекта:** | **Угрозы проекта:** |
| * расширения бизнеса за счет увеличения линейки сортов производимой продукции — по типу, по качеству, типу фасовки удобрений; * возможность работы с корпоративными клиентами, в том числе и государственным и муниципальным сектором (через аукционы); * возможность создания сопутствующих видов бизнеса — собственных торговых точек, магазинов по продаже удобрений; | * Высокая конкуренция на рынке; * Повышение цен на автомобильное топливо, электроэнергию; * Повышение арендной платы / расторжение договора аренды земельного участка; * Снижение покупательной способности, как населения, так и коммерческого сектора, общее снижение спроса на удобрения. |

Доставка сырья будет осуществляться частично средствами компании (автосамосвалом), а также предусмотрен подвоз сырья самими фермерскими хозяйствами по заранее согласованному графику.

Доставка готовой продукции осуществляется силами, как самой компании, так и на условиях самовывоза.

В качестве дополнительных услуг корпоративным клиентам будет предлагаться изготовление партии удобрений по индивидуальному заказу, с заявленной степенью концентрации органических веществ.

3. Описание рынка сбыта

Чтобы получить полную картину, складывающуюся на рынке производства органических удобрений в России, а также для проведения объективного анализа и прогнозирования объема сбыта продукции, можно использовать следующие аналитические данные по рынку биоорганических удобрений, как в нашей стране, так и за ее пределами (общий обзор):

**1. Общая характеристика и емкость рынка** **органических удобрений в России**.

Россия непосредственно интегрирована в международное разделение труда и мировую экономику. Поэтому те тенденции на рынке органических удобрений, что есть на мировых рынках, напрямую или косвенно сказываются и на отечественном рынке. В первую очередь, следует отметить тот факт, что мировые лидеры в производстве сельхозпродукции стали быстро переориентировать свои хозяйства на использование органических удобрений. Такой отказ от минеральных удобрений стал следствием того, что химические реактивы стали не только угрожать кормовой базе, растительности и почве, но и здоровью человека. Поэтому уже более 10 лет в мире сформировался устойчивый положительный тренд на использование органики во всех типах сельхозпроизводства.

Так, например, только по данным Международной федерации движений экологического сельского хозяйства к 2019 году в мире более 60 млн. гектаров удобряются исключительно органикой. Несомненным лидером в этом движении за экологичность сельхозпроизводства является Австралия (25 млн. га), а второе место разделяют США и Аргентина (по 3 и 4 млн. га соответственно), их быстро догоняет Китай с его 2.5 млн. га. По общей оценке экспертов только за 15 лет, начиная с 2004 года мировой рынок органических удобрений вырос более, чем в 5 раз, опережая по рентабельности рынки металла или нефти. Суммарная финансовая оценка рынка биологической органики приближается к цифре 100 млрд. долларов. А к 2022 году эта цифра превысит предел в 250-300 млрд. долларов. Т.е. среднегодовой темп роста производства органических удобрений в мире будет составлять в среднем 15-20%.

Что касается российского рынка органических удобрений, то он мало отстает от общемировых тенденций. Так, общий объем производства удобрений на основе органики составил в 2018 году порядка 65 млн. тонн, что на 12 % больше, чем в предыдущие периоды. Причем следует отметить, что под органические удобрения в России используется всего 6% сельхозугодий.

Кроме отечественных удобрений в Россию ввозятся некоторые виды органических удобрений, например, в 2017 году было импортировано порядка 9 млн. т. удобрений. Однако тенденция по импорту удобрения имеет отрицательную динамику, и уже в 2018 году Российская Федерация стала чистым нетто-экспортером переработанных органических удобрений. Объем экспорта составляет порядка 2 млн. т в год. Основными странами, куда направляется экспорт российских удобрений — это Туркменистан, Иран, Египет, Турция и даже некоторые страны Евросоюза (Германия, Чехия, Голландия и др.).

Хорошие перспективы по экспорту органики в Китай — например, около 25-30% продукции российских экспортеров органики приобретает крупнейший покупатель — китайская компания «ФЭНЛИНЬДА» (г. Тяньзинь).

**2. Динамика рынка — структура и объем спроса**. Российский рынок производства и потребления органических удобрений имеет ярко выраженную региональную специфику. Так, лидерами отрасли являются регионы, где более всего развито сельское хозяйство — это, прежде всего, Ставропольский край (более 15% всего рынка органики), Белгородская область (12%) и Воронежская область (8%). Общий же темп роста сектора производства органических удобрений составляет не менее 10-12 % в год.

**3. Конкурентная среда на рынке органики, региональная специфика**.

На российском рынке производства органических удобрений пока ощущается дефицит продукции, составляя в среднем величину в 300 тысяч тонн. Существующие производственные компании пока слабо структурированы и не могут охватить своей продукцией даже 25% регионального рынка. Т.е. фактически рынок органики ограничен отдельными регионами, где существуют свои лидеры отрасли. Сейчас на российском рынке работает примерно 50-60 крупных производителей органических удобрений, таких, например, как ООО «Биогран», ПАО «ФосАгро», ООО «Гуматы», и др.

4. Продажи и маркетинг

При реализации проекта создания предприятия по переработке и получения органических удобрений необходим комплекс маркетинговых методов и инструментов, способствующих выходу компании на заданную норму рентабельности и устойчивости работы всего бизнеса. Для маркетинга используются следующие инструменты:

**1. Целевая аудитория клиентов потребителей органических удобрений**

Общая характеристика потенциального покупателя:

* фермерские хозяйства плодового или овощного производства, у которых нет в структуре бизнеса подразделения, занимающегося животноводством;
* тепличные хозяйства различного профиля — от круглогодичного выращивания огурцов и помидоров, до предприятий, занимающихся цветоводством;
* частные хозяйства, а также городские дачники;
* различные компании, занимающиеся продажей многолетних цветов, растений, дизайнерские фирмы, связанные с оформлением живыми растениями офисов, холлов общественных зданий, гостиниц, фитнес-центров или ресторанов в формате «живого природного уголка»
* цветоводы-любители;
* фирмы, работающие на рынке ландшафтного дизайна.

Как видно из этого перечня, категория потенциальных покупателей органических удобрений достаточно широка. Кто именно это будет, зависит от специфики региона или города. Например, вполне естественно, что в больших городах основная часть спроса будет со стороны именно клиентов, занимающихся растениеводством или цветоводством во внутренних помещениях. Несмотря на незначительную часть рынка, которую занимает сегмент таких потребителей, это единственные покупатели в городе, кто обеспечивает постоянный и круглогодичный спрос на определенные типы органических удобрений.

**2. Реклама**

В качестве основных рекламных методов в рассматриваемом бизнес-плане предусмотрено использовать следующие инструменты:

* реклама через печатные и электронные СМИ, имеющие целевую аудиторию, связанную с сельским хозяйством, разведением цветов, дизайном. Это могут быть отраслевые, деловые и популярные издания, читателями которых являются фермеры, дачники, цветоводы и все те, кому интересен бизнес по выращиванию растений на основе органических удобрений;
* распространение рекламы через создание своего собственного сайта компании, через который можно не только публиковать полный каталог выпускаемых органических удобрений, но использовать платформу сайта для предварительного заказа, обратной связи с клиентами.
* использование наружной рекламы в виде растяжек, постеров в местах продаж сельхозпродукции, на рынках, а также в местах расположения дачных или коттеджных поселков.
* распространение рекламы в виде небольших красочных рекламных буклетов в магазинах и других торговых точках, ориентированных на дачников, фермеров и цветоводов любителей.

Кроме этих стандартных рекламных инструментов неплохим вариантом будет участие компании в различных тематических сельскохозяйственных выставках, конференциях, посвященных малому и среднему бизнесу, развитию фермерства в регионе и т.п.

**3. Каналы продаж и продвижение сбыта**

Рынок органических удобрений имеет свою специфику и для максимально эффективной работы на нем следует использовать такие каналы продаж как:

1. Сеть розничных магазинов и рынки, специализирующиеся на продаже товаров для садоводов-любителей и фермеров.
2. Оптовые сельскохозяйственные рынки.
3. Прямые продажи с заключением контракта с покупателем.
4. Участие в государственных и муниципальных аукционах на поставку товаров для государственных или муниципальных нужд.

Также при расширении бизнеса следует предусмотреть заранее возможности и пути выхода на экспортный рынок через соответствующие фирмы-экспортеры.

Для продвижения сбыта и стимулирования лояльности клиентов предполагается применять систему скидок, премиальных бонусов, а также бесплатную доставку товара в случае, если клиент готов обеспечить постоянные заказы в достаточно большом объеме.

Для распространения рекламы и использования технологий продвижения сбыта продукции рекламный бюджет компании по производству органических удобрений, будет составлять минимум 50 000 руб. в месяц.

5. План производства

Организационная схема создания предприятия по производству готовых фасованных органических удобрений полного цикла состоит из трех основных мероприятий.

**Юридическое оформление**. Для реализации бизнес-проекта создания бизнеса по производству удобрений, в части его оформления и регистрации в государственных органах, потребуется выполнить следующие мероприятия.

1. Регистрация компании как бизнеса. Для этого выбрана правовая форма ИП (индивидуальный предприниматель). Получив статус (ИП), предприятие получает два важных преимущества. Первое — это самый низкий уровень налогообложения в 6% от полученных доходов. Второе — это существенно упрощенная система ведения бухгалтерского и налогового учета, позволяющая с минимальными издержками выполнить требования нормативных документов по финансовой отчетности.

Регистрация осуществляется путем подачи заявления в местное подразделение ФНС. Срок оформления — 3 рабочих дня. Стоимость регистрации, включая оплату госпошлин — 10 000 рублей.

2. Оформление и получение сертификата соответствия от местного подразделения Роспотребнадзора. Этот сертификат удостоверяет, что все оборудование, а также производимая на нем продукция, биологические компоненты, соответствуют нормам и стандартам — ГОСТ и ISO 9000.

3. Сертификат или разрешение на эксплуатацию оборудования, помещений и обращение с продуктами животноводства, получаемый по линии ветнадзора.

4. Разрешения и сертификат на эксплуатацию помещений и оборудования по линии государственного пожарного надзора, Санэпиднадзора.

Кроме этих основных документов также потребуется оформление договора на аренду земельного участка, заключение контракта с поставщиком электроэнергии и местными коммунальными организациями.

Полная сумма средств, необходимая для осуществления регистрации компании по переработке отходов и изготовления органических удобрений, оформления соответствующих документов, составляет порядка 100 000 рублей.

**Оборудование и помещение**

При выборе вариантов местоположения и размещения предприятие по изготовлению органических удобрений с проектной мощностью до 10 т условной продукции в день, приняты в расчет два приоритетных условия.

1. Первое условие связано с тем, что производственный комплекс должен располагаться как можно ближе к основным поставщикам сырья — это фермерские хозяйства, животноводческие комплексы. Это позволит существенно сократить издержки на логистику. Также это выполняет требование о размещении подобных предприятий вдали от жилых районов и комплексов.

2. Второе условие связано с тем, что предприятие должно иметь оптимальный вариант логистики по доставке своей готовой продукции ключевым потребителям.

Таким образом, может быть предусмотрен вариант размещения производственного комплекса в пригородной зоне, в непосредственной близости к основным транспортным магистралям района, региона.

Непосредственно для размещения всего производственного комплекса потребуется земельный участок площадью 400 кв. м. Участок используется на правах долгосрочной аренды — 49 лет.

На этом участке будет предусмотрено размещение следующих объектов:

1. Компостные хранилища или бункеры.

2. Производственный технический модуль по изготовлению удобрения. В модуле имеется несколько функциональных зон — производственная, техническая, хозяйственно-бытовая, включая офисное помещение.

3. Крытое помещение или навес для автотранспорта и погрузочной техники.

Основными производственными объектами для осуществления полного процесса изготовления органических удобрений являются:

1. Биореактор или компостная емкость. В качестве такой емкости можно использовать либо цистерны, либо армированные бетоном ямы. Емкость каждого такого биореактора должна быть не менее 200−500 куб. м. Всего проектом предусмотрено возведение 2х компостных хранилищ, с общей емкостью 1000−1200 куб. метров.

2. Производственный модуль. В качестве производственного модуля выбран тип «КП-10», выпускается согласно ТУ 4859.01.37040359.2016 в г. Тольятти. Его проектная мощность — переработка отходов до 10 тонн в сутки. Кроме очистки отходов, обеспечивает выпуск активных органических удобрений, отвечающих требованиям ГОСТ 53117-2008. В зависимости от количества перерабатываемых стоков имеются модификации КП — 20, 30

Модуль «КП-10» планируется приобрести на условиях беспроцентного товарного лизинга через сеть представительств ОАО «Росагролизинг». Срок лизингового договора — 10 лет.

Общий перечень оборудования необходимого для переработки и изготовлению органических удобрений полного цикла имеет следующий вид:

* модульный цех КП-10;
* компостные емкости;
* автофургон г\п до 10 т;
* грузовой самосвал г\п 20 т;
* офисное оборудование (компл.);
* мини-экскаватор-погрузчик;
* противопожарное оборудование

Кроме этой основной материальной базы, на перспективу следует предусмотреть приобретение и установку автономных источников электроэнергии (аварийный генератор, солнечные панели). Также можно рассмотреть вариант бурения скважины для полностью автономного водоснабжения предприятия.

6. Организационная структура

Для успешной реализации проекта создания производства органических удобрений полного цикла, потребуется формирование команды работников — хорошо обученных, имеющих серьезную мотивацию на качественную и безаварийную работу.

Проектом бизнес-плана предусмотрены следующие штатные позиции персонала:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Постоянные расходы** | **Оклад** | **Количество сотрудников** | **Сумма** | **Средняя з/п в месяц на сотрудника** |
| Директор | 35 000 | 1 | 35 000 | 58 461 |
| Инженер-технолог | 30 000 | 1 | 30 000 | 53 461 |
| Техник-механик | 28 000 | 1 | 28 000 | 28 000 |
| Оператор-технолог | 26 000 | 2 | 52 000 | 26 000 |
| Водитель-экспедитор | 26 000 | 1 | 26 000 | 26 000 |
| Рабочий грузчик | 25 000 | 2 | 50 000 | 25 000 |
| Страховые взносы |  |  | 27 900 |  |
| Итого постоянная ФОТ |  |  | 248 900 |  |

Для реализации системы оплаты, премирования и режима работы, данным бизнес-проектом предусмотрены следующие варианты:

1. Директор, инженер-технолог, работают в режиме ненормированного рабочего дня, поскольку они ответственны за работу административной и технической части бизнеса, за рыночную позицию компании. Система оплаты строится по схеме — «оклад + премия в виде % от суммы полученной прибыли».

2. Весь остальной штатный персонал работает по обычному рабочему графику — 5 дневная рабочая неделя, согласно нормативных требований ТК РФ.

Для штатных работников предусмотрена система оплаты — «оклад плюс премия», начисляемая периодически (3, 6 и 12 месяцев) по итогам и результатам работы компании.

Для обеспечения финансового и налогового сопровождения бизнеса предусмотрен найм специалиста — бухгалтера, на основе договора аутсорсинга.

Полный расчет ФОТ на 24 месяца с учетом премиальной части и страховых взносов представлен в финансовой модели.

7. Финансовый план

Начальные инвестиции для открытия бизнеса, включая регистрацию и оформление, выглядят следующим образом:

|  |  |
| --- | --- |
| **Инвестиции на открытие** | |
| Регистрация, включая получение всех разрешений | 100 000 |
| Подготовка модуля к установке, пусконаладочные работы | 150 000 |
| Создание сайта плюс реклама на первый месяц | 50 000 |
| Закупка оборудования | 5 775 000 |
| Услуги транспортной логистики | 100 000 |
| **Итого** | **6 175 000** |

2. Ежемесячные расходы на функционирование компании по производству органических удобрений в заданных объемах:

|  |  |
| --- | --- |
| **Ежемесячные затраты** | |
| ФОТ (включая отчисления) | 295 822 |
| Аренда земельного участка (400 кв. м.) | 40 000 |
| Амортизация | 159 583 |
| Коммунальные услуги | 10 000 |
| Реклама | 50 000 |
| Сервисное технологическое обслуживание | 50 000 |
| Закупка сырья и расходного материала | 782 029 |
| Логистика | 100 000 |
| **Итого** | **1 487 434** |

3. Основные экономические, финансовые параметры реализации бизнес-плана:

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатель** | **Значение** |
| Дисконтированный срок окупаемости, мес. | 11 |
| Чистый дисконтированный доход, руб. | 7 368 043 |
| Индекс прибыльности | 2,19 |
| Внутренняя норма рентабельности,% | 147,25 |
| Рентабельность продаж, % | 55% |

План продаж на 24 месяца с учетом сезонности, прогноз эффективности инвестиций и расчет экономических показателей бизнеса представлен в финансовой модели.

8. Факторы риска

Рынок органических удобрений в России, стране, где сельское хозяйство является одной их основных сфер экономки, нельзя назвать высокорискованным по определению. Спрос на органику, так же как и на химические виды удобрений есть как со стороны крупных хозяйств, так и частных землевладельцев. Тем не менее, назвать полностью безоблачным бизнес по производству органических удобрений нельзя, и на рынке этого типа удобрений существуют свои ограничения и риски. Прежде всего, следует обратить внимание на такие типы рисков как:

**1. Риск сезонного снижения спроса**. Территория России в большинстве своем находится в зоне рискованного земледелия, что обусловлено климатическими факторами. Это в свою очередь определяет тот факт, что спрос на удобрения имеет сезонный или циклический характер. Т.е. отсутствие постоянного круглогодичного спроса создает существенный риск тем компаниям, которые ориентированы на узкий сегмент производства органических удобрений. Для частичной нейтрализации или полного нивелирования угрозы этого риска, можно диверсифицировать круг потребителей органики. Например, имеет смысл поставлять продукцию в виде органических удобрений тепличным хозяйствам, цветочным магазинам, которые продают комнатные цветы и прочие растения. Также есть вариант отправки органики на экспорт. Особенно востребован этот тип удобрений в соседнем Китае, который готов скупать готовые (фасованные) удобрения практически в неограниченном количестве.

**2. Риск снижения спроса**. Этот риск может быть связан, как с сезонным фактором, так и общим снижением спроса на определенные типы сельскохозяйственной продукции. Степень этого риска во многом зависит от конкретных условий того или иного региона страны. Например, снижение числа частных садоводческих хозяйств, дачников или перепрофилирование фермерских хозяйств с производства овощных культур на товарное животноводство.

3. **Риск конкуренции**. Степень конкуренции на рынке органических удобрений сравнительно невелика, так как объем спроса не удовлетворен, как минимум, в несколько раз (по сравнению с имеющимся предложением).

Тем не менее, существуют региональные и даже федеральные игроки рынка удобрений, способные диктовать ценовую политику. Однако при существующем низком уровне конкуренции достаточно легко найти своего потребителя, будь это фермер-садовод, городской дачник или фирма, занимающаяся цветочным дизайном офисных интерьеров или ландшафтным дизайном.

Кроме этих рисков также не стоит упускать из виду и такие моменты, как риск повышения издержек производства удобрения из органики, в частности из-за роста стоимости электроэнергии, необходимой для производственной технологической линии, рост цен на топливо, что может напрямую сказаться на логистических затратах.