БИЗНЕС-ПЛАН
ПРОЕКТА ПО РАЗВИТИЮ ПРОИЗВОДСТВА МАЙОНЕЗА И СОУСОВ
«МУРОМСКИЙ ПРОВАНСАЛЬ»

ПОДГОТОВЛЕН
ИП Малышева А.С.

г. Владимир, ноябрь 2021г.

Оглавление

1. **Общее описание проекта.** 3
2. **Общее описание предприятия.** 3
3. **Описание продукции и услуг** 4
4. **Маркетинг-план** 7
5. **Производственный план.** 23
6. **Календарный план.** 26
7. **Финансовый план.** 27

1. Общее описание проекта.

Наименование проекта: «Расширение производства майонеза и соусов «Муромский провансаль»

Направление деятельности по проекту: производство пищевых, масложировых продуктов.

Для реализации проекта необходимо привлечение инвестиций на закупку оборудование и наращивание оборотных средств (закупка сырья, материалов, упаковки)

Проект полностью готов к реализации: запущено производство, выпущены и реализованы партии товара, проведены переговоры с торговыми сетями о размещении товара на полках магазинов.

Основные результаты успешной реализации проекта - увеличение объемов производства майонезов и соусов до 50 тонн готового продукта в месяц, для удовлетворения потребностей жителей области и создание дополнительных рабочих мест.

Проект предусматривает:

- внедрение и (или) реализацию оригинальной рецептуры майонеза и соусов;
- модернизацию технологического оборудования и наращивание объемов выпуска товара;
- пополнение (обновление) основных средств и пр.

2. Общее описание предприятия.

Идея создать в Муроме фабрику по производству майонезов и соусов «Муромский провансаль» принадлежит молодой семье Малышевых, которые зарегистрировали ИП Малышева Е.С. (индивидуальный предприниматель Малышева Алина Сергеевна).

С выбором начинающие предприниматели не прогадали, ведь по оценкам экспертов, производство майонеза - одна из самых перспективных отраслей. А все от того, что это любимая салатная заправка россиян: по статистике 85% семей постоянно употребляют именно этот холодный соус. Один житель нашей страны съедает в год около 3,5 килограммов пастообразных продуктов - майонеза и соусов. Так что продукт этот востребован, а его производство – экономически выгодно.

Сегодня в ассортименте «Муромского провансаля» пять различных вкусов: майонез классический, чесночный, итальянский, греческий и дижонский соусы. Авторами всех рецептов является семья Малышевых**.** Рецепты разрабатываются и согласовываются совместно со Всероссийским научно-исследовательским институтом жиров и ведущими технологами масложирового направления. Все ингредиенты изготавливают специально для данного производства в Москве, а стеклянную банку для

упаковки соусов и майонезов закупаются в городе Муроме на заводе «Красное Эхо».
К концу года фабрика планирует выпустить и реализовать первые 13 тонн продукции. А вообще максимальная мощность предприятия – 2 тонны в сутки и около 50 тонн в месяц.
Уже сегодня «Муромский провансаль» можно найти в 24 магазинах Муромского, в семи магазинах Муромского района, на оптовой базе во Владимире, а также более чем в 30 магазинах Рязанской области. Недавно предприятие заключило договор поставки с крупной торговой сетью Владимира: скоро продукцию новой фабрики можно будет найти в магазинах «Квартал» и «Амби».

3. Описание продукции и услуг

Майонез - холодный соус, приготовленный из растительного масла, яичного желтка, уксуса и/или лимонного сока, горчицы, сахара, поваренной соли, иногда и других приправ.

Майонез представляет собой эмульсию «масло в воде», для его приготовления традиционно использовался яичный лецитин (яичный желток). Позже он был почти полностью вытеснен соевым лецитином и другими эмульгаторами.

В зависимости от жирности майонезы делятся на классы:
- высококалорийные (массовая доля жира от 55%; воды менее 35 %)
- среднекалорийные (массовая доля жира 40—55%; воды 35-50 %)
- низкокалорийные (массовая доля жира до 40%; воды более 50 %)

В зависимости от назначения майонезы подразделяют на группы:
- закусочные (майонез столовый, с пряностями, острый с вкусовыми и желирующими
- добавками)
- для детского и диетического питания (майонез с вкусовыми и желирующими добавками,
- сладкий, майонезный крем, диетический)

В зависимости от консистенции майонезные продукты делят на:
- сметанообразные
- пастообразные
- кремообразные
- жидкие

За рубежом принята условная классификация эмульсионных продуктов типа майонез — массовой долей жира более 75%, содержанием яичного белка в качестве эмульгатора, без загустителей; эмульгированные соусы — с массовой долей жира менее 75%, с загустителями.

По данным Росстата, **51% всех салатов готовятся с майонезом**. Лидеры по объемам использования майонеза – Оливье и Крабовый. Кроме того, майонез используется для **приготовления вторых блюд** и бутербродов, хотя бутерброды и не так часто делаются с майонезом (только в 16% случаев).

Майонез часто подается **к готовым блюдам**. Его подают к столу с супами, пельменями, сосисками и яйцами. **54% жителей** России, используют майонез ежедневно. Еще **27%** потребляют его раз в неделю.

Майонез - сметанообразная масса, которая приготовлена из рафинированных и дезодорированных растительных масел, добавляющие белковые и различные вкусовые компоненты и пряности. Данный продукт приготовлен для употребления в пищу, преимущественно для холодных блюд в качестве приправы.

Сырье.

Чтобы получить майонезный продукт, у нас в стране в основном применяют подсолнечное масло, за рубежом используют соевые, кукурузные, арахисовые, а также хлопковые, оливковые и кунжутные масла.

При изготовлении майонеза зачастую используют различные сочетание эмульгаторов. Это дает возможность получить высоко устойчивый состав с более низким расходом эмульгаторов.

У нас в стране за основу эмульгирующего компонента применяют яичный порошок. Желток яйца составляет основу этой эмульсии и оказывает влияние на ее выносливость, густота, цвет, а также вкус уже готового продукта.

Эмульгирующее влияние яичного желтка или порошка определяют лецитин, а также и другие фосфолипиды, мембранобразующие липопротеины: липовителлин, липовителлинин и свободные протеины, фосфитин, ливетин.

Применяют такие разновидности яичных продуктов, как яичный порошок, яичный гранулированный продукт, сухой яичный желток. В майонезе содержание яичных продуктов колеблется от 2 до 6% в зависимости от рецепта.

Традиционно используют в производстве майонеза такие эмульгаторы, как обезжиренное молоко, сухой молочный продукт СМП, сывороточный белковый концентрат, сухая пахта.

В последнее время чаще используют белки растительного происхождения, чаще соевые. У нас в стране разрешается использование пищевого соевого белка, пищевой соевой основы, пищевого соевого концентрата.

Основной проблемой является регулирование эмульсии. При изготовлении майонеза применяют гидроколлоиды, регулирующее действие которых обусловливается образованием структуры трехмерной сетчатой с повышением вязкости. Также, гидроколлоиды взаимодействуют с эмульгаторами. По химической природе гидроколлоиды это те же полисахариды.

В изготовлении майонеза из природных стабилизаторов наиболее широкое применение остается за крахмалом и модифицированным крахмалом. У нас в стране применяют кукурузный крахмал фосфатный марки Б. Благодаря этерификации крахмала фосфатами получили загуститель

пищевой, характеризующая особенность которого это способность растворяться в воде или молоке при комнатной температуре.

Для того, чтобы получить низкокалорийный майонез у нас в стране применяют мальтин, который производят из картофельного крахмала благодаря частичному ферментативному гидролизу со следующей температурной обработкой гидролизата. Мальтин - это легкоусвояемый углевод, растворяющийся при нагревании его до 75-80С.

После того, как он охладился образуется гель различной по консистенции в зависимости от того, какая концентрация.

В Германии при изготовлении соусов применяют «кули» - это загуститель, который получают из крахмала и муки зерен Гуар.

Благодаря методу кислотного гидролиза извлекают крахмальные растворы, которые различаются низкой вязкостью. При производстве крахмала картофельного монохлоруксусной кислотой извлекают карбоксиметиловый крахмал, который отличается высоким эффектом регулирующего действия в комбинации с сухим молоком и порошком яичным.

Наиболее многообещающим загустителем и регулятором майонезного раствора является альгинат натрия, который добывают из альгиновых кислот. Альгиновая кислота содержится в бурых водорослях и выводится некоторыми видами бактерий.

Соль альгиновой кислоты в холодной воде растворяется с образованием вязкого раствора. Альгинаты представляют заинтересованность для лечебных и профилактических кормлений, по причине того, что это способствует выведению из нашего организма ионов тяжелых металлов и радиоактивных изотопов.

В данный момент за рубежом для регуляции большинства приправ для салата применяют ксантан, являющийся биополисахаридом.

Относительно доходчивые полисахариды это камеди и слизи, широко использующиеся в изготовлении эмульсионной продукции. Более известные это аравийская и трагакантовая камедь. По химической структуре камеди относят к гетерополисахаридам, которые состоят из некоторого количества моносахаридов, среди которых бывает либо одна либо несколько уроновых кислот. Порошок горчичный является добавкой для вкуса, а содержащиеся в этом порошке белки оснащают эмульгирование и структурное образование.

В майонез прибавляют воду, соль, сахар, горчичный порошок, укропное эфирное масло, черный молотый перец, тмин, экстракты пряных и ароматических материалов. Если производят сладкий майонез, то в него вводят вкусоароматические экстракты согласно техническому описанию.

В целях повышения прочности низкокалорийной эмульсионной продукции к развитию неприятных микробиологических процессов при сбережении в их структуру вводят консерванты, в основном бензойной соли и сорбиновой кислот.

Производимый продукт

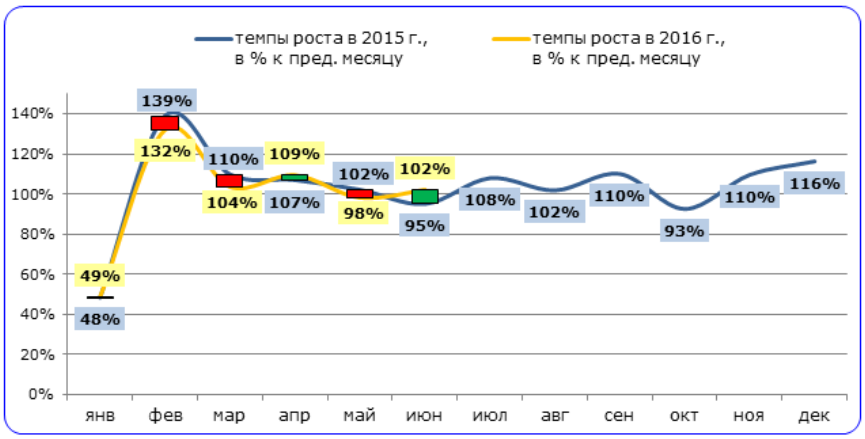
В ассортименте «Муромского провансаля» пять различных вкусов: майонез классический, чесночный, итальянский, греческий и дижонский соусы.

4. Маркетинг-план

Динамика производства майонеза

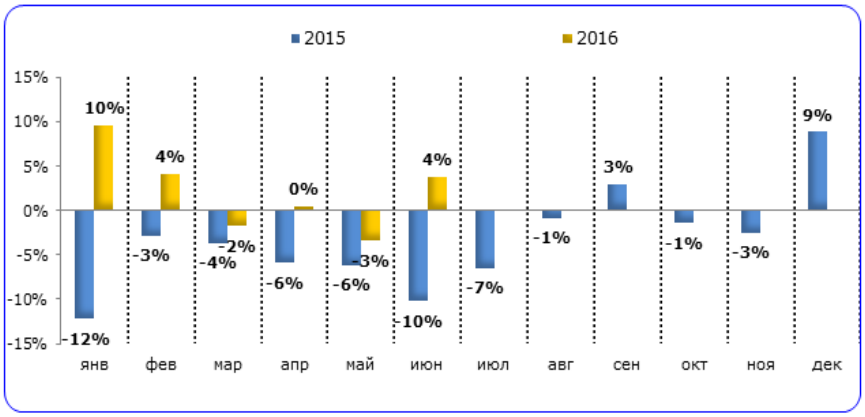
После традиционного постновогоднего затишья и падения объемов производства в январе 2016 года, российские предприятия показывали слабовыраженную динамику повышения производства майонеза на протяжении последних пяти месяцев. Объем производства майонезов в январе — июне 2016 года в натуральном выражении вырос на 2% г/г.

В целом, можно отметить стабильность на рынке майонезной продукции на протяжении последних трех лет. Продукция пользуется устойчивым и широким спросом как среди населения, так и среди корпоративных потребителей (предприятий пищевой промышленности и HoReCa). Сокращение реальных доходов населения не оказывает влияния на спрос, однако эксперты отмечают снижение интереса к более дорогим майонезным соусам в пользу традиционного майонеза.



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Диаграмма 1 Динамика производства майонезов в РФ в январе 2015 – июне 2016 гг., в % к предыдущему месяцу в натуральном выражении



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Диаграмма 2 Динамика производства майонезов в РФ в январе 2015 – июне 2016 гг., в % прирост к аналогичному месяцу прошлого года в натуральном выражении (%)

Динамика производства майонеза в стоимостном выражении отличается от динамики производства в натуральном выражении, имея при этом

выраженный рост. Так, за январь-июнь 2016 года объем производства в стоимостном выражении оказался на 21% выше г/г. Согласно данным исследования, проведенного специалистами компании IndexBox, себестоимость производства майонезов значительно выросла из-за подорожания сырья, ввозимого из-за рубежа, что отразилось на конечной стоимости и темпах роста производства. Так, одним из сырьевых товаров является пальмовое масло, объемы поставок которых, помимо всего, могут быть нестабильными из-за остановки на профилактику одного из заводов крупнейшего поставщика, по данным ГК «НМЖК».

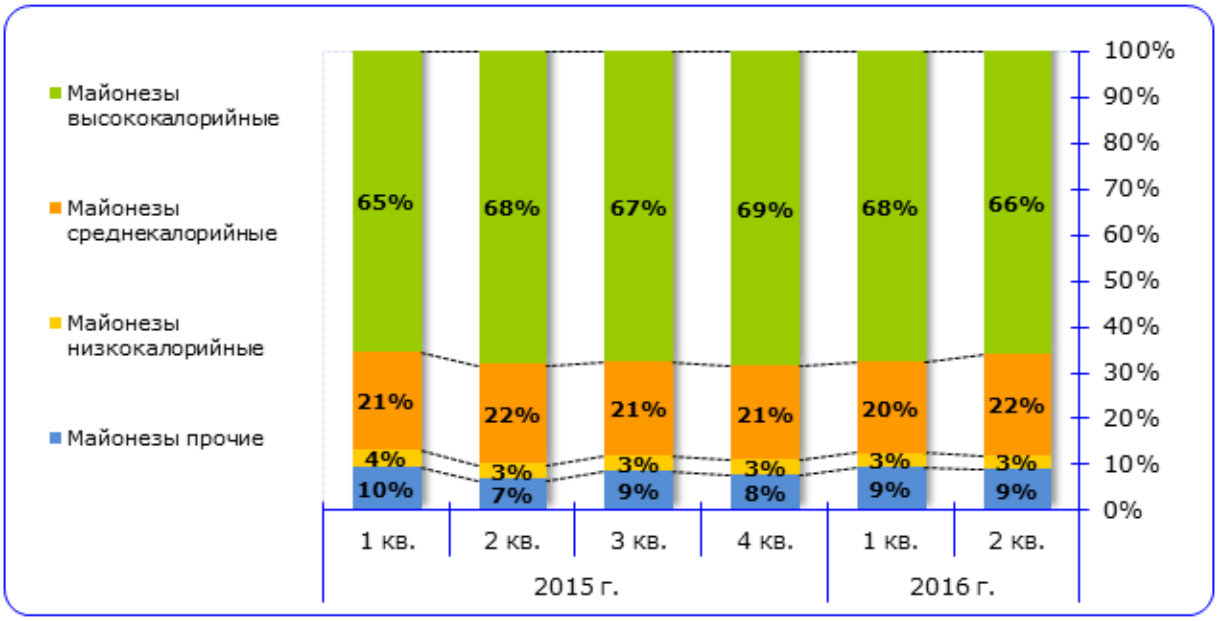
Таблица 1. Объем производства майонезов в 2010 – июнь 2016 гг., в натуральном выражении

Показатель	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**янв. – июнь 2016**
Объем пр-ва, тыс. тонн	786,1	783,3	775,3	838,9	846,6	821,6	364,5
Темпы роста, в % г/г	-	*100%*	*99%*	*108%*	*101%*	*97%*	*102%*
Объем пр-ва, млрд. руб.	39,1	44,4	41,1	44,4	43,8	58,5	29,8
Темпы роста, в % г/г	-	*113%*	*93%*	*108%*	*99%*	*134%*	*121%*

Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Структура производства майонеза по товарным категориям

Среди товарных категорий основной объем приходится на майонезы высококалорийные: во 2 кв. 2016 г. было произведено 131,6 тыс. тонн продукции данного вида, что составляет 66% от совокупного объема производства в натуральном выражении. Отсутствие структурных изменений производства продукции по товарным категориям обусловлены устойчивым спросом со стороны потребителей.



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

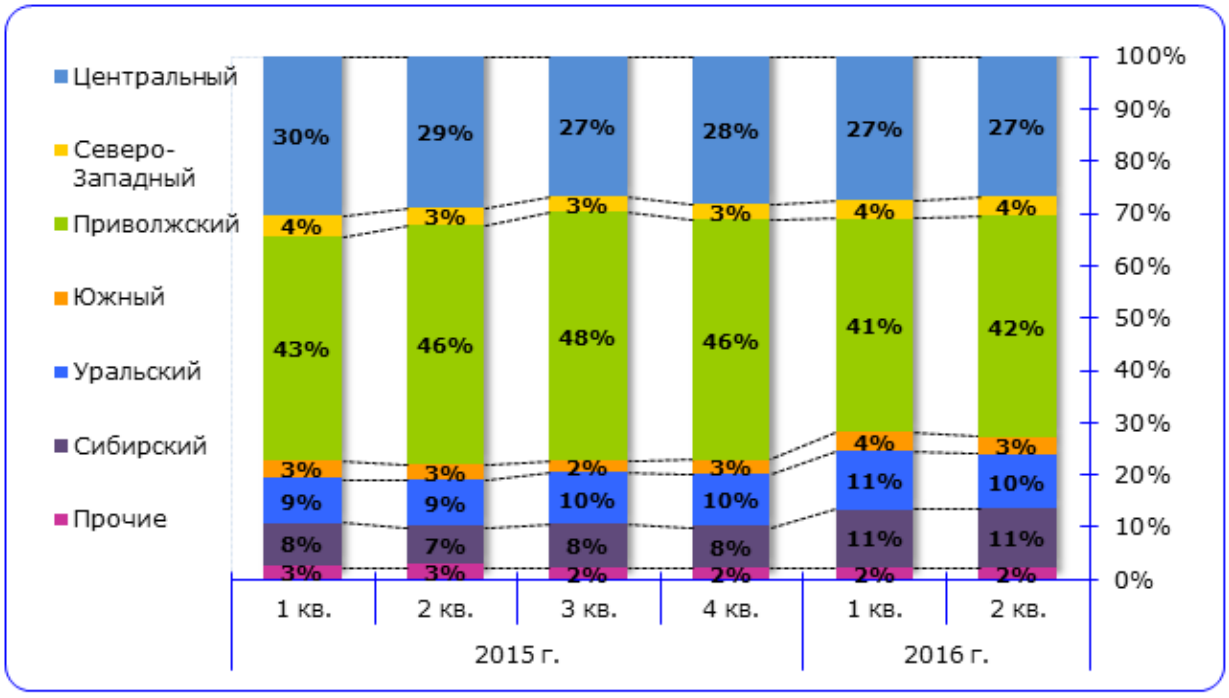
Диаграмма 3. Структура производства майонезов по товарным категориям РФ в 1 кв. 2015 г. – 2 кв. 2016 г., в натурном выражении

Основные производители майонеза

В числе важнейших производителей отрасли можно выделить ГК «НМЖК», ГК «Эфко», Холдинг «Солнечные продукты», ЗАО «Эссен Продакшн АГ», и др. Еще один крупный игрок — компания «Русагро» — заявляет о намерении расширения занимаемой на рынке доле путем приобретения актива в Центральном федеральном округе с целью производства майонезов и соусов под брендом «Мечта Хозяйки».

Объем производства майонеза по округам

Наибольший объем производства среди всех федеральных округов приходится на Приволжский федеральный округ: во 2 кв. 2016 года там было произведено 88,8 тыс. тонн майонезов, что составляет 42% от совокупного объема. На втором месте с долей 27% находится Центральный федеральный округ, на третьем месте — Сибирский федеральный округ с долей 11%. В совокупности на данные федеральные округа приходится 80% от российского объема производства в 1 кв. 2016 года, — примерно столько же, сколько и на протяжении последнего года. Обращает на себя внимание сокращение доли Приволжского федерального округа на 4 п.п. за последние 2 квартала, что показывает отстающие производственные показатели лидеров, располагающихся в данном округе, от своих конкурентов.



Источник: данные Росстата, аналитика IndexBox

Диаграмма 4. Структура производства майонезов по федеральным округа РФ в 1 кв. 2015 г. – 2 кв.2016 г., в натуральном выражении

Прогнозы

В среднесрочной перспективе влияние на развитие отрасли будут оказывать восстановительные процессы в экономике, которые приведут к росту инвестиционной активности и рентабельности предприятий, оживлению потребительского спроса. Кроме того, совокупность мероприятий по развитию агропромышленного комплекса, реализуемых Правительством Российской Федерации в последние годы, будут способствовать интенсификации производства, улучшению количественных и качественных показателей отрасли, что, в свою очередь, отразится на конкурентоспособности продукции для обеспечения населения качественной линейкой продовольственных товаров и будет способствовать выходу отечественной продукции на зарубежные рынки сбыта.

Российский рынок майонезов

В России майонез очень популярен, он входит в рацион **90% российских семей**, **потребление этого продукта на душу населения составляет 4,3 кг**, тогда как в странах Европы. например, в Германии каждый житель за год съедает только 1 кг этого продукта.

Более 500 000 тонн или 30 млрд. рублей **14% доля российского рынка майонеза** в общем объеме мировых продаж майонеза (Россия уступает по объему лишь рынку США).

Структура спроса на майонез меняется: россияне все чаще отказываются от дешевых сортов в пользу более дорогих и качественных. Во-вторых, сказываются последствия кампании по борьбе с чрезмерным потреблением продуктов, содержащих холестерин, в результате которой покупатели стараются сбалансировать свой рацион. Наконец, **майонез постепенно вытесняет из потребительской корзины сметану**. Кроме того, многие производители майонеза стремятся к диверсификации и вводят в ассортимент соусы.

На долю отечественных производителей приходится наибольший объем рынка майонеза — **92% в объемном выражении** и 90% в стоимостном, и это соотношение остается стабильным.

В России майонез выпускает **около 38 предприятий**. На долю пятерки крупнейших производителей — Unilever, НМЖК, «Солнечные продукты», «Эссен продакшн АГ», «Эфко» — приходится **62,7% рынка** в стоимостном выражении и **63,8% в натуральном**.

<u>Десятка сильнейших 65% продаж в рознице, по данным AC Nielsen, приходится на 10 марок майонеза:</u>

- MR. RICCO (Казанский ЖК),
- «Ласка» (Казанский ЖК),
- «Махеев» («Эссен Продакшен»),
- «Московский провансаль» («Солнечные продукты»),
- «Сдобри» (НМЖК),

- «Слобода» («Эфко»),
- «Провансаль» («Русагро»),
- «Ряба» (НМЖК),
- «Скит» («Скит»),
- «Янта» («Янта ГП»).

Доля рынка по производителям

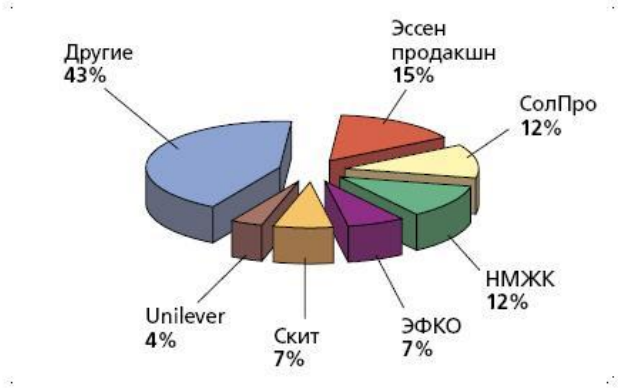


Диаграмма 5. Доли рынка производителей майонеза

На российском рынке майонеза все время **усиливают свои позиции региональные предприятия**, при этом доля крупных федеральных производителей сокращается. В этом году они контролируют только половину рынка, тогда как еще в 2004 году их доля достигала 87%.

Из-за насыщения отечественного рынка российские производители начинают экспортировать майонез в страны СНГ — Unilever (бренд Calve), «Эссен Продакшн АГ» (бренд «Махеевъ»), «Нижегородский Масло-Жировой Комбинат» (бренд «Ряба») продают его в Беларуси и Украине. Правда, в общем объеме продаж каждого производителя на экспорт приходится лишь 5-10%. Доля отгрузок в регионы России составляет 95%, **на экспорт уходит 5%** от общего объема производства, Помимо наращивания экспортных поставок производители майонеза расширяют ассортимент нишевой продукцией, способной привлечь новых потребителей.

Кроме того, из-за высокой конкуренции на рынке многие производители диверсифицируют линейку кетчупами, соусами, салатными заправками.

Таблица 2. Каналы сбыта майонеза

Канал дистрибуции	**Доля, %**
Рынки	22%
Павильоны	13%
Магазины	30%

Сети	35%
Итого	**100%**

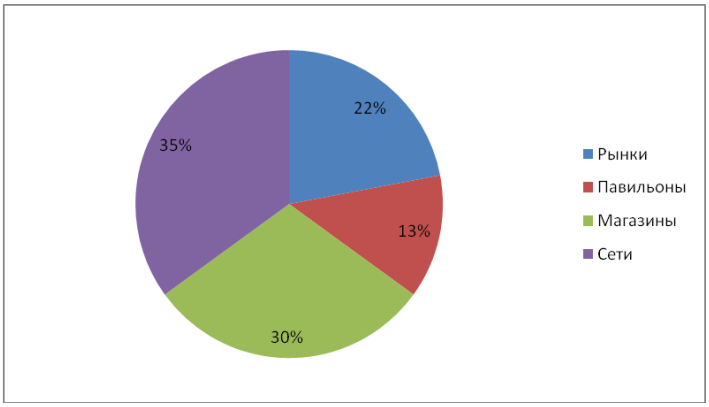


Диаграмма 6. Структура продаж майонеза

Диаграмма 7. Структура потребления майонеза

Тенденции рынка:

Потребительские предпочтения:

Лидер по продажам — это майонез «провансаль» с долей рынка 66,3% в натуральном выражении. Второе место занимает вкус «оливковый» (19,4% рынка), а на долю майонезов со вкусами приходится 8,7%. При этом половина продаж майонезов со вкусами приходится на майонез с лимонным вкусом.

Рост цен:

Майонез подорожал на 11,7% за последний год из-за роста цен на растительное масло, которое занимает в себестоимости майонеза около 50%. По итогам прошлого года рынок майонеза вырос в денежном выражении на 10%.

Сезонность:

В сезон новогодних праздников прирост продаж майонеза составляет порядка 6-8% относительно других периодов. А в июле-сентябре происходит спад производства масложировой продукции из-за снижения предложения растительного масла.

Дой-пак:

С июня 2014 по июнь 2016 гг. укрепила свои лидерские позиции на рынке майонезов продукция в упаковке дой-пак — ее доля выросла на 7%, до 55%. Это самая популярная и удобная упаковка — пластиковый пакет с крышечкой дозатором.

Меньше калорий:

Будущее рынка связанно с развитием новых продуктовых направлений, например, легкий майонез. Эту мысль подтверждают данные розничного анализа AC Nielsen: за год доля продаж майонеза жирностью более 55% снизилась с 67% до 65%, а легкого (жирностью менее 40%) выросла с 22% до 24%.

Мало private label:

Пока доля частных марок занимает 2% продаж всей майонезной продукции в объемном выражении, однако, будущее за майонезом под частными марками.

РЫНОК МАЙОНЕЗОВ ВЛАДИМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В ходе мониторинга по Владимиру, были выявлены следующие марки майонеза: Ряба, Нежный, Сдобри, Calve, Махеевъ, Скит, Ласка, Mr.Ricco, Московский провансаль, Слобода. На рынке лидирует **НМЖК** с ТМ : Ряба, Сдобри, Нежный - 100% ТТ, второе место по представленности: **ЗАО "ЭССЕН ПРОДАКШН АГ"** с ТМ: Махеевъ - 70%, третье место принадлежит **Unilever** с ТМ Calve - 40% ТТ, примерно одинаковая представленность у **ОАО "ЭФКО"** - ТМ Слобода, **СКИТ**, **КЖК** - ТМ "Mr.Ricco", Ласка, **ОАО "МЖК"** - ТМ Московский Провансаль, на них приходится доля 15-20% ТТ.

Таблица 3. Ценовое позиционирование ТМ майонеза

ТМ	Цена на полке (250г.), руб./шт.	Представленность, %
Ряба	25,00	100
Сдобри	23,00	90
Нежный	15,00	90
Махеев	22,00	70
Calve	28,20	40
Скит	30,00	35
Mr.Ricco	33,00	15
Слобода	32,00	15

Основные параметры рынка:

- Общая клиентская база по майонезам по Владимирской области области составляет более **2000 торговых точек**.
- Средние продажи в месяц на ТТ составляют **60 кг.**
- Цена за 1 кг (для магазина) составляет **82 руб.**
- Средняя наценка от **13 до 17%.**

Таблица 4. SWOT-анализ работы по майонезам

Сильные стороны	**Слабые стороны**
- Сезон приходится на осенне-зимний период; - Высокая оборачиваемость по продукту; - Большая емкость рыка; - Ежегодный прирост потребления; - Рекламная поддержка производителя; - Не требуется специальное оборудование; - Загрузка а/м в не сезон; - Высокая рентабельность бизнеса; - Возможность расширяться, увеличивать объем производства;	- Высокая конкуренция - Выстроенная система дистрибуторов - Закупка «на сливах», у оптовиков - Короткая отсрочка по оплате - Низкая наценка - Высокая арендная плата; - Недостаточно рекламы в СМИ; - Высокая арендная плата; - Деление коробок для ТТ; - Дополнительные вложения; - Отсутствие складских площадей; - Затраты на доставку;
Возможности	**Угрозы**
- Дополнительный оборот и наценка в не сезон; - Привлечение новых клиентов; - Возможность входа в сети;	- Отвлечение оборотных средств на непрофильные группы; - Увеличение документооборота; - Повышение цен на расходные материалы, аренду.

ИССЛЕДОВАНИЕ ТОРГОВЫХ МАРОК МАЙОНЕЗА

Майонез является одним из самых популярных продуктов у россиян. Уровень массового потребления майонеза в нашей стране неизменно высок и увеличивается с каждым годом. Тем не менее, прогнозы развития этого сегмента масложирового рынка неоднозначны.

Майонез всегда считался традиционным для нашей страны продуктом. По статистике, майонез входит в рацион 92% российских семей. В отдельных регионах России этот показатель достигает 98%.

На данный момент в России функционирует около 80 специализированных масложировых предприятий. В целом рынок майонеза имеет общие черты с рынком растительного масла, в том числе и по составу игроков. Важным отличием майонеза от масла как продукта является его сложный состав, определяемый рецептурой. На рынке Владимирской области преобладает 6 марок майонеза.

Таблица 5. Торговые марки майонеза

Марка майонеза	**Основная информация**
1. Майонез «Махеевъ»	«Махеевъ» – это широкая линейка продуктов соответствующая принципу «цена-качество». Продукция, выпускаемая под этой торговой маркой, произведена из самых высококачественных ингредиентов. ЗАО «Эссен продакшн АГ» – лидер среди заводов-производителей по выпуску майонеза в России. На сегодняшний день дистрибьюторская сеть компании охватывает порядка 80 регионов России, стран ближнего и дальнего зарубежья.

2. Майонез «Слобода»	Майонез «Слобода»: • исключительно натуральные компоненты все ингредиенты проходят ОРГАНИК-КОНТРОЛЬ; • не содержит искусственных консервантов, красителей и ароматизаторов питательный, высококалорийный вкус классического провансаля; • жирность–67%; • отсутствие ГМО. Рецептура майонеза «Слобода» Провансаль полностью соответствует требованиям ГОСТ 30004.1-93. Вы можете выбрать в магазине удобную для Вас по типу и весу упаковку майонеза «Слобода»: • сашет, 150 мл; • дойпак с угловым дозатором, 200 мл; • дойпак без дозатора, 250 мл; • дойпак с угловым дозатором, 250 мл; • дойпак с дозатором, 500 мл; • дойпак с дозатором, 800 мл; • ведро 900 мл.
3. Майонез «Балтимор»	Майонезы Балтимор — это замечательный вкус, густая консистенция и традиционно высокое качество продуктов Балтимор. Благодаря этим характеристикам новый майонез по достоинству оценит любая хозяйка, ведь он отлично подойдет к любому блюду и по-настоящему порадует всех членов семьи. В линейке майонезов Балтимор представлены самые популярные вкусы: «Провансаль» — для тех, кому важно постоянство и традиции домашней кулинарии, и «Оливковый» — для ценителей оригинальных вкусов.
4. Майонез «Ряба»	1. Майонез РЯБА® - это высококачественный продукт на основе солнечных желтков. Контроль качества осуществляется на всех стадиях производства - от выбора ингредиентов до выпуска готовой продукции. 2. Майонез РЯБА® входит в пятерку лидеров по потреблению на рынке майонезов России. 3. Уже 10 лет майонез РЯБА® присутствует на российском рынке - покупатели любят и хорошо знают эту торговую марку. 4. Майонез РЯБА® имеет активную рекламную и маркетинговую поддержку. 5. Под маркой РЯБА® предлагаются следующие виды майонеза: Провансаль, Провансаль Оливковый, Золотой, Легкий и новинка - майонез Провансаль с лимонным соком. 6. Основное достоинство майонеза Провасаль с лимонным соком РЯБА® - полная замена уксуса натуральным лимонным соком. Лимонная нота во вкусе - легкая и свежая, что позволяет майонезу быть универсальным в применении. 7. Майонез РЯБА® - это отличная приправа для салатов, супов, закусок и бутербродов.

	8. Майонез РЯБА® выпускается в пяти видах функциональной упаковки: устойчивом пакете с дозатором 500 и 250 г, стеклобанке Твист Офф 500 г, устойчивом пакете 150 г, пластиковом ведре 900 г.
5. Майонез «Calve»	Майонез Calve приготовлен из простых натуральных ингредиентов: жидкого яичного желтка, растительного масла и др. При этом использование свежего яичного желтка свидетельствует о высоком качестве майонеза и тщательно отлаженной технологии его производства, поскольку натуральный желток требует особых условий хранения и транспортировки. Из всех продуктов жидкий желток куриного яйца – самый богатый источник холина, необходимого для нормальной деятельности нервной и сердечно-сосудистой систем. Также в состав желтка входит мелатонин играющий важную роль в процессах омоложения: он нужен для построения новых клеток. Кроме того, яичный желток полезен для зрения благодаря содержанию лютеина. Исследования показывают, что у людей, употребляющих желток каждый день, снижается риск развития катаракты, вызванной недостатком лютеина. В среднем доля витаминов и микроэлементов в одном желтке составляет 4–6 % от рекомендуемой суточной нормы (РСН), но выделяется высокое содержание витамина B12 (8 % от РСН), фосфора (8 % от РСН) и селена (17 % от РСН). Кроме того, желток богат витаминами B1, B2, D, E, PP, а также содержит каротин, из которого образуется витамин А. Жидкий яичный желток усваивается организмом в любом виде. Компания ООО «Юнилевер Русь», производитель майонеза Calve, работает только с проверенными поставщиками яичного желтка, и весь процесс производства осуществляется под строгим контролем профессионалов. Поэтому вы можете доверять качеству майонеза Calve!
6. Майонез «Нежный»	1. Майонез НЕЖНЫЙ® - это оптимальное сочетание цены и качества. 2. Красочный, современный и аппетитный дизайн упаковки выделяет НЕЖНЫЙ® на полке среди конкурентов. 3. Майонез НЕЖНЫЙ® уже заслужил доверие покупателей, поэтому спрос на него стабильно растет. 4. Под торговой маркой НЕЖНЫЙ® выпускаются самые популярные виды майонеза: Майонез «Нежный» - майонез с традиционным вкусом для универсального применения. Майонез «Нежный Оливковый» - майонез с ярко выраженной оливковой нотой - прекрасно дополнит салаты, закуски и бутерброды.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

На основе имеющихся данных проведем конкурентный анализ производителей майонеза (см. таблица 6).

Таблица 6 – Сравнительный анализ фирм-производителей майонеза

Название компании	Основная информация	Положительные черты	Отрицательные черты
1. ЗАО «Эссен продакшн АГ» Продукция: майонез «Махеевъ»	ЗАО «Эссен продакшн АГ» (ЗАО "ESSEN PRODUCTION AG") - группа предприятий в сфере производства и торговли продуктами питания. ЗАО «Эссен продакшн АГ» было основано в сентябре 2001 года, путем слияния существовавших с 1998 года ЧП Барышев и ЧП Махеев. Производственный комплекс компании включает цеха по производству: - масложировой продукции (майонез, маргарин, спреды); - продуктов быстрого приготовления (лапша, каши, картофельное пюре); - специй, томатной продукции (кетчупы, соусы). В ассортименте компании более 80 наименований продукции, выпускаемой под торговыми марками «Махеевъ», «Еда без труда», «Ориент Экспресс». Приоритетным направлением развития	Производственный комплекс заводов оснащен высокотехнологичным немецким оборудованием фирмы «STEPHAN», испанским фасовочным оборудованием Volpak, Bossar, что позволяет выпускать продукцию, полностью соответствующую мировым стандартам качества. Оптимальное соотношение цены и качества, уникальных вкусовых характеристик и масштабной рекламной кампании.	В составе майонеза присутствуют ГМО

	бизнеса является производство майонеза под торговой маркой «Махеевъ».		
2. ОАО «ЭФКО» Продукция: майонез «Слобода»	Группа компаний ЭФКО - одна из лидеров российской масложировой отрасли, история которой начинается с 1994 г. ЭФКО производит масло, майонезы под торговыми марками "Слобода" и "Altero", а также промышленные пищевые жиры.	Широкий ассортимент масложировой продукции, сильные торговые марки, высокий технологический уровень производства, собственная сеть дистрибуции, которая насчитывает 9 торговых домов и обеспечивает присутствие продуктов ГК ЭФКО в торговых точках во всех регионах России.	Низкое качество продукции .
3. ООО «Юнилевер» Продукция: майонез «Балтимор», «Calve»	ООО "Юнилевер СНГ" - мировой лидер в производстве товаров народного потребления. Компания известна своими марками, такими как "Dove", "Sunsilk", "Timotei", "Lipton", "Brook bond", "Knorr" и др. На российском рынке ООО "Юнилевер СНГ" существует уже более 15 лет. ООО "Юнилевер СНГ" принадлежат 4 производства на территории РФ, которые модернизированы и отвечают высоким требованиям "Юнилевер" к качеству своей продукции. За последние 5 лет компания продемонстрировала средний показатель роста 20% в год. В настоящий момент самое пристальное внимание уделяется именно подразделению	Широкий ассортимент производимой продукции, высокотехнологичное оборудование, квалифицированные работники, качественное сырье.	Высокая цена. Майонез «Балтимор» мало популярен среди потребителей. Содержание ГМО

	"Юнилевер", действующему в России, на Украине и в Беларуси.		
4. ОАО «НМЖК» Продукция: майонез «Ряба», «Нежный»	Сегодня ОАО "Нижегородский масло-жировой комбинат" - крупнейший поставщик масложировой продукции на российский рынок , одно из ведущих предприятий масложировой отрасли России. Предприятие было основано в 1898 г. В состав "Нижегородского масло-жирового комбината" входят пять заводов и четырнадцать вспомогательных цехов. Продукция, выпускаемая ОАО "Нижегородский масло-жировой комбинат", хорошо известна в России и за ее пределами. Потребители ценят ее высокое качество и отличные вкусовые характеристики.	На предприятии внедрена система контроля качества на всех стадиях производства. Наличие специального оборудования и лабораторий позволяет контролировать показатели используемого сырья и осуществлять высокоэффективный менеджмент качества продукции в соответствии с требованиями стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2001. Разработку новых рецептур на ОАО "Нижегородский масло-жировой комбинат" осуществляет научно-исследовательский центр, оснащенный высокотехнологичными пилотными установками и оборудованием.	Узкий ассортимент производимой продукции

Таким образом, на основе выше приведенной таблицы, можно сказать, что самая популярная торговая марка «Махеевъ». Затем идут «Calve», «Балтимор», «Слобода», «Ряба», «Нежный» (см. таблицу 7).

Таблица 7. Основные производители майонеза

Производитель	**Торговые марки**	**Доля рынка**
ЗАО «Эссен продакшн АГ»	«Махеевъ»	17%
ООО «Юнилевер»	«Балтимор», «Calve»	15,3%
ООО «Скит»	«Скит»	14,7%
ОАО «ЭФКО»	«Слобода»	12,5%
ОАО «НМЖК»	«Ряба», «Нежный»	8,5%

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

Согласно результатам исследования, для владимирских потребителей майонеза основным критерием при выборе данного продукта является вкус – этот вариант ответа отметили 79% респондентов. Кроме того, немаловажную роль играют такие показатели, как срок годности продукта и соотношение цены и качества, – эти факторы указали по 44%россиян. Для 31% опрошенных обязательным условием при покупке майонеза является низкая цена.

Владимирские потребители в основном предпочитают майонез, изготовленный отечественными производителями, – данный фактор как наиболее значимый отметили 31% опрошенных. Для 11% потребителей важна высокая жирность, тогда как 10%, напротив, выбирают низкокалорийный майонез. Менее всего потребители обращают внимание на оформление упаковки и тип материала, из которого она изготовлена, – на каждый из этих вариантов приходится по 7% ответов. По мнению большинства респондентов, известность марки – так же, как и активная рекламная кампания – практически не влияют на выбор.

Доля активных потребителей майонеза, то есть тех, кто употребляет данный продукт практически каждый день, составляет 34%. От одного до трех раз в неделю его потребляют около 37% опрошенных. Несколько раз в месяц данный продукт используют 13% россиян. Только 7% от общего числа опрошенных ответили, что никогда не употребляют майонез.

Предпочтения потребителей майонеза по упаковке распределились следующим образом: на майонезе в стеклянной банке останавливают свой выбор 27% опрошенных, стоячий пакет "Дой-пак" и пластиковую банку выбирают соответственно 21 и 20% респондентов. Остальные типы упаковки востребованы в меньшей степени. Так, например, майонез в пластиковом ведерке и полиэтиленовом пакете-"подушке" покупают соответственно 13 и 12%опрошенных.

При ответе на вопрос о знании марок майонеза среди прочих довольно часто упоминались "Оливковый" и "Провансаль", при этом производитель не назывался, что демонстрирует высокую степень ориентации российских потребителей на тип продукта вне зависимости от марки.

Таким образом, можно отметить, что потребление майонеза во Владимирской области характеризуется региональными особенностями, прежде всего наличием большого количества местных производителей, известных только на территории конкретного региона. Ассортимент выпускаемой продукции постоянно расширяется, вместе с тем расширяется и сфера применения майонеза.

Потребители отдают предпочтение отечественным маркам, но вместе с тем они не очень хорошо ориентируются в представленных на рынке брэндах и не знают производителей, потому что основным критерием выбора для них служит тип майонеза – оливковый или провансаль. Кроме того, обязательным условием покупки майонеза является хороший вкус. Как показывают результаты фокус-групп, у российских потребителей происходит

переориентация на продукцию более низкой калорийности. Так, все чаще предпочтение отдается оливковому майонезу, который характеризуется мягким и нежным вкусом, является более питательным и полезным.

ИССЛЕДОВАНИЕ СЕГМЕНТАЦИИ

Сегментация на рынке майонеза и смежных с ним соусов в России до конца еще не обозначилась. Не совсем даже ясна категория, в которую майонез можно с полным правом отнести. Чаще всего аналитики включают этот продукт в раздел “соусы”, куда входят холодные, горячие соусы, заправки для салатов. Майонез и кетчуп, тем не менее, некоторые компании выносят за рамки категории, а соусами называют все продукты на основе майонеза и кетчупа. Но чаще всего аналитики не проводят четкой границы между соусами как таковыми, майонезами и кетчупами. В результате в статистических данных аналитических агентств в марках соусов часто лидируют именно марки майонезов.

Поскольку майонез считается повседневным продуктом, основная масса россиян переплачивать за него не решится. Таким образом, цена является для российского потребителя немаловажным фактором при выборе майонеза.

Важным критерием выбора для потребителей является жирность продукта. Большинство потребительских опросов показывают, что россияне предпочитают высококалорийную продукцию, об этом же свидетельствуют и результаты розничного аудита: в первом полугодии 2016 года из 62% общего объема продаж майонеза как в натуральном, так и в стоимостном выражениях 57% в натуральном выражении приходилось на майонез с 67%-ной жирностью.

Доля среднекалорийной продукции (до 55% жирности) составила 23,8% по объему и 27,6% по стоимости. Соответственно, оставшиеся 17% по объему и 12% по стоимости приходились на низкокалорийный сегмент.

Интересно, что многие потребители считают продукцию с низким содержанием жира менее качественной. Специалисты говорят о развитии этого сегмента в первую очередь в связи с необходимостью заботиться о здоровье. Но тем не менее, к низкокалорийному майонезу проявляется меньший интерес. Тот, кто действительно следит за калориями и своим весом, скорее всего в этом случае предпочтет отказаться от майонеза вообще. На выбор майонеза большую роль также оказывает реклама на телевидении и в СМИ. Меньшим спросом пользуются марки, совсем не рекламируемые в масс-медиа. Раскрученные бренды вызывают у россиян больше доверия и пользуются гораздо большим спросом.

Далеко не последнее место в числе критериев, влияющих на выбор покупателей, занимает оформление майонеза, т.е. упаковка. Данные аудита розничной торговли показывают, что среди множества разновидностей упаковок майонеза сейчас лидируют различного рода пакеты. Так называемые стоячие пакеты-«дой-пак» (без крышки и с крышкой) наиболее предпочтительны по сравнению с “пакетами-подушками”. Этот факт объясняется тем, что майонез в устойчивой упаковке, по мнению самих

респондентов, удобнее хранить (из пакетов-подушек соус может вытечь). Кроме того, наиболее привлекательным по соотношению “удобство-цена” покупатели считают “дой-пак” без крышки. Они считают, что стоячие пакеты с крышкой не намного практичней таких же пакетов без крышки, в восприятии опрошенных крышка увеличивает конечную стоимость самого продукта, к тому же, есть жалобы на неустойчивость упаковки майонеза с дозатором.

Кроме того, на российском рынке представлены майонезы в другой пластиковой и стеклянной упаковке: банке (в том числе с закручивающейся крышкой), ведре, бутылке, бидоне, в бумажном пакете и т.д. Таким образом, на майонез других видов упаковки приходится более 30% продаж

Сегментация на рынке майонеза по потребителю:

- по полу: майонез употребляется в пищу как женщинами, так и мужчинами;
- по возрасту: майонез употребляется в пищу людьми любого возраста, кроме детей до двух лет;
- по образованию: не имеет значения;
- социально-экономическая группа: дети дошкольного возраста, школьники, студенты, работающие, пенсионеры;
- по социальной роли: не имеет значения;
- по статусу: не имеет значения;
- по психологическому признаку: не имеет значения.

5. Производственный план.

Технология производства майонеза и соусов

Майонез производят двумя способами: периодическим и непрерывным.

Изготовление периодической технологией включает в себя такие шаги: - подготовка отдельных элементов структуры;

- подготовка майонезной пасты - растворение сухих элементов и смешивание их до гомогенного положения. Растворяют сухие элементы в двух смешивающих приборах: в первом - сухое молоко с горчичным порошком, а

во втором - порошок яичный. В первый доставляют воду с температурой 90-100 °С, смесь горчицы с сухим молоком.

- выдержка при температуре 90-95 °С около 20-25 мин с предстоящим охлаждением до 40-45 °С. Состав яичного порошка нагревают до 60-65 °С, удерживают 20-25 мин для пастеризации, а затем остужают до 30-40 °С. Далее составы из этих двух смешивающих приборах объединяют. Плотность сухих веществ для майонеза высокой калорийности должна составлять не менее 37-38%, а для остальных - 32-34%;

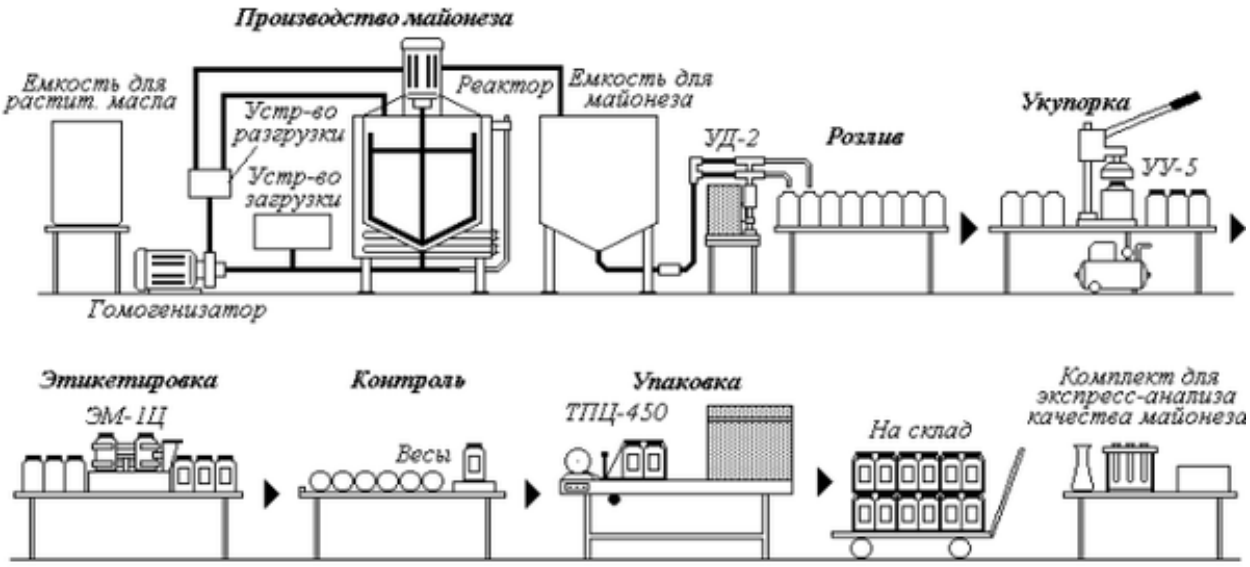
- готовка грубого состава майонезного соуса - осуществляется в крупных смесителях, которые оснащены метальными механизмами с малой частотой оборотов. В крупный смеситель добавляют пасту, масло растительное, раствор соли и уксуса или же иных кислот; гомогенизация жидкости в поршневых гомогенизаторах с определенным давлением, чтобы избежать расслоения приготовленной жидкости.

Бесперебойное изготовление майонезной продукции на самодействующей линии с использованием теплообменников типа вотатора заключается в следующих действиях: рецептурное дозирование всех элементов в подготовительной группе; смешивание элементов и образование майонезного состава в промежутке 15 мин, деаэрация майонезного состава; тепловая переработка в первых цилиндрах вотатора с температурой около 53-55°С; охлаждение состава во втором цилиндре вотатора до температуры около 15-20°С; гомогенизация майонезного состава в гомогенизаторе; фасовка и герметизация банок; упаковка продукта.

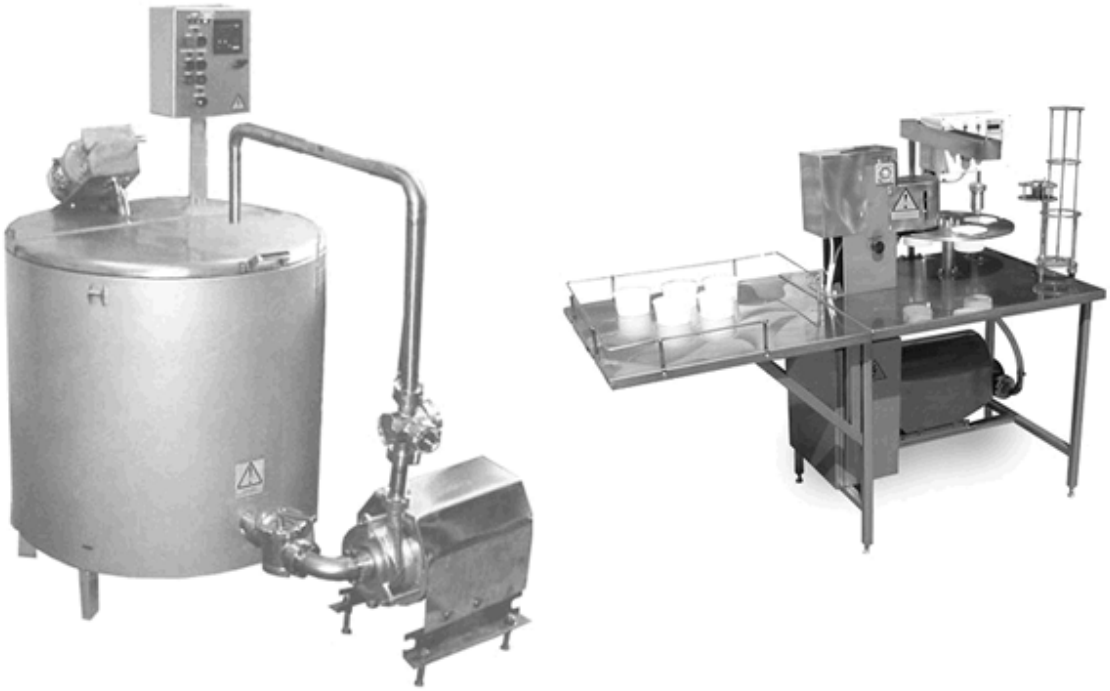
Оборудование для производства майонеза

Линия изготовления майонеза:

- Емкость - собирание растительного масла.
- Промежуточная емкость - сбор масла растительного перед слиянием.
- Гидродинамическое устройство - слияние, перемалывание, температурная переработка.
- Насос - снабжение растительным маслом.
- Промежуточная емкость - предназначен для сохранения продукта перед упаковкой.
- Винтовой насос - предназначен для подвода продукта на упаковку.
- Фасовочный автомат - упаковка продукции.



Технологическая схема производства майонеза



Общий вид технологического оборудования для производства майонезов и соусов

Общий вид технологического оборудования для производства майонезов и соусов

6. Календарный план.

Перечень основных этапов реализации проекта и потребность в финансовых ресурсах для их реализации.

Таблица 8. Календарный план основных мероприятий

№ пп	Наименование этапа проекта	Дата начала	Дата окончания	Стоимость этапа тыс.руб.
1	Поиск помещения	10.01.2021	31.01.2021	-
2	Заключение договоров поставки оборудования	10.01.2021	20.01.2021	2000
3	Монтаж оборудования и пусконаладочные работы	01.02.2021	14.02.2021	Включена в стоимость линий
4	Закупка сырья для производства	15.02.2021		500
5	Запуск производства и выпуск продукции	21.02.2021		-
Дата достижения плановой производственной мощности.		31.12.2021		

7. Финансовый план.

Финансовый план – план образования и распределения прибыли, а также планы денежных поступлений и выплат, ликвидности, расчетов и кредитный план предприятия

Для реализации проекта по организации производства майонеза и соусов в полном объеме необходимо осуществление инвестиций в размере 3000 тыс.руб.

Финансовые средства планируется направить на:

- *Приобретение технологической линии*
- *Пополнение оборотных средств*
- *Освоение дополнительных производственных площадей*

Финансовый план обобщает материалы, полученные в результате всей предыдущей работы и представить их в стоимостном выражении. В финансовой модели представлены:

- баланс денежных расходов и поступлений;
- отчет о прибылях и убытках;
- отчет о движении денежных средств;
- расчёт прибыли и рентабельности производства
- бюджет налоговых платежей.

Финансовая модель сформирована в электронном виде при использовании программного продукта Альт-Инвест 6.0

Основные показатели проекта		2017	2018	2019
Выручка (нетто)	тыс. руб.	**47 250**	**54 432**	**62 461**
Себестоимость	тыс. руб.	**38 997**	**44 855**	**51 402**
Валовая прибыль	тыс. руб.	**8 253**	**9 577**	**11 059**
Оплата административного и коммерческого персонала	тыс. руб.	**137**	**148**	**160**
Проценты	тыс. руб.	**84**	**66**	**46**
Прибыль (убыток) от операционной деятельности	тыс. руб.	**8 032**	**9 364**	**10 854**
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	**8 032**	**9 364**	**10 854**
Налог на прибыль	тыс. руб.	**2 835**	**3 266**	**3 748**
Чистая прибыль (убыток)	тыс. руб.	**5 197**	**6 098**	**7 106**

ИНВЕСТИЦИИ ПРОЕКТА		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Оборудование и другие активы								
Линия по производству майонеза								
величина платежей (с НДС)	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Майонез	ед.	75%	80%	85%	100%	100%	100%	
Соусы	ед.	75%	80%	85%	100%	100%	100%	
ОБЪЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ (в единицах)		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Майонез	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	***3 240 000***
Соусы	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	***3 240 000***
ЦЕНА РЕАЛИЗАЦИИ (за единицу, с НДС)		2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Майонез	тыс. руб.	0,050	0,054	0,058	0,063	0,068	0,073	
Соусы	тыс. руб.	0,055	0,059	0,064	0,069	0,075	0,081	
ДОХОДЫ ОТ ПРОДАЖ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Майонез	тыс. руб.	22 500	25 920	29 743	37 791	40 815	44 080	***200 849***
Соусы	тыс. руб.	24 750	28 512	32 718	41 570	44 896	48 488	***220 934***
= Итого	тыс. руб.	47 250	54 432	62 461	79 362	85 711	92 568	***421 783***
ОБЪЕМЫ ПРОИЗВОДСТВА (в единицах)		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Майонез								
план производства	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*
план реализации	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*
склад готовой продукции	ед.	0	0	0	0	0	0	
Соусы								
план производства	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*
план реализации	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*
склад готовой продукции	ед.	0	0	0	0	0	0	
РАСХОД СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ (в единицах)		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Майонез								
Сумма всех расходов на майонез	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*
Соусы								
Сумма всех расходов на соус	ед.	450 000	480 000	510 000	600 000	600 000	600 000	*3 240 000*

ЦЕНА СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ (за единицу, с НДС)		2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Майонез								
Сумма всех расходов на майонез	тыс. руб.	0,040	0,043	0,047	0,050	0,054	0,059	
Соусы								
Сумма всех расходов на соус	тыс. руб.	0,045	0,049	0,052	0,057	0,061	0,066	
ЗАТРАТЫ НА СЫРЬЕ И МАТЕРИАЛЫ		**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	***ИТОГО***
Майонез								
Сумма всех расходов на майонез	тыс. руб.	18 000	20 736	23 795	30 233	32 652	35 264	*160 679*
Соусы								
Сумма всех расходов на соус	тыс. руб.	20 250	23 328	26 769	34 012	36 733	39 672	*180 764*
= Итого	тыс. руб.	**38 250**	**44 064**	**50 563**	**64 245**	**69 385**	**74 936**	***341 443***
ПЕРСОНАЛ И ЗАРАБОТНАЯ ПЛАТА		**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	***ИТОГО***
Основной производственный персонал								
Мастер	тыс. руб.	360	389	420	453	490	529	*2 641*
Количество	чел.	3	3	3	3	3	3	
Месячный оклад	тыс. руб.	10,00	10,80	11,66	12,60	13,60	14,69	
Вспомогательный производственный персонал								
Водитель	тыс. руб.	120	130	140	151	163	176	*880*
Количество	чел.	1	1	1	1	1	1	
Месячный оклад	тыс. руб.	10,00	10,80	11,66	12,60	13,60	14,69	
Административный персонал								
Руководитель	тыс. руб.	120	130	140	151	163	176	*880*
Количество	чел.	1	1	1	1	1	1	
Месячный оклад	тыс. руб.	10,00	10,80	11,66	12,60	13,60	14,69	
= Итого	тыс. руб.	**600**	**648**	**700**	**756**	**816**	**882**	***4 402***
Начисленный ЕСН и страхование	тыс. руб.	**84**	**91**	**98**	**106**	**114**	**123**	***616***
Расходы на зарплату с учетом ЕСН и страхования	тыс. руб.	**684**	**739**	**798**	**862**	**931**	**1 005**	***5 018***
Общая численность персонала	*чел.*	*5*	*5*	*5*	*5*	*5*	*5*	
ТЕКУЩИЕ ЗАТРАТЫ		**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	***ИТОГО***
Прямые производственные расходы								
Расходы на материалы и комплектующие	тыс. руб.	38 250	44 064	50 563	64 245	69 385	74 936	*341 443*

Зарплата основного производственного персонала	тыс. руб.	360	389	420	453	490	529	*2 641*
ЕСН на зарплату основного произв. персонала	тыс. руб.	50	54	59	63	69	74	*370*
Зарплата вспомогательного произв. персонала	тыс. руб.	120	130	140	151	163	176	*880*
ЕСН на зарплату вспомогательного произв. персонала	тыс. руб.	17	18	20	21	23	25	*123*
Амортизация	тыс. руб.	200	200	200	200	200	0	*1 000*
Зарплата административного персонала	тыс. руб.	120	130	140	151	163	176	*880*
ЕСН на зарплату административного персонала	тыс. руб.	17	18	20	21	23	25	*123*
= Итого: затраты в отчете о прибылях и убытках	тыс. руб.	**39 134**	**45 003**	**51 561**	**65 307**	**70 516**	**75 941**	***347 461***
= Итого: оплата текущих расходов	тыс. руб.	**38 934**	**44 803**	**51 361**	**65 107**	**70 316**	**75 941**	***346 461***
КРЕДИТЫ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Новые кредиты								
Наименование								
Тип кредита	*Инвестиционный кредит*							
Валюта кредита	тыс. руб.							
Годовая процентная ставка		10%	10%	10%	10%	10%	10%	
Поступление денег от кредита	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
Погашение основного долга	тыс. руб.	164	180	198	218	240	0	*1 000*
Выплаченные проценты	тыс. руб.	84	66	46	24	0	0	*219*
Задолженность на конец текущего периода	тыс. руб.	836	656	458	240	0	0	
= Итого: Поступления от кредитов	тыс. руб.	**1 000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	***1 000***
= Итого: Погашение кредитов	тыс. руб.	**164**	**180**	**198**	**218**	**240**	**0**	***1 000***
= Итого: Выплата процентов	тыс. руб.	**84**	**66**	**46**	**24**	**0**	**0**	***219***
= Итого: Задолженность по кредитам	тыс. руб.	**836**	**656**	**458**	**240**	**0**	**0**	
СВОДНЫЙ ОТЧЕТ ОБ ИНВЕСТИЦИЯХ В ПРОЕКТ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Потребность в инвестициях	тыс. руб.	**245**	**-111**	**-124**	**-258**	**-100**	**-108**	***-456***
Инвестиции в оборудование и прочие активы	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
Прирост чистого оборотного капитала	тыс. руб.	-755	-111	-124	-258	-100	-108	*-1 456*
Привлечение финансирования	тыс. руб.	**1 000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	***1 000***

Поступление денег от кредита	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
Возврат финансирования	тыс. руб.	**247**	**246**	**244**	**242**	**240**	**0**	***1 219***
Выплаченные проценты	тыс. руб.	84	66	46	24	0	0	*219*
Возврат кредитов	тыс. руб.	164	180	198	218	240	0	*1 000*
Справка: Остаток средств на счете (текущий проект)	*тыс. руб.*	*5 988*	*12 217*	*19 450*	*28 959*	*39 071*	*50 252*	
Минимальный остаток средств на счете	*тыс. руб.*							
ОТЧЕТ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Выручка (нетто)	тыс. руб.	**47 250**	**54 432**	**62 461**	**79 362**	**85 711**	**92 568**	***421 783***
Себестоимость	тыс. руб.	**38 997**	**44 855**	**51 402**	**65 135**	**70 329**	**75 740**	***346 458***
Валовая прибыль	тыс. руб.	**8 253**	**9 577**	**11 059**	**14 227**	**15 381**	**16 828**	***75 325***
Оплата административного и коммерческого персонала	тыс. руб.	137	148	160	172	186	201	*1 004*
Проценты	тыс. руб.	84	66	46	24	0	0	*219*
Прибыль (убыток) от операционной деятельности	тыс. руб.	**8 032**	**9 364**	**10 854**	**14 031**	**15 195**	**16 627**	***74 103***
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	**8 032**	**9 364**	**10 854**	**14 031**	**15 195**	**16 627**	***74 103***
Налог на прибыль	тыс. руб.	2 835	3 266	3 748	4 762	5 143	5 554	*25 307*
Чистая прибыль (убыток)	тыс. руб.	**5 197**	**6 098**	**7 106**	**9 269**	**10 053**	**11 073**	***48 796***
ПРИЛОЖЕНИЕ К ОТЧЕТУ О ПРИБЫЛЯХ И УБЫТКАХ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Прибыль до налога, процентов и амортизации (EBITDA)	тыс. руб.	8 316	9 629	11 099	14 255	15 395	16 627	*75 322*
Прибыль до процентов и налога (EBIT)	тыс. руб.	8 116	9 429	10 899	14 055	15 195	16 627	*74 322*
Посленалоговая операционная прибыль (NOPLAT)	тыс. руб.	5 197	6 098	7 106	9 269	10 053	11 073	*48 796*
ОТЧЕТ О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Поступления от продаж	тыс. руб.	47 250	54 432	62 461	79 362	85 711	92 568	*421 783*
Затраты на материалы и комплектующие	тыс. руб.	-38 250	-44 064	-50 563	-64 245	-69 385	-74 936	*-341 443*
Зарплата	тыс. руб.	-600	-648	-700	-756	-816	-882	*-4 402*
Налоги	тыс. руб.	-2 919	-3 357	-3 846	-4 868	-5 257	-5 677	*-25 923*
Выплата процентов по кредитам	тыс. руб.	-84	-66	-46	-24	0	0	*-219*
Денежные потоки от операционной деятельности	тыс. руб.	**5 397**	**6 298**	**7 306**	**9 469**	**10 253**	**11 073**	***49 796***

Инвестиции в оборудование и прочие активы	тыс. руб.	-1 000	0	0	0	0	0	*-1 000*
Прирост чистого оборотного капитала	тыс. руб.	755	111	124	258	100	108	*1 456*
Денежные потоки от инвестиционной деятельности	тыс. руб.	**-245**	**111**	**124**	**258**	**100**	**108**	***456***
Поступления кредитов	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
Возврат кредитов	тыс. руб.	-164	-180	-198	-218	-240	0	*-1 000*
Денежные потоки от финансовой деятельности	тыс. руб.	**836**	**-180**	**-198**	**-218**	**-240**	**0**	***0***
Суммарный денежный поток за период	тыс. руб.	5 988	6 229	7 232	9 509	10 113	11 181	*50 252*
Денежные средства на начало периода	тыс. руб.	0	5 988	12 217	19 450	28 959	39 071	
Денежные средства на конец периода	тыс. руб.	**5 988**	**12 217**	**19 450**	**28 959**	**39 071**	**50 252**	
ПОКАЗАТЕЛИ ФИНАНСОВОЙ СОСТОЯТЕЛЬНОСТИ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	
Рентабельность активов	%	153,1%	62,2%	43,5%	37,8%	29,5%	22,0%	
Рентабельность собственного капитала	%	200,0%	73,9%	47,9%	40,2%	30,7%	22,7%	
Рентабельность внеоборотных активов	%	1299,3%	871,1%	1421,2%	3089,7%	-	-	
Прямые расходы к выручке от реализации	%	82,5%	82,4%	82,3%	82,1%	82,1%	81,8%	
Прибыльность продаж	%	11,0%	11,2%	11,4%	11,7%	11,7%	12,0%	
Доля постоянных затрат	%	2,5%	2,2%	2,0%	1,7%	1,6%	1,3%	
Точка безубыточности	тыс. руб.	5 024	5 233	5 453	5 689	5 936	5 276	
"Запас прочности"	%	89,4%	90,4%	91,3%	92,8%	93,1%	94,3%	
Рентабельность по EBITDA	%	21%	21%	22%	22%	22%	22%	
Рентабельность по EBIT	%	21%	21%	21%	22%	22%	22%	
Рентабельность по чистой прибыли	%	13%	14%	14%	14%	14%	15%	
Эффективная ставка налога на прибыль	%	35,3%	34,9%	34,5%	33,9%	33,8%	33,4%	
Коэффициент общей ликвидности	разы	7,93	14,11	19,63	23,20	28,98	34,51	
Чистый оборотный капитал	тыс. руб.	5 234	11 351	18 459	27 710	37 723	48 796	
Коэффициент общей платежеспособности	разы	0,77	0,88	0,93	0,95	0,97	0,97	
Коэффициент автономии	разы	3,27	7,42	12,70	18,59	27,98	33,51	
Доля долгосрочных кредитов в валюте баланса	%	12%	5%	2%	1%	0%	0%	
Общий коэффициент покрытия долга	разы	25,20	26,34	30,64	40,29	43,17	###########	
Покрытие процентов по кредитам	разы	97,06	143,73	238,07	586,07	###########	###########	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОЛНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ЗАТРАТ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Годовая ставка дисконтирования:	%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	

Чистый денежный поток	тыс. руб.	5 236	6 475	7 476	9 751	10 353	9 725	*49 015*
Дисконтированный чистый денежный поток	тыс. руб.	5 236	5 180	4 785	4 993	4 240	3 187	*27 620*
Дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс. руб.	5 236	10 416	15 200	20 193	24 433	27 620	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЛЯ СОБСТВЕННОГО КАПИТАЛА		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Годовая ставка дисконтирования:	%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Чистый денежный поток	тыс. руб.	5 988	6 229	7 232	9 509	10 113	9 725	*48 796*
Дисконтированный чистый денежный поток	тыс. руб.	5 988	4 983	4 629	4 869	4 142	3 187	*27 797*
Дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс. руб.	5 988	10 972	15 600	20 469	24 611	27 797	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЛЯ БАНКА		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Годовая ставка дисконтирования:	%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Чистый денежный поток	тыс. руб.	5 236	6 475	7 476	9 751	10 353	11 181	*50 471*
Дисконтированный чистый денежный поток	тыс. руб.	5 236	5 180	4 785	4 993	4 240	3 664	*28 097*
Дисконтированный поток нарастающим итогом	тыс. руб.	5 236	10 416	15 200	20 193	24 433	28 097	
БЮДЖЕТНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Ставка налога на доходы физических лиц	тыс. руб.	78	84	91	98	106	115	*572*
Налоговые поступления в федеральный бюджет	тыс. руб.	2 997	3 441	3 937	4 966	5 363	5 792	*26 495*
Доходы бюджетов								
Суммарные денежные потоки федерального бюджета	тыс. руб.	2 997	3 441	3 937	4 966	5 363	5 792	*26 495*
Годовая ставка дисконтирования:	%	25%	25%	25%	25%	25%	25%	
Дисконтированные потоки федерального бюджета		2 997	2 753	2 519	2 542	2 197	1 898	*14 906*
ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА		2017	2018	2019	2020	2021	2022	*ИТОГО*
Выручка от реализации (без НДС)	тыс. руб.	47 250	54 432	62 461	79 362	85 711	92 568	*421 783*
Затраты на производство (без НДС)	тыс. руб.	39 418	45 268	51 807	65 531	70 716	75 941	*348 680*
Прибыль до налога, процентов и амортизации (EBITDA)	тыс. руб.	8 316	9 629	11 099	14 255	15 395	16 627	*75 322*
Прибыль до процентов и налога (EBIT)	тыс. руб.	8 116	9 429	10 899	14 055	15 195	16 627	*74 322*
Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	8 032	9 364	10 854	14 031	15 195	16 627	*74 103*
Чистая прибыль (убыток)	тыс. руб.	5 197	6 098	7 106	9 269	10 053	11 073	*48 796*

Нераспределенная прибыль (за период)	тыс. руб.	5 197	6 098	7 106	9 269	10 053	11 073	*48 796*
Инвестции во внеоборотные активы	тыс. руб.	-1 000	0	0	0	0	0	*-1 000*
Инвестиции в оборотный капитал	тыс. руб.	755	111	124	258	100	108	*1 456*
Собственные средства и целевое финансирование	тыс. руб.	0	0	0	0	0	0	*0*
Привлечение кредитов	тыс. руб.	1 000	0	0	0	0	0	*1 000*
Погашение кредитов	тыс. руб.	-164	-180	-198	-218	-240	0	*-1 000*
Выплата процентов по кредитам	тыс. руб.	-84	-66	-46	-24	0	0	*-219*
Суммарный денежный поток за период	тыс. руб.	5 988	6 229	7 232	9 509	10 113	11 181	*50 252*
Денежные средства на начало периода	тыс. руб.	0	5 988	12 217	19 450	28 959	39 071	
Денежные средства на конец периода	тыс. руб.	5 988	12 217	19 450	28 959	39 071	50 252	

График 1. Выручка

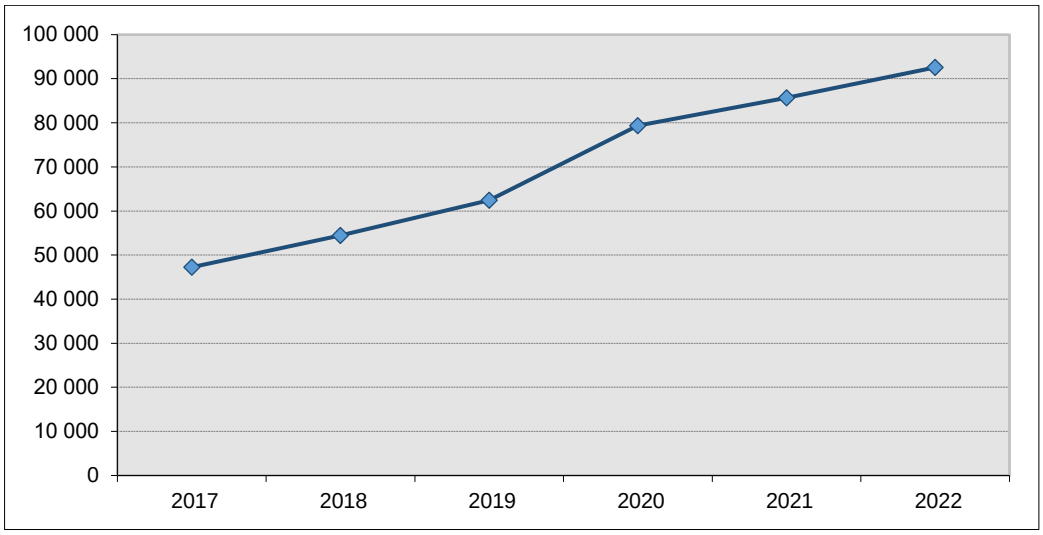


График 2. Чистая прибыль

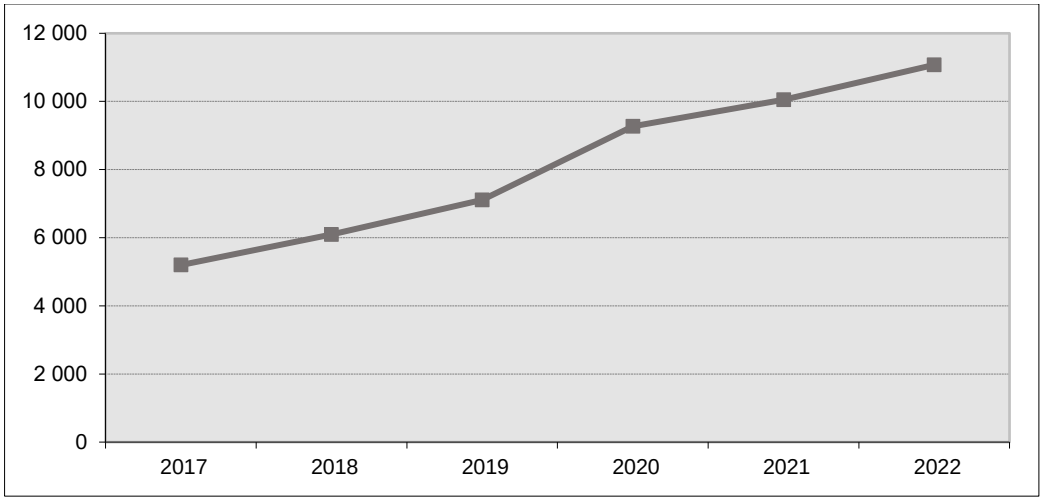


График 3. EBITDA

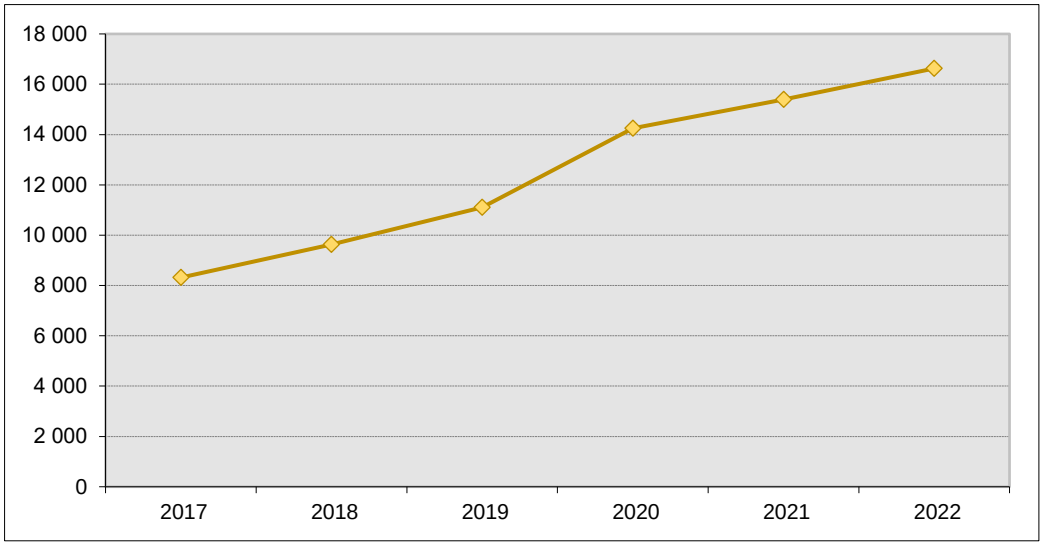


График 4. Движение денежных средств

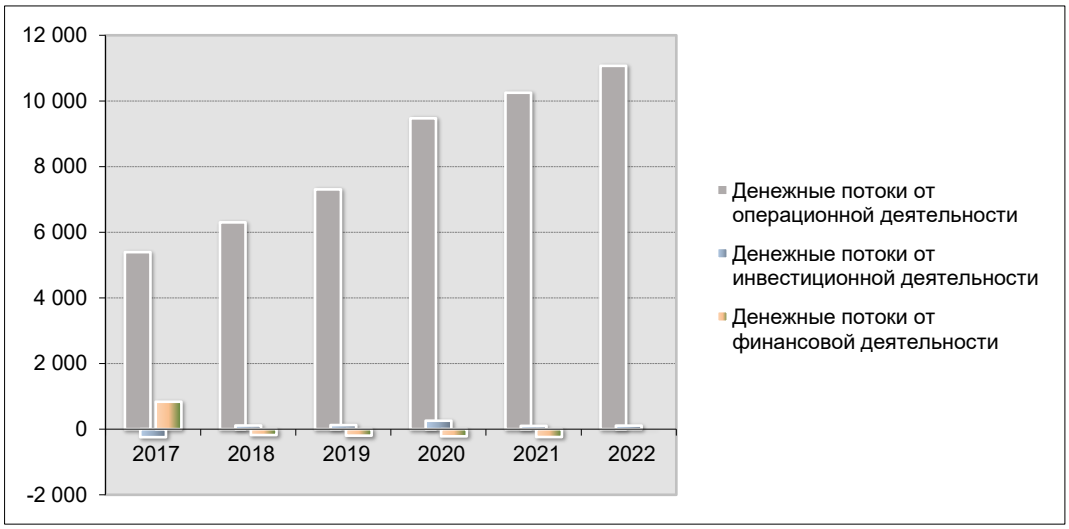


График 5. Движение денег по кредитам

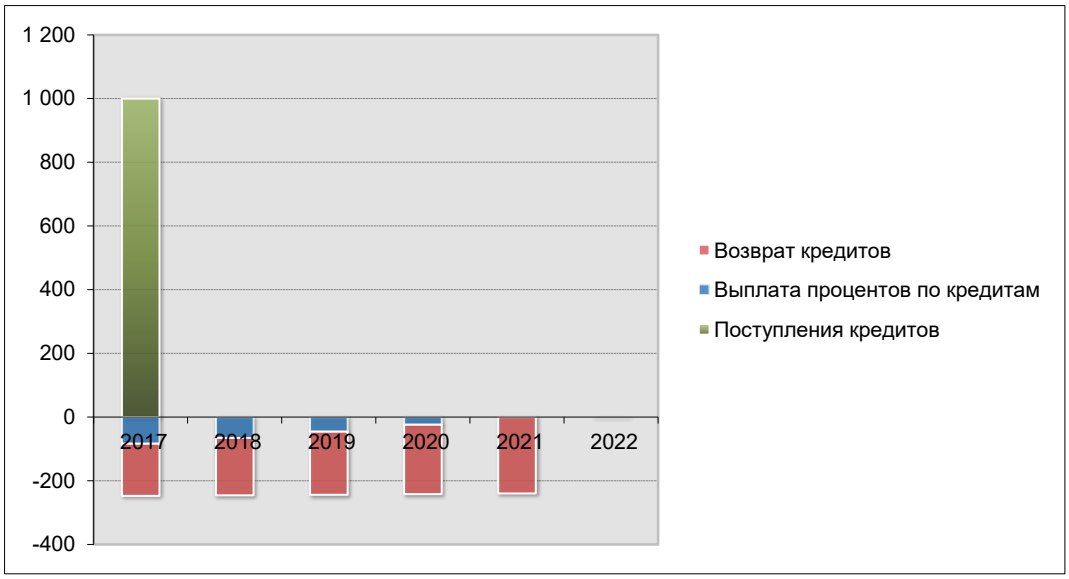


График 6. Поступления

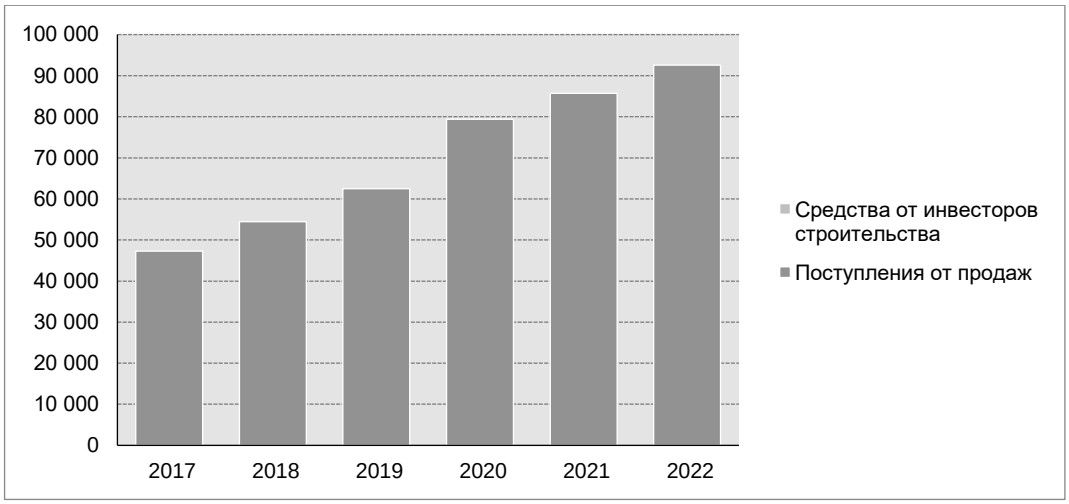


График 7. Активы проекта

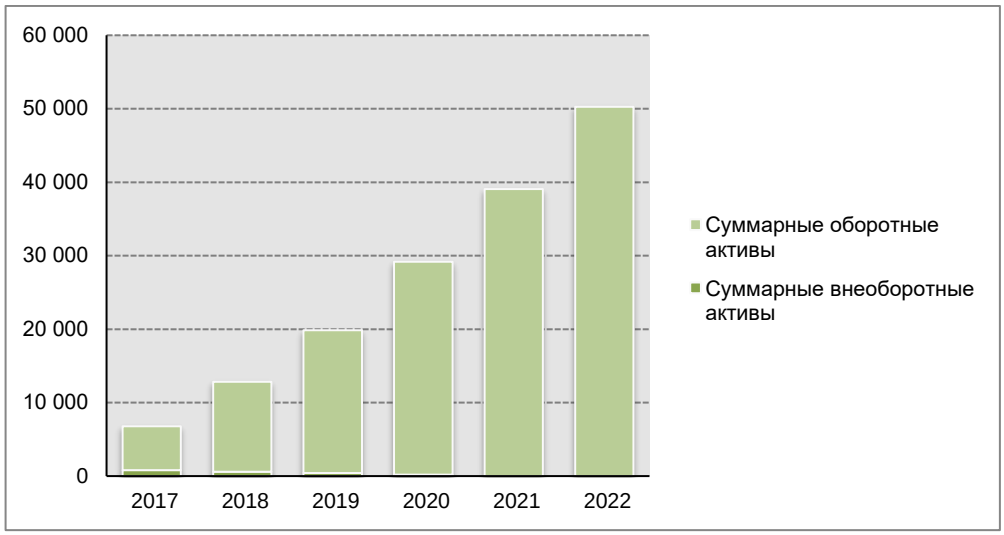


График 8. Пассивы проекта

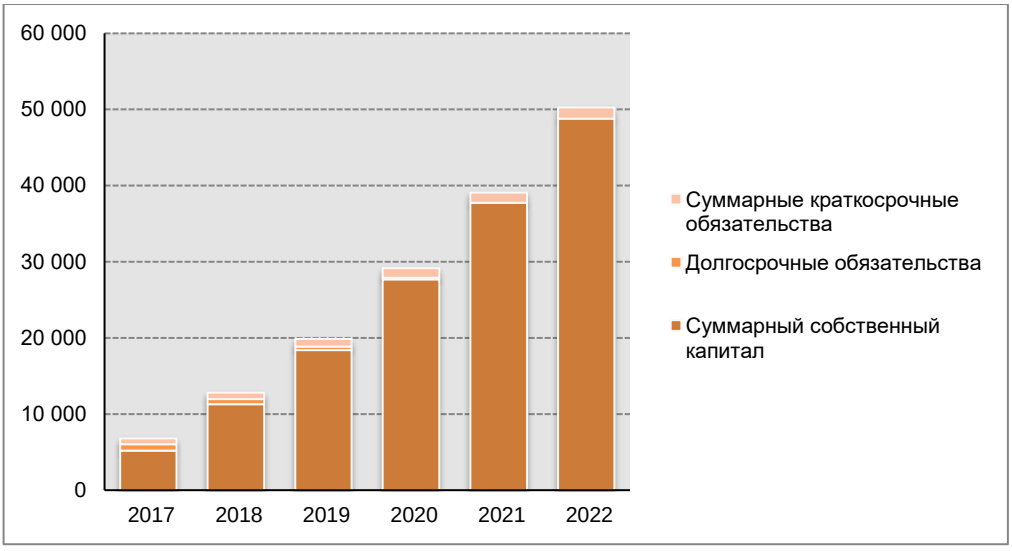


График 9. Рентабельность активов

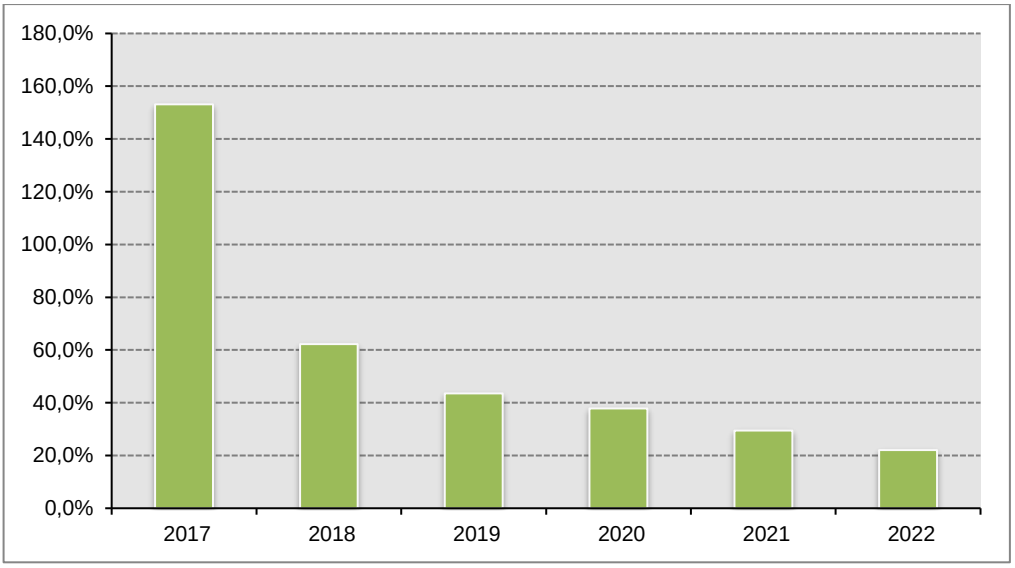


График 10. Прибыльность продаж

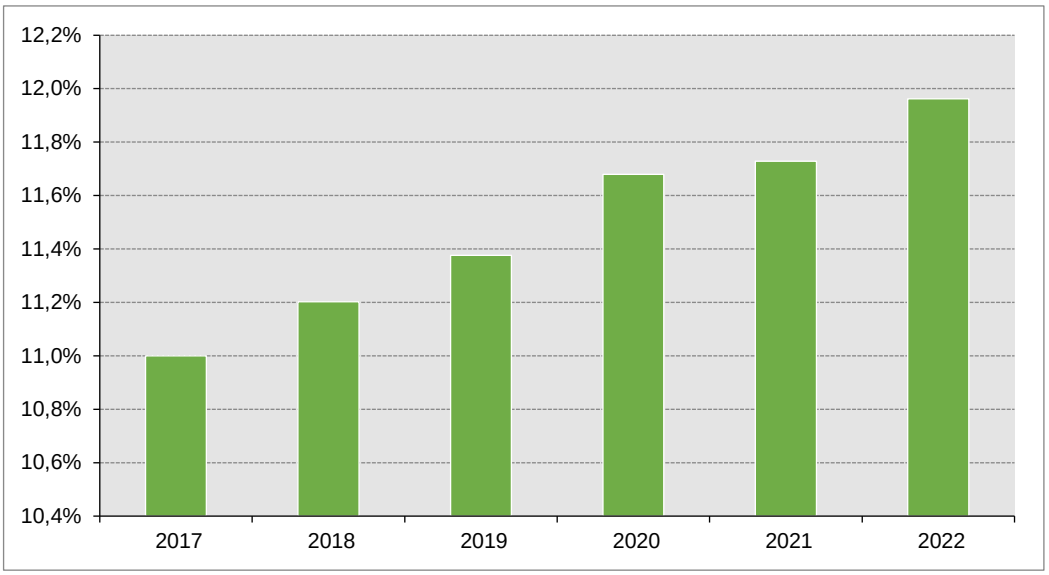


График 11. Окупаемость проекта

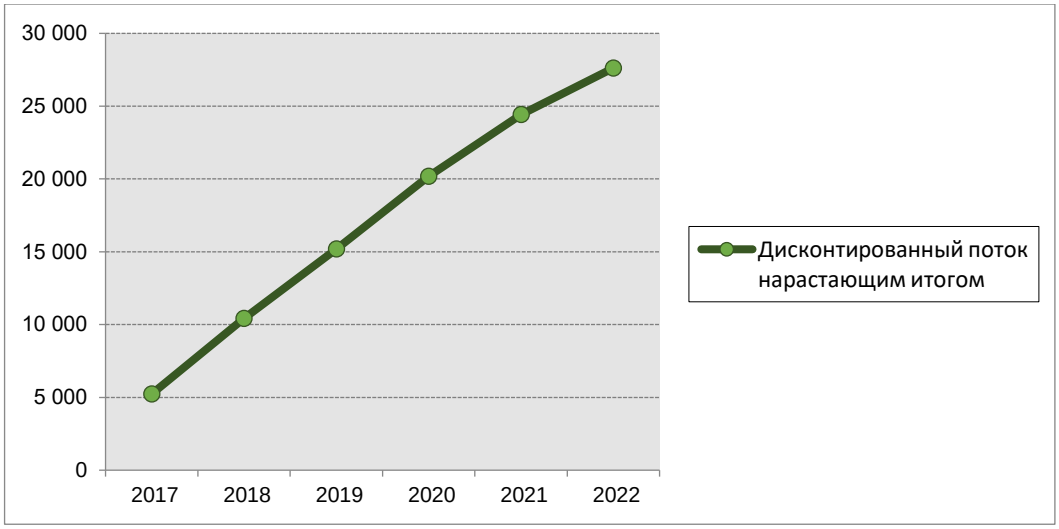
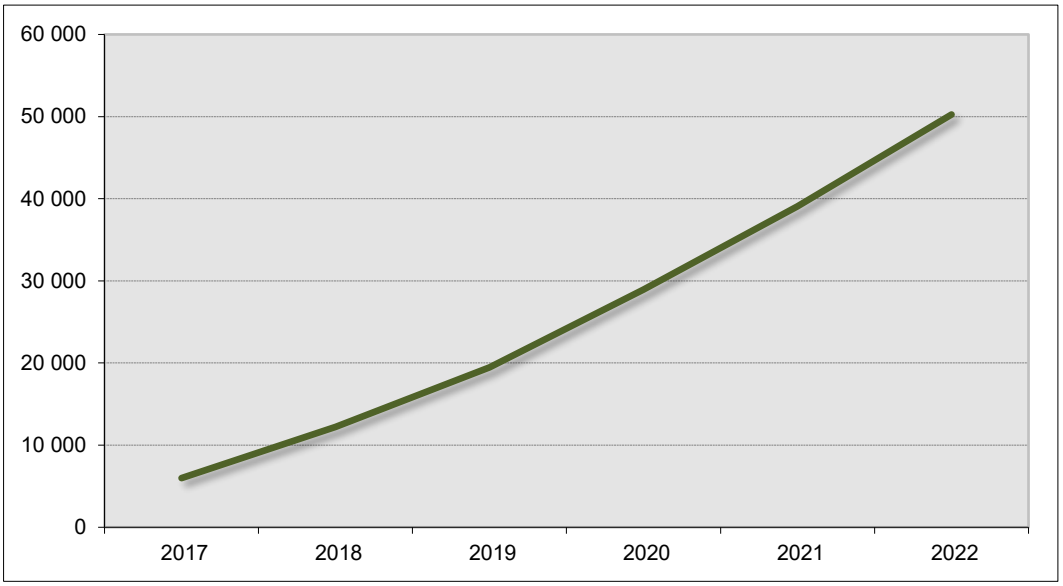



График 12. Остаток денежных средств