



## **Бизнес план производство мюсли**

Технология производства не настолько сложна, чтобы ее нельзя было освоить. Основные средства необходимо направить на обеспечение стабильного качества продукции, создание торговой марки и последующую ее “раскрутку” до состояния бренда.

Организация производства мюсли — проект довольно дорогой и непростой. Поэтому начинать работу в этом направлении следует, только объективно оценив свой потенциал.

### **Деньги**

Чтобы организовать производство мюсли, сначала необходимо потратить \$100-150 тыс. на покупку технологического оборудования. Стартовый оборотный капитал — \$20-50 тыс. По данным операторов рынка, в зависимости от качества продукции, уровня организации сбыта и маркетингового бюджета, рентабельность производства мюсли может составлять 15-25%.

### **Разрешения**

Для создания производства мюсли необходимо получить разрешения двух всенародно любимых инстанций — санэпидемстанции и пожарной охраны. Получать лицензию или что-либо подобное необходимости нет. Оформить все разрешительные документы можно за пару месяцев, обеднев на каких-то \$300.

Общегосударственных стандартов на мюсли в Украине пока нет. Поэтому каждый производитель изощряется как может, разрабатывая собственные технические условия (ТУ) и утверждая их во всевозможных инстанциях.

### **Сырьё и упаковка**

Особых проблем с поставками сырья отечественные “мюслители” сегодня не испытывают. Крупные комбинаты хлебопродуктов предлагают достаточное количество злаковых хлопьев по цене 1,6-2,5 грн. за 1 кг. Купить импортные фруктовые добавки — ананас, папайю, банановые чипсы и иже с ними — не проблема. Но цены “кусаются”: 15-25 грн. за 1 кг. Поэтому отечественные производители стремятся перейти на добавки из местных фруктов и ягод (клубника, малина, чернослив), которые дешевле экзотической сушки в 2-3 раза.

При разработке рецептуры мюсли особое внимание следует уделить вкусовой согласованности отдельных компонентов. Например, гречневые хлопья и арахис искажают вкус других компонентов. Арахис в 5-6 раз дешевле грецких и лесных орехов, поэтому его часто используют в недорогих сортах мюсли. Однако идти по пути удешевления рецептуры нужно осторожно, чтобы не отпугнуть потребителя непривычным вкусом.

### **Технология**

Ассортимент сухих завтраков, по большому счету, — синтез полета фантазии производителя и его технологических возможностей. Развитым воображением обладают все отечественные производители мюсли, а вот с технологической составляющей дела обстоят иначе.

Технология производства сухих завтраков не так проста, как может показаться непосвященному: в ходе производства хлопьев каждое зернышко претерпевает воздействие нескольких технологических процедур и проходит расстояние до 60 км.

Качество конечного продукта напрямую зависит не только от качества исходного сырья, но и от точного соблюдения установленных параметров технологического процесса. Подготовка к производству зерновой основы и вкусовых добавок происходит по разным схемам.

Основной технологический процесс подготовки фруктовой распылки — сушка предварительно помытых и нарезанных плодов. Наиболее высокое качество обеспечивает технология сублимации (обезвоживания) сырья. Но это дорогое удовольствие, и производители ограничиваются обычной сушкой при высоких температурах.

При автоматической фасовке сухофруктов возможны проблемы.

Инжир, например, фасовать в автомате почти невозможно: на ягоду налипает что угодно и механический паковщик не справляется с работой. Сушеные смоквы либо дополнительно досушивают, либо фасуют вручную.

Зерно дополнительно пропаривают, предварительно варят, сплющивают, вспучивают, экструдировать и т.п. Один из наиболее эффективных способов подготовки — вспучивание. Увлажненное зерно быстро подогревают при помощи либо токов высокой частоты, либо мощного потока инфракрасного излучения. Вспучивание происходит также при резком перепаде давления от высокого к нормальному или даже чрезвычайно низкому.

Для производства овсяных хлопьев “Геркулес” семена охлаждают, затем плющат на вальцовом станке с гладкими валками. Толщина полученных хлопьев не должна превышать 0,5 мм.

Качество злаковых хлопьев контролируется по 10-12 параметрам, основные из которых влажность, мучнистость (способность хлопьев в процессе транспортировки и фасовки превращаться в муку) и развариваемость. Именно сложность процесса технологической обработки зерна и заставляет производителей мюсли приобретать готовые хлопья, чтобы не возиться со столь сложным производством.

Процесс приготовления мюсли из готовых компонентов достаточно прост. Ингредиенты взвешивают и дозируют по рецептуре. Зерно закладывают в так называемый дражировочный барабан и перемешивают. После этого смесь фасуют в полипропиленовые пакеты и туда же “дофасовывают” заранее приготовленную фруктовую рассыпку. Зерновая смесь движется по одному конвейеру, вкусовые добавки — по другому. В момент фасовки транспортеры соединяются, и в результате получается готовая продукция.

Последняя стадия технологического процесса — запаивание полипропиленовых пакетов, наклейка этикеток и укладка в картонные коробки.

## **Оборудование**

Оборудование для производства сухих завтраков собирают: предприятия ассоциации “Прома”, НПО “Росс” (г.Харьков), ООО “Тронка-Агротех” (г.Киев). Отечественное “железо” стоит относительно недорого и, как правило, является универсальным (способным производить хлопья, кукурузные палочки, подушечки и т.д.). Специализированный комплект оборудования для изготовления овсяных хлопьев “Геркулес” производительностью 1000 кг/ч стоит \$101 тыс.

НПО “Росс” (г.Харьков) предлагает линию для производства “Геркулеса” МАВ-К-28,0/380-100П мощностью 1 т/ч по цене \$59 тыс.

Размещение оборудования в цехах и размеры проходов для его обслуживания должны соответствовать требованиям ОСТ 18-434-84 “Процессы производственные в пищевых концентратной промышленности. Требования безопасности”, а также отраслевых Правил техники безопасности и производственной санитарии.

Например, для защиты производственных и складских помещений от грызунов необходимо окна подвальных помещений и отверстия в вентиляционных каналах оборудовать защитными металлическими сетками, а все “лишние” отверстия и щели для трубопроводов в стенах и перекрытиях плотно “законопатить”.

## **Помещение**

Генеральный план цеха должен соответствовать СНИП П-89-80 “Генеральные планы промышленных предприятий. Нормы проектирования”, СНИП 245-71 “Санитарные нормы проектирования промышленных предприятий”, СНИП 2.05.07-85 “Промышленный транспорт. Нормы проектирования”. Если производство планируется как долгосрочный инвестиционный проект, следует задуматься о строительстве нового здания. Если же дела с

деньгами обстоят не очень хорошо, лучше арендовать помещение на каком-либо заводе-производителе.

С точки зрения географического месторасположения производства, наиболее привлекательны окрестности городов-миллионников. Во-первых, стоимость аренды там ниже, чем в центре, а во-вторых, эти территории максимально приближены к местам концентрации спроса на сухие завтраки. Для размещения оборудования понадобятся производственные площади 250-300 кв.м. Кроме того, около 100 кв.м необходимо будет отвести под вспомогательные помещения. Стоимость аренды 1 кв.м необходимого помещения — \$1-5.

### **Персонал**

Для обслуживания технологического оборудования по производству мюсли много персонала не нужно — одну линию в состоянии обслужить 5-6 чел. Еще столько же придется задействовать на участке по производству фруктовых добавок. Кроме того, необходим технолог, контролирующий параметры процесса изготовления продукции. Платить рабочему можно \$100-150 в месяц.

### **Маркетинг**

При формировании ассортимента продукции акцент нужно сделать на разработке смесей, максимально соответствующих предпочтениям потребителей. А это, в первую очередь, плодово-ягодные мюсли с большой долей фруктовой рассыпки. Следует задуматься о построении эффективной системы сбыта. Для того чтобы “войти” в розничные торговые точки, придется основательно потратиться на умасливание ритейлеров.

Кроме того, желательно сразу же зарегистрировать торговую марку — без этого эффективно продвигать продукцию сегодня невозможно. На начальном этапе “раскрутки” надо постараться максимально охватить розничную торговую сеть. Когда же продукция уже будет представлена, придется потратиться на имиджевую рекламу, а затем и на промо-акции по завоеванию лояльности покупателей. Рекламная кампания средней интенсивности (без участия TV) обойдется производителю в \$1-2 тыс. в месяц.