

## Бизнес-план пивоварни

*Пивоварня: с чего начать*

*Несмотря на то что на пивоваренном рынке тесно: около 300 предприятий выпускают свыше 750 миллионов дал ежегодно, он еще далек от насыщения и место для новичков есть. Собственная пивоварня – хороший малый бизнес, он не требует больших затрат и дает возможность прогнозирования, с ним невозможно прогореть.*

Уникальное торговое предложение мини-пивоварен - «живое» пиво. Технология «живого» пива исключает фильтрацию и тепловую обработку - трудоемкие процессы. Это пиво сохраняет живыми клетки пивных дрожжей, поэтому всегда имеет осадок на дне, не содержит консервантов. «Живое» пиво низового брожения (при температурах ниже нуля градусов) хранится несколько дней, требует скорейшей реализации, как и «живой» квас. Такое пиво подходит для ресторанов и баров, когда можно сварить прогнозируемый объем и не прогореть.

В малом сегменте принято деление на микро-пивоварни (производят от 25 до 5000 л в сутки) и мини-пивоварни (от 5 000 л и выше). По производительности - на пивоварни ресторанного типа и производственные. По потребляемому сырью и организации процесса - а это различие гораздо важнее, с точки зрения начинающего пивовара - на полноцикловые и с укороченным циклом производства.

Пивоварни полного цикла нередко называют пивзаводом в миниатюре, оно трудоемко и капиталоемко. С капиталом меньше, чем в 150-200 тысяч долларов соваться в сегмент мини-пивзаводов даже не стоит. Полноценное производство потребует больших площадей ( не менее 100-300 кв. м) и дорогостоящего оборудования.

Полноцикловая пивоварня -для малых предпринимателей целесообразна в рамках стратегии продвижения ресторана или крупного бара.

Другое дело - «укороченные» пивоварни, основное отличие которых - использование солодовых экстрактов - готового охмеленного пивного сусла, густо упаренного и готового к сбраживанию, что исключает необходимость покупки дорогостоящего варочного оборудования, фильтрующих установок. И, главное, пивоварня с укороченным циклом умещается даже на небольшой площади.

Микропивоварни для производства 100 л пива в день требуют площади порядка 40 квадратных метров, позволяют готовить от 30 до 2 000 литров «живого» пива в сутки. Набор оборудования, необходимого для выработки богатого напитка, минимален: емкости для брожения, электроплита или суслотварочный котел для сиропа, фильтры для воды и стерилизующие устройства, ферментаторы и кеги.

На рынке оборудования для мини-пивоварен лидируют Teddy Beer от одноименной компании и Bierhaus (Германия) от ООО «Бирон». Микро-пивоварни Bier haus поставляются готовыми к эксплуатации, их надо только установить на месте и подключить (достаточно обычных водопроводных и канализационных коммуникаций и стандартной электрической сети). Площадь, необходимая под монтаж, не превышает 3,5 кв. м для 3 000 литров в месяц.

«Базовый» комплект микро-пивоварни обходится в 862-1897 евро, в него включены емкости с гидрозатвором, лабораторный комплект и сырье - охмеленный солодовый

концентрат плюс сухие пивные дрожжи, моющее-дезинфицирующее средство и, главное, нормативно-техническая документация - ТУ на восемь сортов нефильтрованного пива.

Для отпуска напитков в розлив и дображивания используются герметичные бочки - кеги. Тут можно порекомендовать покупать доступные по цене емкости из пищевого пластика объемом в 10 и 25 литров. Их основное преимущество - они имеют герметичную крышку с клапаном сброса избыточного давления и кран, могут служить как для дображивания и созревания напитков, так и для отпуска их покупателю. Чтобы сэкономить начинающему предпринимателю можно приобрести оборудование б\у.

Но в этом бизнесе не все так просто. Проблем у предпринимателей достаточно. И связаны они главным образом с административными барьерами и дистрибуцией.

Несмотря на простоту технологии, ее очень тяжело сертифицировать. Одна из основных проблем местных производителей связана с акцизной политикой государства. Ежегодная индексация ставки акциза на пиво подталкивает региональные предприятия к границе рентабельности бизнеса. Поэтому, если в ближайшие пять-шесть лет ситуация не изменится, то часть местных предприятий будет вынуждена либо диверсифицировать производство, либо вообще закрыться.

Реализация пива тоже не простая задача. Основная аудитория микро-пивоварен это небольшие бары и кафе, которые могут и готовы предложить своим клиентам эксклюзивное пиво.

Еще одна возможность сбыта - производить и продавать бутылочное пиво в розницу. При изготовлении бутылочного пива потребуется докупить оборудование для розлива пива в бутылки, закупки кроненпробкой или колпачком, наклеивания этикетки, упаковки в термоусадочную пленку и т. д. Но проблема даже не в этом, основной груз затрат - это продвижение и дистрибуция. Попасть в магазины с небольшими объемами и особым продуктом с ограниченным сроком хранения минипивоварням очень непросто.

По материалам: <http://bossbusiness.ru>