

# Бизнес-план

## развития бройлерного производства

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Резюме Проекта.....                                                                                                   | 3  |
| Инициатор Проекта .....                                                                                               | 3  |
| Краткое Изложение Сути Проекта: .....                                                                                 | 3  |
| Финансовые Ресурсы, Необходимые Для Реализации Проекта: .....                                                         | 3  |
| Список Этапов Инвестиционного Плана.....                                                                              | 4  |
| Срок Окупаемости Проекта:.....                                                                                        | 4  |
| Эффективность Инвестиций .....                                                                                        | 8  |
| Маркетинговый Обзор.....                                                                                              | 9  |
| АНАЛИЗ РЫНКА.....                                                                                                     | 9  |
| ЦЕЛЕВЫЕ РЫНКИ.....                                                                                                    | 10 |
| ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ .....                                                                                           | 11 |
| ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ МЯСА ПТИЦЫ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА .....                                                               | 12 |
| Общая Стратегия Маркетинга.....                                                                                       | 14 |
| Маркетинговая Программа .....                                                                                         | 14 |
| Продукт .....                                                                                                         | 14 |
| Цена .....                                                                                                            | 17 |
| Каналы Сбыта .....                                                                                                    | 19 |
| Принципы Дистрибуции.....                                                                                             | 19 |
| Технологический Обзор.....                                                                                            | 20 |
| Операционный План .....                                                                                               | 21 |
| Список Продуктов В Рамках Проектах: .....                                                                             | 21 |
| Сбыт (Ценообразование) .....                                                                                          | 21 |
| Валюта Проекта .....                                                                                                  | 21 |
| Налоги.....                                                                                                           | 21 |
| Инфляция В % Годовых, (Рубли) .....                                                                                   | 21 |
| Инфляция В % Годовых, (Евро) .....                                                                                    | 22 |
| Общие Издержки .....                                                                                                  | 22 |
| План По Персоналу .....                                                                                               | 22 |
| Прямые Издержки.....                                                                                                  | 22 |
| Анализ Проекта .....                                                                                                  | 24 |
| Анализ Чувствительности .....                                                                                         | 24 |
| Точка Безубыточности (Минимальный Объем Продаж, При Котором Текущие Расходы Покрываются За Счет Текущих Доходов)..... | 26 |
| Анализ Устойчивости Проекта По Методу Монте-Карло .....                                                               | 27 |
| Оценка Бизнеса .....                                                                                                  | 28 |
| Графики .....                                                                                                         | 29 |
| Приложение 1.....                                                                                                     | 32 |
| Финансовый План.....                                                                                                  | 32 |

## ***Резюме проекта***

Этот бизнес-план разработан для оценки привлекательности финансирования программы развития бройлерного птицеводства на ООО «Птицефабрика в Подмосковье».

Все данные, оценки, планы, предложения и выводы, приведенные по данной программе, касающиеся ее потенциальной прибыльности, объемов услуг, расходов, нормы прибыли и будущего ее уровня, основываются на согласованных мнениях всего коллектива участников разработки бизнес-плана.

Информация, содержащаяся в данном бизнес - плане, получена из источников, заслуживающих доверия.

### **Инициатор проекта**

Организационно-правовая форма предприятия: Общество с ограниченной ответственностью (ниже по тексту – Компания).

Адрес:

Телефон:

Факс:

E-mail:

### **Краткое изложение сути проекта:**

Компания в рамках данного проекта планирует переоборудование бройлерного производства с последующей продажей готовой продукции на рынке Москвы и Московской области.

Для этого предполагается реконструкция производственных помещений, приобретение нового оборудования, реорганизация производства и сбыта.

### ***Финансовые ресурсы, необходимые для реализации проекта:***

---

Для финансирования проекта требуются денежные средства в размере 456 308 000 рублей сроком на 27 месяцев под 10% годовых. Поступление и возврат денежных средств по кредиту представлено на стр. 7.

Из них 456 008 000 рублей - инвестиционные затраты, остальное – оборотные средства на стартовом этапе функционирования компании.

### Список этапов инвестиционного плана.

| Название                 | Длительность | Дата начала | Дата окончания |
|--------------------------|--------------|-------------|----------------|
| Строительство            | 366          | 01.06.2007  | 31.05.2008     |
| Закупка оборудования     | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |
| Зона выращивания         | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |
| Кормовой цех             | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |
| Очистные сооружения      | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |
| Холодильное оборудование | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |
| Утилизация отходов       | 92           | 01.06.2008  | 31.08.2008     |

#### Срок окупаемости проекта:

Окупаемость вложений компании планомерным развитием в течение 27 месяцев с момента начала реализации проекта.

Далее, на странице, следующей после графиков финансирования приведены финансовые показатели проекта, позволяющие оценить, насколько он привлекателен для инвестиций.



*Инвестиционные затраты (руб.)*

| Строка               | 6.2007          | 7.2007          | 8.2007          | 9.2007          | 10.2007         | 11.2007         | 12.2007         | 1.2008          | 2.2008          |
|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Строительство        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        | 20000000        |
| Закупка оборудования |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |                 |
| <b>ИТОГО</b>         | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> | <b>20000000</b> |

*Инвестиционные затраты (руб.)*

| Строка               | 3.2008             | 4.2008             | 5.2008             | 6.2008             | 7.2008             | 8.2008             |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Строительство        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        |                    |                    |                    |
| Закупка оборудования |                    |                    |                    | 72002666,67        | 72002666,67        | 72002666,67        |
| <b>ИТОГО</b>         | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>72002666,67</b> | <b>72002666,67</b> | <b>72002666,67</b> |

**Поступления в виде займов (руб.)**

| Строка       | 6.2007             | 7.2007             | 8.2007             | 9.2007             | 10.2007            | 11.2007            | 12.2007            | 1.2008             |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Кредит       | 20300000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        |
| <b>ИТОГО</b> | <b>20300000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> |

**Поступления в виде займов (руб.)**

| Строка       | 2.2008             | 3.2008             | 4.2008             | 5.2008             | 6.2008             | 7.2008             | 8.2008             |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Кредит       | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 20000000,00        | 72002666,67        | 72002666,67        | 72002666,67        |
| <b>ИТОГО</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>20000000,00</b> | <b>72002666,67</b> | <b>72002666,67</b> | <b>72002666,67</b> |

**Выплаты на погашение займов (руб.)**

| Строка       | 7.2008 | 8.2008 | 9.2008             | 10.2008            | 11.2008            | 12.2008            | 1.2009             |
|--------------|--------|--------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Кредит       |        |        | 42593094,84        | 42662378,19        | 44083379,95        | 41541298,89        | 36305130,94        |
| <b>ИТОГО</b> |        |        | <b>42593094,84</b> | <b>42662378,19</b> | <b>44083379,95</b> | <b>41541298,89</b> | <b>36305130,94</b> |

**Выплаты на погашение займов (руб.)**

| Строка       | 2.2009             | 3.2009             | 4.2009             | 5.2009             | 6.2009             | 7.2009             | 8.2009             |
|--------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Кредит       | 37843478,47        | 38404135,48        | 38006252,19        | 39537264,37        | 39576915,41        | 31508045,67        | 24246625,61        |
| <b>ИТОГО</b> | <b>37843478,47</b> | <b>38404135,48</b> | <b>38006252,19</b> | <b>39537264,37</b> | <b>39576915,41</b> | <b>31508045,67</b> | <b>24246625,61</b> |

*Затраты на обслуживание займов (руб.)*

| Строка       | 7.2008 | 8.2008 | 9.2008            | 10.2008           | 11.2008           | 12.2008           | 1.2009            | 2.2009            |
|--------------|--------|--------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Кредит       |        |        | 5334093,65        | 4978573,84        | 4611212,34        | 4265034,85        | 3962492,09        | 3647129,77        |
| <b>ИТОГО</b> |        |        | <b>5334093,65</b> | <b>4978573,84</b> | <b>4611212,34</b> | <b>4265034,85</b> | <b>3962492,09</b> | <b>3647129,77</b> |

*Затраты на обслуживание займов (руб.)*

| Строка       | 3.2009            | 4.2009            | 5.2009            | 6.2009            | 7.2009            | 8.2009            |
|--------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Кредит       | 3327095,30        | 3010376,54        | 2680899,33        | 2351091,71        | 2088524,66        | 1886469,44        |
| <b>ИТОГО</b> | <b>3327095,30</b> | <b>3010376,54</b> | <b>2680899,33</b> | <b>2351091,71</b> | <b>2088524,66</b> | <b>1886469,44</b> |

## Эффективность инвестиций

| Показатель                                                 | Рубли         | Евро       |
|------------------------------------------------------------|---------------|------------|
| Период окупаемости - РВ, мес.                              | 27            | 27         |
| Средняя норма рентабельности - ARR, %                      | 81,10         | 81,10      |
| Чистый приведенный доход - NPV                             | 1 763 006 700 | 50 602 948 |
| Индекс прибыльности - PI                                   | 4,87          | 4,87       |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR, %                   | 98,28         | 98,28      |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности - MIRR, % | 30,18         | 30,18      |

Период расчета интегральных показателей - 72 мес.

IRR - ставка внутренней рентабельности проекта. Используется для сравнения доходности с альтернативными вариантами вложения денежных средств.

Индекс прибыльности PI демонстрирует относительную величину доходности проекта. Он рассчитывается, как отношение суммы чистых денежных потоков по месяцам проекта к сумме инвестиций и определяет сумму прибыли на единицу инвестированных средств. Обязательное условие реализации проекта: индекс прибыльности должен быть больше 1.

Общая чистая прибыль от операционной деятельности предприятия за период 6 лет составляет 52 676 754 евро.

Накопленный чистый поток денежных средств (NPV) на конец расчетного периода, приведенный к дате начала проекта составит 1 763 006 700 рублей.

Показатель NPV представляет абсолютную величину дохода от реализации проекта с учетом ожидаемого изменения стоимости денег. Обязательное условие реализации проекта: чистый приведенный доход должен быть неотрицательным.



# Маркетинговый обзор.

## АНАЛИЗ РЫНКА

Основным рынком сбыта продукции птицефабрики на данный момент являются Москва и Московская область. Однако в силу планируемого увеличения объемов производства мяса бройлеров планируется продвигать продукцию на рынки сопредельных областей и других регионов России.

### ГЕНЕРАЛЬНЫМ НАПРАВЛЕНИЕМ РАЗВИТИЯ ПТИЦЕФАБРИКИ ЯВЛЯЕТСЯ БРОЙЛЕРНОЕ ПТИЦЕВОДСТВО.

Основными причинами предполагаемого расширения производства на фабрике являются:

- Бройлерное птицеводство – одна из немногих специализированных сельскохозяйственных отраслей, способных производить высококорентабельную продукцию, в сжатые сроки, не зависимо от сезона года.
- Московский регион представляет собой огромный потенциальный рынок сбыта продукции птицеводства. Москва и Московская область занимают 1 место в рейтинге регионов России по уровню социально-экономического развития, обеспечивая самый высокий уровень покупательской способности населения страны, а, следовательно, – постоянный и устойчивый спрос на продукцию.
- Основные производственные площади фабрики по выращиванию убою и переработке бройлеров, расположены на небольшом удалении от г.Москвы, что способствует быстрой, недорогой и своевременной доставке свежей охлажденной продукции жителям города.
- Введение квот на импорт мяса птицы с мая 2003 года привело к дефициту на рынке Москвы и области на уровне 10-15% (в количественном выражении – около 20000 тонн). Действие квот продлено на 2004 год. Что создает дополнительные преимущества российским производителям.
- Фабрика обладает значительными незадействованными производственными площадями, которые при установке современного оборудования способны увеличить выпуск компании в 3 раза.
- Компания проводит активную маркетинговую политику, способствующую увеличению потребления охлажденного мяса бройлеров.
- Продукция бройлерного птицеводства обладает рядом полезных и диетических свойств, что в условиях роста популярности «здорового образа жизни и рационального питания населения» становится очень актуальным.

- Бройлерное птицеводство – в последние время является основой сырьевой базы любого мясоперерабатывающего завода, обеспечивая не только выпуск различного рода мясных полуфабрикатов, но и фактически - 100% переработку продукции всего мясного птицеводства. Потенциально для бройлерного птицеводства - не существует проблемы сбыта.
- В последние годы обострилась проблема санитарной безопасности производимой продукции. Эпидемии «ящура» и «коровьего бешенства», частота возникновения которых возрастает, становятся проблемой номер один для производителей мясопродуктов во всем мире. Как известно птица, в отличие от животных, не может являться переносчиком или «заболеть» губчатым энцефалитом и ящуром.

**Рынок мяса птицы** можно разделить на следующие основные сегменты:

- Рынок **конечного потребления** мяса бройлеров (рынок розничных продаж целых тушек, отдельных частей, субпродуктов и полуфабрикатов)
- Рынок **промышленного сырья** для переработки (фарш для производства мясопродуктов и колбас, отходы производства мяса бройлеров на корма для домашних животных и скота)

Если второй сегмент имеет свои специфические особенности и требования, которые сводятся в конечном итоге к *минимизации стоимости сырья и обеспечения стабильности входных параметров*, то первый сегмент ориентирован на *соответствующие категории потребителей, их привычки, предпочтения и покупательную способность*.

При этом первый сегмент по своей значимости значительно превосходит второй, поскольку потребность в мясе бройлеров для конечного потребления только по итогам **2004-2005 г.г. составляет свыше 2 млн. тонн в год**. Потребность рынка промышленного сырья составляет не менее 200 тыс. тонн фарша в год, что составляет только 10-ю часть рынка конечного потребления.

Именно поэтому Компания планирует сосредоточиться именно на работе с конечным потребителем.

## *ЦЕЛЕВЫЕ РЫНКИ*

Москва и Московская область являются на сегодняшний день приоритетным рынком в силу следующих факторов:

- Численность населения составляет около 20 млн. чел. (14 % населения России)
- Развитость сбытовой инфраструктуры (более 5 тыс. торговых точек)
- Высокие показатели по уровню жизни населения (в среднем в 2,2 раза выше, чем средние показатели по России).



- Высокая покупательная способность и покупательская активность населения
- Высокий уровень цен на потребительские товары
- Развитость рынка СМН

Практически все производители продукции из мяса птицы ориентируют свою деятельность на обязательное присутствие на рынке Московского региона. Этому способствует и традиционная для Москвы и области функция главного распределительного центра страны. До 70% всего импорта продовольствия проходит через оптово-закупочные базы и оптовые предприятия Московского региона, и уже потом происходит перераспределение импортных поставок по регионам. По данным КОМКОН уровень потребления продукции из мяса птицы в Москве и области превышает потребление в целом по России по куриным окорочкам на 12%, по полуфабрикатам из мяса бройлеров – на 17%, по тушкам цыплят бройлеров – на 26%.

По данным Москомстата, средние денежные выплаты, приходящиеся на 1 жителя столицы в 2005 году составила более 25 000 рублей, тогда как средние выплаты по России – 7080 рублей. Прожиточный минимум в столице также выше среднего российского. Богатство Москвы, по мнению специалистов, связано с тем, что в Москве сконцентрирована основная масса российских финансов, а также находятся почти все системы управления государством. Более того, столица по-прежнему остается центром притяжения для всех остальных россиян.

В силу высокой покупательной способности жителей Москвы и области выше и уровень цен на продукцию из мяса птицы, причём как розничных, так и отпускных цен птицефабрик. Отличительной особенностью рынка потребления продукции из мяса птицы Московского региона является тот факт, что потребители всё в большей степени предъявляют требования к повышению параметра качества продукции, её свежести и полезным свойствам. Доля потребителей в Московском регионе, для которых качество и свежесть являются основным критерием принятия решения о покупке, превышает по данным КОМКОН среднюю по России более чем на 40%. Этим объясняется незначительная в масштабах России доля импортного мяса птицы, потребляемого в Москве – не более 20% (по России – более 70%).

### *ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ*

- Понятие «свежесть (пищевых) продуктов» само по себе означает для потребителя высокое качество продукта и его полезность для здоровья, благодаря присутствию в нем всех его изначальных достоинств, обеспеченных надлежащими сроками и условиями хранения.

В применении к куриному мясу понятие «свежесть» означает также состояние куриного мяса в течение нескольких часов после забоя птицы, передаваемое словом «парное»

- Наиболее адекватно идея свежести куриного мяса передается словом «охлажденное», означающим для целевой группы хранение продукта в охлажденном до нуля-двух градусов состоянии в течение 24-36 часов, обеспечивающем практически полную сохранность изначальных качеств продукта



- Гарантии свежести куриного мяса в настоящее время достаточно условны, ими служат срок выработки (не указываемый на каждой упаковке), а также высокий уровень доверия торговой точке, основанный на личном опыте. Для регулярных потребителей продукции Петелинской птицефабрики гарантией свежести служит доверие производителю. В целом, потребители нуждаются в более надежных и убедительных гарантиях свежести, чем те, которые предлагаются на сегодняшний день
- Дополнительной и весьма убедительной гарантией свежести куриного мяса может служить указание срока выработки на каждой упаковке, а также информация о продолжительности цикла 'выработка-упаковка-доставка' (идеально – несколько часов)
- При этом, однако, не рекомендуется излишне детализировать предоставляемую потребителю информацию, поскольку это может вызвать негативные ассоциации, связанные, в частности, с этической оценкой технологического процесса. Наиболее адекватным образом необходимая потребителю технологическая информация коммуницируется в контексте идеи «хорошего хозяина»
- Ценность свежести, как достоинства куриного мяса может также быть увеличена информированием потребителя об использовании натуральных кормов при выращивании цыплят, поскольку, таким образом, повышается мотивация сохранения полезных свойств

### *ТЕНДЕНЦИИ НА РЫНКЕ МЯСА ПТИЦЫ МОСКОВСКОГО РЕГИОНА*

1. Рынок продукции из мяса птицы (бройлеров) с позиции потребителей не дифференцирован по производителю. То есть уровень знания определённых торговых марок практически равен нулю. С другой стороны, потребление продукции достаточно высокое. Потребитель может высказать своё отношение только по стране происхождения продукции – отечественная или импортная. Понятия «бренд» на этом рынке пока не сформировалось, несмотря на присутствие ряда зарубежных брендов – «ДУ», «Тайсон» и др.
2. Возрастает требовательность потребителя к качеству и вкусовым свойствам продукции, которые напрямую увязываются со стоимостью. Параметр «цена / качество» становится основой при выборе продукции. В понятие «качества» входит не только само качество продукции, но и стабильность этого качества, равно как и качества упаковки, дистрибуции, коммуникации. Чем выше эти показатели качества, тем выше готовность потребителя платить более высокую цену за продукт.
3. Частота потребления продукции из мяса бройлеров в месяц практически не меняется (есть незначительный прирост по частоте потребления на 1-2 % в квартал) и составляет в среднем 4 раза в месяц. При этом реже на 10% стали потреблять окорочка и чаще полуфабрикаты (+25%) и бройлеров целиком (+5%).



4. Ежегодный средний объём потребления продукции из мяса бройлеров в расчёте на человека в Московском регионе уже достиг уровня стран Восточной Европы (почти 18,4 кг/чел) и продолжает расти, что позволяет говорить о том, что он может достигнуть в ближайшие 5 лет при том же темпе роста уровня в 28-30 кг.
5. Формируется новое отношение к покупаемой / потребляемой продукции – потребитель стремится получить на рубль затрат больше индивидуальных для него полезных качеств продукции (качество, вкус, объём, безотходность, эстетика, престиж и пр.).
6. Потребление продукции в соответствии с выше указанным принципом порождает у потребителя привычку потреблять хорошо известную, проверенную продукцию, то есть проявляется потребительский консерватизм по отношению к конкретной продукции и/или марке продукции (бренду). Это особенно характерно для потребителей с доходами от среднего и выше, которые в отличие от основной массы покупателей лучше ориентируются в производителях и их марках, и склонны идентифицировать их при наличии стабильности качества продукции с определёнными полезными свойствами.
7. Достаточно велика роль, которую, с точки зрения потребителей, играют внешние сопутствующие атрибуты качества продукции – использование передовых западных технологий выращивания, убоя и переработки, гарантирующих неизменность высокого качества и экологическую безопасность. Потребитель Москвы значительно более образован и информирован, гораздо активнее реагирует на новшества и передовые методы, связанные с производством экологически чистого и безопасного продовольствия по самым последним мировым стандартам.
8. Проводя анализ мест совершения покупок потребителями продукции из охлажденного мяса бройлеров, можно отметить две тенденции: а) продукция покупается вблизи от дома в обычных продуктовых магазинах и гастрономах (около 30% потребителей). Наблюдается тенденция перетекания потребителей от оптовых рынков в более цивилизованные точки продаж (-5% в год); б) продукция покупается исходя из требований к качеству, вкусовым свойствам и свежести продукции в соответствующих этим параметрам торговых точках – супермаркетах. Причём эта тенденция становится всё более заметной, то есть налицо смещение предпочтений к покупке качественной и свежей продукции. Это можно наблюдать по увеличению доли покупок, совершаемых в супермаркетах – на 15%.

## *Общая стратегия маркетинга*

---

Основными маркетинговыми преимуществами ООО «Птицефабрика в Подмосковье» ПФ являются:

1. Многолетний успешный опыт в выращивании бройлеров.
2. Широкий ассортимент свежей продукции.
3. Действующая сеть дистрибуции в Московском регионе.
4. Высококласные специалисты, передовые технологии, ориентированные на потребителя.
5. Постоянный контроль качества продуктов.
6. Узнаваемые торговые марки.

ООО «Птицефабрика в Подмосковье» будет представлена на рынке Москвы и Московской области своими марками.

Опираясь на уже созданное имя и существующие марки, компании остается только поддерживать свою репутацию высококачественного производителя. Следовательно, предполагается осуществлять маркетинговые ходы, направленные на укрепление уже существующих марок и их продвижение на другие рынки России. Также предполагается поддерживать существующие каналы сбыта в плане продвижения увеличивающегося объема выпуска. При этом встает задача учета наличия и движения запасов готовой продукции на складе и в торговой сети. В этой связи ООО «Птицефабрика в Подмосковье» считает необходимым реализацию проекта внедрения компьютерной системы учета и движения запасов в режиме он-лайн, а также совершенствование системы логистики.

## *Маркетинговая программа*

---

### **Продукт**

В рамках политики по продукту используются следующие основные принципы:

1. Однозначное указание (ссылка) на название прямого производителя продукции и держателя ТМ с нанесением соответствующих атрибутов (информации и логотипов) на упаковку, этикетку, тару и т.д. Головное предприятие на стадии выведения бренда на рынок находится в тени бренда.
2. Использование единого для соответствующего ассортиментного ряда продукции товарного знака (торговой марки) компании.



3. Внешние атрибуты продукта (упаковка, этикетка и т.д.) должны максимально соответствовать имиджу продукта, как дорогого, высококачественного, нельзя допускать неразумной экономии на качестве внешних атрибутов.
4. Вкусовые свойства и качество самого продукта должны соответствовать ожиданиям потребителя и быть не только стабильными, но и улучшающимися в соответствии с пожеланиями потребителей.
5. Наша продукция производится не только в соответствии с ГОСТами и ТУ, но и в соответствии с нашими внутренними стандартами качества и под жёстким контролем.
6. Продукция подлежит контролю со стороны независимых компетентных (с точки зрения потребителей) организаций, что должно находить отражение в оформлении упаковки, этикеток и пр.
7. Размер и вес упакованной продукции должен соответствовать тенденциям в структуре потребления и профилю потребителей, предполагающего наличие различных вариантов как для индивидуального «быстрого» потребления, так и для создание запасов продукта для всей семьи и\или на длительный период. Кроме того, размер и вес упакованной продукции (в сочетании с ценой) должен показывать выгоду для бюджета потребителя.
8. Наша продукция должна быть удобна и выгодна для розничной торговли и имеет достаточный для розницы и потребителей ассортимент.
9. Наша продукция имеет своего ассортиментного «флагмана», являющегося олицетворением нашей торговой марки (бренда).

#### *Производитель*

Производителем продукции является ООО «Птицефабрика в Подмосковье» .

#### *Торговые марки*

Каждому ассортиментному ряду, выпускаемому на фабрике, соответствует своя торговая марка.

#### *Основа («флагман») ассортимента*

В качестве основного продукта ассортимента выступает тушка цыплёнка бройлера элитного .

#### *Ассортимент*

Ассортимент включает: охлаждённую и замороженную продукцию из белого и красного мяса и субпродуктов бройлера, выращенного на ООО «Птицефабрика в Подмосковье».

#### *Разновидности продукции:*

- Тушка цыплёнка целиком

- Части цыплёнка (разделка)

#### Тара и упаковка

- Вид упаковки:
- Цветная подложка с высоким бортом из вспененного полистирола с влоговпитывающим слоем.
  - Дышащая термоусадочная плёнка (пакет) с нанесённой полиграфией (на первом этапе стреч-плёнка с индивидуальной этикеткой на каждую ассортиментную единицу)
  - Картонная «суперобложка» (поясок) с высококачественной полиграфией для целиковой тушки цыплёнка бройлера
  - Одноразовые гофрокороба для всех видов продукции с торговой маркой (логотипом)
  - Ограниченное использование возвратных поддонов и/или полный отказ от них в перспективе как неудобном для торговли
  - Специальные контейнеры для сборных клиентских заказов для упрощения логистики и удобства работы с розницей

- Ёмкость / вес:
- ёмкость и вес выбираются исходя из тенденций в сфере потребления данной группы продуктов на рынке (для потребления с накоплением про запас, для малосемейных и пр.)
  - необходимо варьировать производство одной и той же продукции в разной по ёмкости и весу упаковке в зависимости от преследуемых целей: для постоянных потребителей – большая по ёмкости тара, для тех, кто желает ознакомиться с продукцией или предпочитает покупать по несколько видов – меньшая.
  - для нужд общественного питания используется специальная тара, без сложной полиграфии и с минимумом информации

#### Информация на продукте (этикетке, суперобложке или пакете/плёнке)

- товарный знак (логотип), если зарегистрирован - со значком R с названием торговой марки, если зарегистрирована - со значком TM
- основное название группы продукта (например, цыплёнок бройлерный)
- название продукта группы (например, голень)
- значок "новинка" (по необходимости)
- Изображение отметок различных органов контроля
- изобразительный мотив (рисунок декорации) как опция
- экшен пойнт - то есть (при необходимости) метка, указывающая на возможность участия в розыгрыше призов и пр., при покупке соответствующего продукта.



- развёрнутая информация о натуральности продукта, соответствующей технологии, ингредиентах, количественный состав витаминов, белков, жиров и пр. полезных для потребителя свойствах продукции
- рекомендации по употреблению
- Вес в кг
- информация о производителе (или держателе марки)
- информация о дате изготовления и сроке годности (употребить до..)
- информация об условиях хранения
- значок сертифицирующего органа (Ростест, СоЭкс и пр)
- значок "берегите ОС" или вторичная переработка (при необходимости)
- зарегистрированный штриховой код страны изготовления
- весовой штрих код для розничной торговли
- информация об обратной связи, например номер телефона, вебсайт или а\я
- телефон горячей линии (при необходимости)

С точки зрения размеров отдельных блоков информации и их размещения необходимо придерживаться следующего порядка:

Вся информация, касающаяся продвижения бренда (описание полезных для потребителя свойств, логотипы и торговые марки и пр.) должна быть выделена особым образом (например, за счёт размещения или габаритов) и присутствовать в зоне прямого визуального контакта с потребителем. Вся техническая (несущественная для принятия решения о покупке) информация размещается за счёт оптимального использования поверхности упаковки (этикетки), чтобы не перегружать её информативно и не дезориентировать потребителя (не отвлекать его или не создавать сложностей в восприятии нашей продукции и принятию решения о покупке нашей продукции).

## Цена

Политика ценообразования базируется на следующих моментах:

1. Цена определяется, с одной стороны, из конъюнктуры рынка (положение прямых конкурентов и наше позиционирование как ценового лидера), с другой стороны, психологическим барьером «готовности платить».

2. При расчёте цены необходимо в качестве ориентира использовать рыночные цены на охлаждённую целиковую тушку цыплёнка бройлера, а также усреднённую по всему ассортименту цену за килограмм, которая должна быть как минимум на 5-7% выше, чем у ближайшего конкурента. Цена на замороженную продукцию назначается по аналогии с учетом класса продукции соответствующей ТМ.

3. Должен существовать единственный базовый прайс-лист на всю нашу продукцию с привязанной к нему системой скидок. При расчёте базовой цены каждого

наименования устанавливается максимально возможная для нас брутто-цена, при которой наша прибыль на период максимальна.

4. Цена не может меняться чаще, чем 2 раза в месяц (за исключением случаев резкого изменения конъюнктуры рынка).

5. Любое повышение нами цен должно отставать от повышения цен со стороны конкурентов по времени для того, чтобы формировать у потребителя представление о конкурентах, что они являются источником повышения цен.

6. Повышение цены должно происходить как по объективным причинам (в соответствии с уровнем инфляции, ростом доходов нашей целевой группы и пр.), так и по субъективным (конъюнктурным), например, вследствие изучения данных мониторинга розницы и поведения потребителей.

7. Цена должна повышаться всегда, если данные трекинговых исследований показывают рост параметра «знание / потребление» в динамике, и должна замораживаться (до момента восстановления паритета по этому параметру или до момента приближения конкурентов по цене) в любом другом случае.

8. Для обеспечения мобильности действий в отношениях с розницей необходимо иметь систему скидок \ надбавок для клиентов, которая должна включать в себя:

а) стимулирующие скидки на количество покупаемого товара (в килограммах или в деньгах).

б) стимулирующие скидки за "верность" (за реализацию установленного количества товара или достижения определённого финансового результата в установленный период)

в) скидки за оплату по факту

г) скидки за предоплату

д) специальные скидки (сезонные, рекламные, премиальные и т.д.)

е) надбавки по условию платежа или форме доставки

ж) специальные конфиденциальные скидки для ключевых клиентов

9. Скидки и надбавки устанавливаются к базовой цене прайс листа на продукцию.

10. Ценообразование внутри ассортимента осуществляется в соответствии с конъюнктурной ситуацией на рынке, с одной стороны, и в соответствии с реальной стоимостью производства того или иного вида продукции, с другой стороны. Кроме того, цена на отдельные артикулы ассортимента определяется исходя из их позиционирования. Однако средняя по ассортименту цена должна при этом быть неизменной.



## Каналы сбыта

Основным регионом сбыта нашей продукции является Москва и Московская область.

Основными каналами сбыта являются:

- а) Супермаркеты и сети супермаркетов
- б) Специализированные магазины (диета, деликатесы и пр.)
- в) Универсамы (центрального типа и престижные)
- г) Продуктовые магазины основные для целевой группы
- д) Рестораны, бары, буфеты организаций и учреждений
- е) Фирмы по доставке обедов в офисы
- ж) Магазины типа Кэш энд Кэрри

## Принципы дистрибуции

Повышение эффективности продаж в сторонних торговых точках базируется на следующих принципах:

1. Прямая дистрибуция во все розничные торговые точки, предполагающая формирование собственной оптимальной логистической системы (полный цикл производство – контроль – складирование – доставка в торговые точки – реализация – расчёты – обработка возвратов и рекламаций) для обеспечения наилучшего качества нашей продукции в рознице и удобства работы розницы с нашим товаром.
2. Проактивные продажи, достижение показателей 100% дистрибуции по выбранным каналам сбыта.
3. Наличие парка специально оборудованного автотранспорта (своего или наёмного или ассоциированного), как для доставки товара, так и для мобильной работы сбытовых агентов.
4. Наличие обратной связи с розницей, мониторинг продаж, планирование оптимальных отгрузок-продаж в регулярном режиме, развитие, как самой розничной сети, так и продаж в каждой торговой точке.
5. Управление продажами по категориям и рейтингам клиентов.
6. Установление лимита товарного кредита по рейтингу клиента.
7. Мотивация персонала продаж, разработка целеориентированной системы начисления комиссионных.
8. Гарантия быстроты и стабильности поставок, качества продукции для розницы, гарантия стабильности цен на определённый согласованный с розницей период.
9. Поддержка розницы вспомогательными материалами продаж и POS-материалами.
10. Осуществление мерчендайзинга.
11. Постановка маркетингового планирования и контроля продаж на базе компьютерной системы учёта.

## *Технологический обзор.*

Современная технология производства мяса бройлеров предусматривает следующее территориальное разнесение технологических процессов:

1. Производство бройлерного яйца, инкубация и получение цыплят бройлеров - племенное хозяйство.
2. Выращивание и убой бройлеров.

Технология производства мяса бройлеров состоит из 5 этапов:

**1-й этап:** Закупаются суточные цыплята родительского стада (ремонтный молодняк) и содержатся их на отдельной площадке до достижения ими возраста 90 дней.

В настоящий момент ООО Птицефабрика в Подмоскowie комплектует стадо родителей цыплятами кроссов ИЗА и РОСС, поставляемых из за рубежа.

**2-й этап:** При достижении цыплятами возраста 90 дней их переводят в разряд родительского стада (родители) и перевозят на новую площадку. В возрасте около 180 дней родители физиологически способны давать оплодотворенное инкубационное яйцо, соответствующее всем стандартам (вес и т.д.), из которого выращиваются цыплята-бройлеры.

**3-й этап:** После получения инкубационного яйца оно поступает в инкубаторий, где проходит дезобработку, сортировку по весу и внешним признакам и закладывается в инкубационные шкафы на 18 дней, за тем перемещается в выводные шкафы, где через 3 дня вылупляется суточный цыпленок. Таким образом общий срок инкубации составляет 21 день.

**4-й этап:** Полученные цыплята-бройлеры переводятся на новую площадку и выращиваются в течение 40 дней. При достижении бройлерами веса 1,6-1,8 кг они отправляются в убойный цех.

**5-й этап:** Убой птицы. На данном этапе происходит электрооглушение птицы, обескровливание, ошпарка и обесперивание, потрошение, охлаждение, разделка и упаковка птицы

**В целях биологической безопасности птицепоголовья племенное хозяйство и промышленные площадки должны быть разделены санитарными зонами в 5 км.**



## Операционный план

### Список продуктов в рамках проекта:

| Наименование | Ед. изм. | Начало продаж |
|--------------|----------|---------------|
| Тушка        | кг.      | 01.09.2008    |
| Разделка     | кг.      | 01.09.2008    |

### Сбыт (Ценообразование)

| Продукт  | Цена (руб.) |
|----------|-------------|
| Тушка    | 52,000      |
| Разделка | 80,000      |

### Валюта проекта

Основная валюта проекта - Рубли (руб.)

Валюта для расчета на внешнем рынке - Евро (EUR)

Курс на момент ввода : 1 EUR = 34.840 руб.

### Налоги

| Название налога    | База          | Период  | Ставка |
|--------------------|---------------|---------|--------|
| Налог на прибыль   | Прибыль       | Месяц   | 24 %   |
| НДС                | Добав. стоим. | Месяц   | 10 %   |
| Налог на имущество | Настраиваемая | Квартал | 2.2 %  |
| ЕСН                | Зарплата      | Месяц   | 26 %   |

Переплаченный НДС переносится в будущие периоды.

Убытки предыдущих периодов списываются в течение 120 мес.

### Инфляция в % годовых, (Рубли)

| Объект          | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год | 6 год |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Сбыт            | 10,00 | 10,00 | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  |
| Прямые издержки | 10,00 | 10,00 | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  |
| Общие издержки  | 10,00 | 10,00 | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  |
| Зарплата        | 10,00 | 10,00 | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  |

## Инфляция в % годовых, (Евро)

| Объект          | 1 год | 2 год | 3 год | 4 год | 5 год | 6 год |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Сбыт            | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  | 6,00  | 4,00  |
| Прямые издержки | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  | 6,00  | 4,00  |
| Общие издержки  | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  | 6,00  | 4,00  |
| Зарплата        | 8,00  | 8,00  | 6,00  | 6,00  | 6,00  | 4,00  |

### Общие издержки

| Название                  | Сумма (руб.) | Сумма (EUR) | Платежи                       |
|---------------------------|--------------|-------------|-------------------------------|
| <b>Управление</b>         |              |             |                               |
| Административные издержки | 100 000,00   | 0,00        | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| <b>Производство</b>       |              |             |                               |
| Производственные издержки | 700 000,00   | 0,00        | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| Прочие издержки           | 300 000,00   | 0,00        | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| <b>Маркетинг</b>          |              |             |                               |
| Маркетинговые издержки    | 100 000,00   | 0,00        | Ежемесячно, весь период пр-ва |

### План по персоналу

| Должность           | Кол-во | Зарплата (руб.) | Зарплата (EUR) | Платежи                       |
|---------------------|--------|-----------------|----------------|-------------------------------|
| <b>Управление</b>   |        |                 |                |                               |
| Администрация       | 10     | 25 000,00       | 0,00           | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| <b>Производство</b> |        |                 |                |                               |
| Котельная           | 15     | 9 000,00        | 0,00           | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| Электрики           | 5      | 7 000,00        | 0,00           | Ежемесячно, весь период пр-ва |
| Рабочие             | 20     | 12 000,00       | 0,00           | Ежемесячно, весь период пр-ва |

Всего : 50 чел.  
660 000,00 руб

### Прямые издержки.

В состав прямых издержек входят затраты, которые относятся непосредственно на единицу выпускаемой продукции. При этом, поскольку зарплата производственного персонала полностью учтена в разделе «План по персоналу», при расчетах ее в прямые издержки не включали.



### Прямые издержки Тушка

| Наименование                     | Расход | Потери | (руб.)       | (EUR)       |
|----------------------------------|--------|--------|--------------|-------------|
| <b>Материалы и комплектующие</b> |        |        | <b>30,00</b> | <b>0,00</b> |
| Комбикорм                        | 1,000  | 0,000  | 30,00        |             |
| <b>Сдельная зарплата</b>         |        |        | <b>0,32</b>  | <b>0,00</b> |
| <b>Другие издержки</b>           |        |        | <b>2,82</b>  | <b>0,00</b> |
| Газ                              |        |        | 0,73         |             |
| ГСМ                              |        |        | 1,13         |             |
| Электроэнергия                   |        |        | 0,96         |             |
| <b>Продукты</b>                  |        |        | <b>0,00</b>  | <b>0,00</b> |
| <b>Всего</b>                     |        |        | <b>33,14</b> | <b>0,00</b> |

### Прямые издержки Разделка

| Наименование                     | Расход | Потери | (руб.)       | (EUR)       |
|----------------------------------|--------|--------|--------------|-------------|
| <b>Материалы и комплектующие</b> |        |        | <b>35,00</b> | <b>0,00</b> |
| Комбикорм                        | 1,000  | 0,000  | 30,00        |             |
| Тара и упаковка                  | 1,000  | 0,000  | 5,00         |             |
| <b>Сдельная зарплата</b>         |        |        | <b>0,35</b>  | <b>0,00</b> |
| <b>Другие издержки</b>           |        |        | <b>2,82</b>  | <b>0,00</b> |
| Газ                              |        |        | 0,73         |             |
| ГСМ                              |        |        | 1,13         |             |
| Электроэнергия                   |        |        | 0,96         |             |
| <b>Продукты</b>                  |        |        | <b>0,00</b>  | <b>0,00</b> |
| <b>Всего</b>                     |        |        | <b>38,17</b> | <b>0,00</b> |

Перечисленные в таблице статьи ежемесячно изменяются в соответствии с показателем инфляции для текущего года.

# Анализ проекта

## Анализ чувствительности

Алгоритм анализа: Изменяем 5 перечисленных в таблице ниже параметров, уменьшая их на 40%, а затем увеличивая на 40% с шагом 20%, после каждого изменения производим перерасчет его экономики и смотрим, что произошло с показателями эффективности: Индексом прибыльности, Чистым приведенным доходом (NPV), Ставкой внутренней доходности (IRR) и Периодом окупаемости проекта.

В данном конкретном случае можно констатировать, что вышеуказанные изменения не приводят к неприемлемому ухудшению показателей, даже при падении объема продаж и цены сбыта на 40%, а также роста инвестиций на 40% при неизменности остальных показателей. Поясним на примере индекса прибыльности: Показатель PI (Индекс прибыльности) демонстрирует относительную величину доходности проекта. Он определяет сумму прибыли на единицу инвестированных средств. Обязательное условие реализации проекта: индекс прибыльности должен быть больше 1.

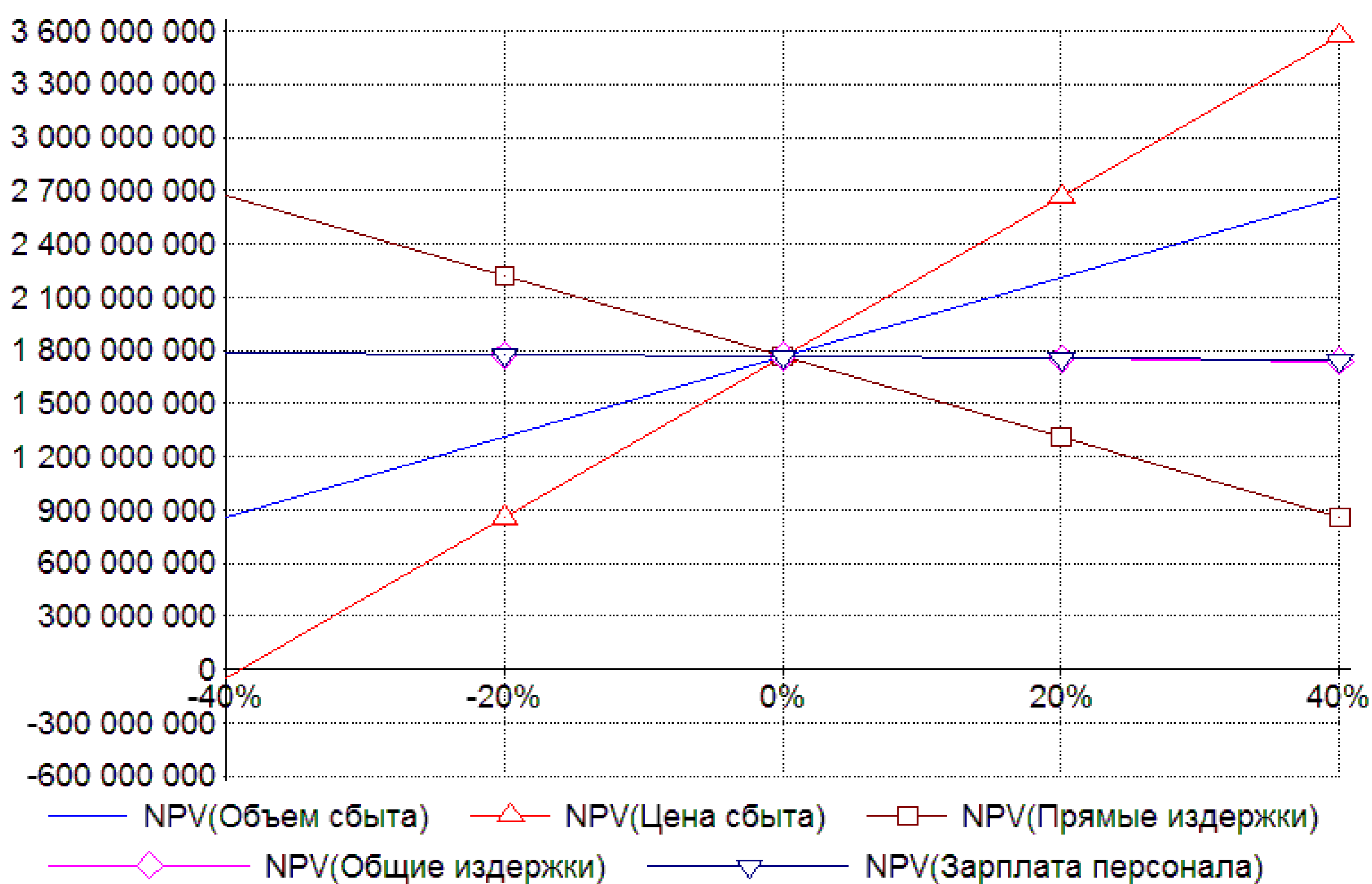
В таблице ниже наихудшее его значение – 0,87 при 40-процентном падении цены сбыта, а также 2,87 при 40-процентном увеличении прямых издержек.

## Анализ чувствительности (руб.)

| № | Параметры          | -40%             | -20%             | 0%               | 20%              | 40%              |
|---|--------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
|   | <b>PI</b>          |                  |                  |                  |                  |                  |
| 1 | Объем сбыта        | 2,89             | 3,88             | 4,87             | 5,85             | 6,84             |
| 2 | Цена сбыта         | 0,87             | 2,88             | 4,87             | 6,85             | 8,82             |
| 3 | Прямые издержки    | 6,85             | 5,86             | 4,87             | 3,87             | 2,87             |
| 4 | Общие издержки     | 4,92             | 4,89             | 4,87             | 4,84             | 4,81             |
| 5 | Зарплата персонала | 4,91             | 4,89             | 4,87             | 4,84             | 4,82             |
|   | <b>NPV</b>         |                  |                  |                  |                  |                  |
| 1 | Объем сбыта        | 860 417 872,01   | 1 313 340 931,43 | 1 763 006 699,88 | 2 212 672 468,33 | 2 662 338 236,78 |
| 2 | Цена сбыта         | -57 053 781,34   | 857 254 642,26   | 1 763 006 699,88 | 2 665 468 301,45 | 3 567 929 903,02 |
| 3 | Прямые издержки    | 2 668 598 366,11 | 2 215 802 533,00 | 1 763 006 699,88 | 1 310 210 866,76 | 854 091 412,50   |
| 4 | Общие издержки     | 1 787 266 420,35 | 1 775 136 560,12 | 1 763 006 699,88 | 1 750 876 839,65 | 1 738 746 979,41 |
| 5 | Зарплата персонала | 1 782 750 354,37 | 1 772 878 527,13 | 1 763 006 699,88 | 1 753 134 872,64 | 1 743 263 045,39 |
|   | <b>IRR</b>         |                  |                  |                  |                  |                  |
| 1 | Объем сбыта        | 52,63            | 76,28            | 98,28            | 119,60           | 140,30           |
| 2 | Цена сбыта         | 0,00             | 52,48            | 98,28            | 140,40           | 180,90           |
| 3 | Прямые издержки    | 140,60           | 119,70           | 98,28            | 76,14            | 52,32            |
| 4 | Общие издержки     | 99,44            | 98,86            | 98,28            | 97,70            | 97,12            |
| 5 | Зарплата персонала | 99,20            | 98,74            | 98,28            | 97,82            | 97,36            |
|   | <b>PB</b>          |                  |                  |                  |                  |                  |
| 1 | Объем сбыта        | 36               | 30               | 27               | 25               | 24               |
| 2 | Цена сбыта         | 72               | 36               | 27               | 24               | 22               |
| 3 | Прямые издержки    | 24               | 25               | 27               | 30               | 36               |
| 4 | Общие издержки     | 27               | 27               | 27               | 27               | 27               |
| 5 | Зарплата персонала | 27               | 27               | 27               | 27               | 27               |

На графике ниже отображено изменение чистого приведенного дохода проекта при изменении вышеуказанных параметров.

### Анализ чувствительности (NPV - руб.)



Из графика видно, что при падении цены сбыта на 40% NPV станет отрицательным.



**Точка безубыточности (минимальный объем продаж, при котором текущие расходы покрываются за счет текущих доходов).**

| Строка   | 9.2008    | 10.2008   | 11.2008   | 12.2008   | 1.2009    | 2.2009    | 3.2009    | 4.2009    |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Тушка    | 69999,84  | 66813,97  | 63583,91  | 60563,72  | 57919,25  | 55217,41  | 52520,84  | 49889,06  |
| Разделка | 193405,17 | 184602,81 | 175678,34 | 167333,75 | 160027,26 | 152562,25 | 145111,80 | 137840,34 |
| Компания | 0,21      | 0,20      | 0,19      | 0,18      | 0,17      | 0,17      | 0,16      | 0,15      |

| Строка   | 5.2009    | 6.2009    | 7.2009    | 8.2009    | 9.2009   | 10.2009  | 11.2009  | 12.2009  |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Тушка    | 47202,92  | 44554,77  | 42472,76  | 40851,61  | 27207,79 | 27138,07 | 27068,80 | 26999,96 |
| Разделка | 130418,71 | 123102,04 | 117349,57 | 112870,43 | 75173,43 | 74980,79 | 74789,39 | 74599,21 |
| Компания | 0,14      | 0,13      | 0,13      | 0,12      | 0,08     | 0,08     | 0,08     | 0,08     |

Значения в строке «Компания» показывают отношение объема продаж, обеспечивающего безубыточность в целом по компании к текущему объему продаж. Данное значение позволяет оценить резерв безубыточной работы Компании.

## Анализ устойчивости проекта по методу Монте-Карло

Алгоритм анализа устойчивости по методу Монте-Карло:

Анализ производится аналогично анализу чувствительности, с той разницей, что изменяются одновременно несколько параметров. Их значения выбираются случайным образом в заданном диапазоне, после чего рассчитывается таблица показателей эффективности проекта. После 10 расчетов вычисляются средние арифметические значения и результат сравнивается с первоначальными данными. В нашем случае неопределенными данными был признан объем продаж и цены.

### Неопределенные данные

| Название параметра   | - %    | + %   |
|----------------------|--------|-------|
| Объем продукции всей | -10,00 | 10,00 |
| Общие издержки все   | -10,00 | 10,00 |

### Результаты - руб.

| Показатели эффективности                         | Среднее       | Неопределенность |
|--------------------------------------------------|---------------|------------------|
| Дисконтированный период окупаемости - DPB, мес.  | 27 мес.       | 0,03             |
| Индекс прибыльности - PI                         | 4,96          | 0,05             |
| Чистый приведенный доход - NPV                   | 1 904 888 416 | 0,06             |
| Внутренняя норма рентабельности - IRR, %         | 98,72         | 0,05             |
| Период окупаемости - PB, мес.                    | 27 мес.       | 0,03             |
| Средняя норма рентабельности - ARR, %            | 75,42         | 0,05             |
| Модифицированная внутренняя норма рентабельности | 27,54         | 0,03             |

Устойчивость проекта - 60,0 %

### Интерпретация результатов Монте-Карло.

Анализ статистических данных - это творческий процесс, который сложно регламентировать. Поэтому можно привести только некоторые рекомендации, которые будут полезны на начальном этапе.

Во-первых, нужно обратить внимание на результат расчета устойчивости проекта. Если он близок к 70 - 100%, значит велика вероятность того, что проект может быть доведен до завершения. В противном случае, возрастает риск возникновения дефицита средств.

Однако, хороший показатель устойчивости еще не гарантирует качество инвестиционных критериев, поэтому следует рассмотреть средние значения показателей эффективности. Удовлетворительные средние значения позволяют надеяться на то, что большинство расчетов дает приемлемые результаты. Однако, это верно только с некоторыми оговорками.

Для окончательных выводов необходимо учитывать также "разброс" результатов расчета, то есть параметр неопределенности. Если хорошее среднее получено в широком диапазоне значений, то каждый отдельный показатель может быть очень далек от оптимального значения. Другими словами, чем больше неопределенность, тем больше риск. Практически, приемлемым отклонением можно считать величины в пределах 20% от среднего значения. *В нашем случае значение неопределенности индекса прибыльности не выходит за приемлемые пределы.*

## **Оценка бизнеса**

Расчет стоимости бизнеса произведен с использованием встроенных алгоритмов программы Project Expert по 4-м выбранным моделям.

Оценка стоимости бизнеса на начало 1 месяца проекта (01.06.2007).

Число прогнозных периодов для расчета - 91 мес.

Доля оцениваемого пакета обыкновенных акций - 100,00 %

Скидка за неконтрольный характер пакета акций - 0,00 %

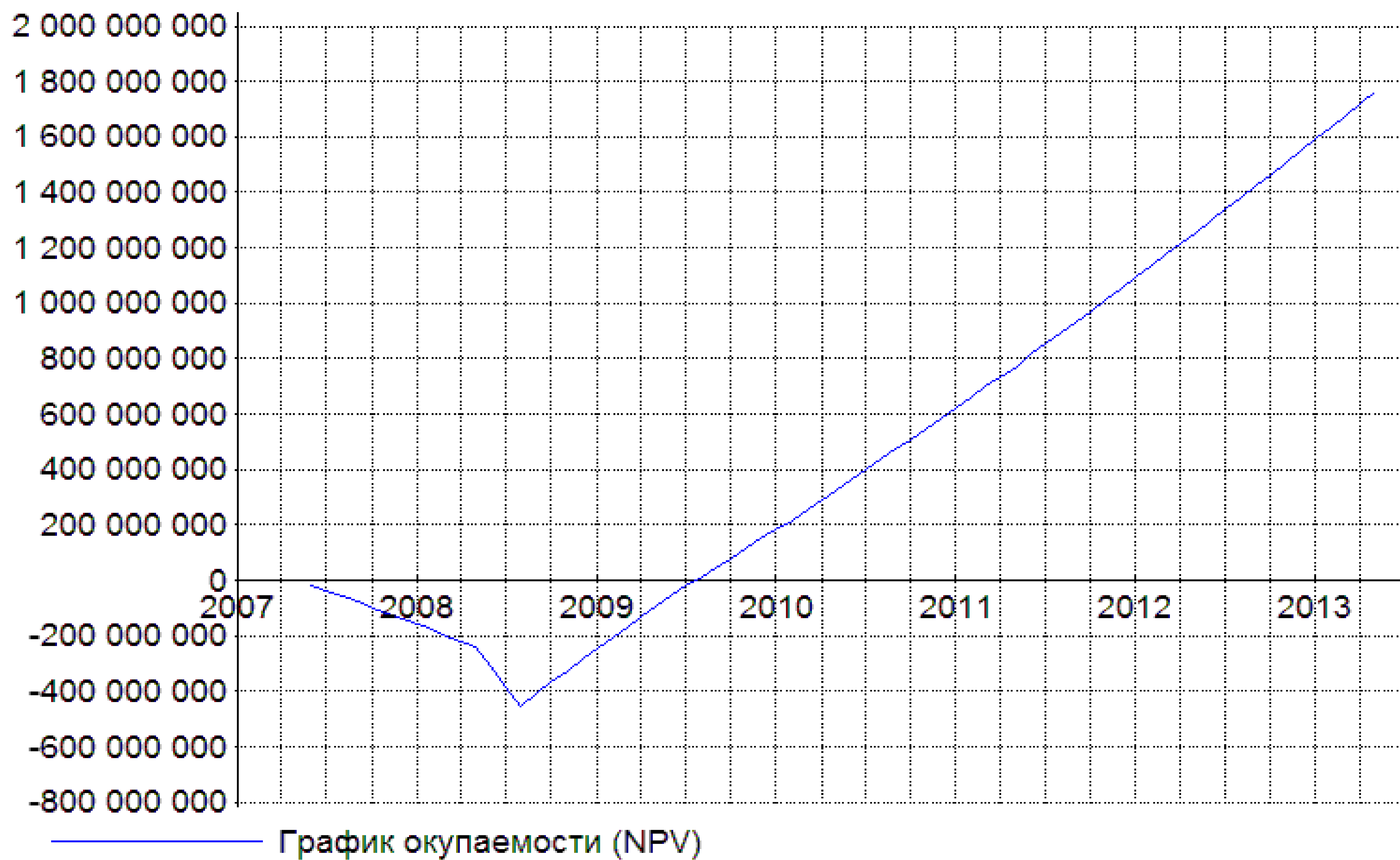
Скидка за недостаточную ликвидность пакета акций - 0,00 %

### **Результаты оценки (суммарные значения) - руб.**

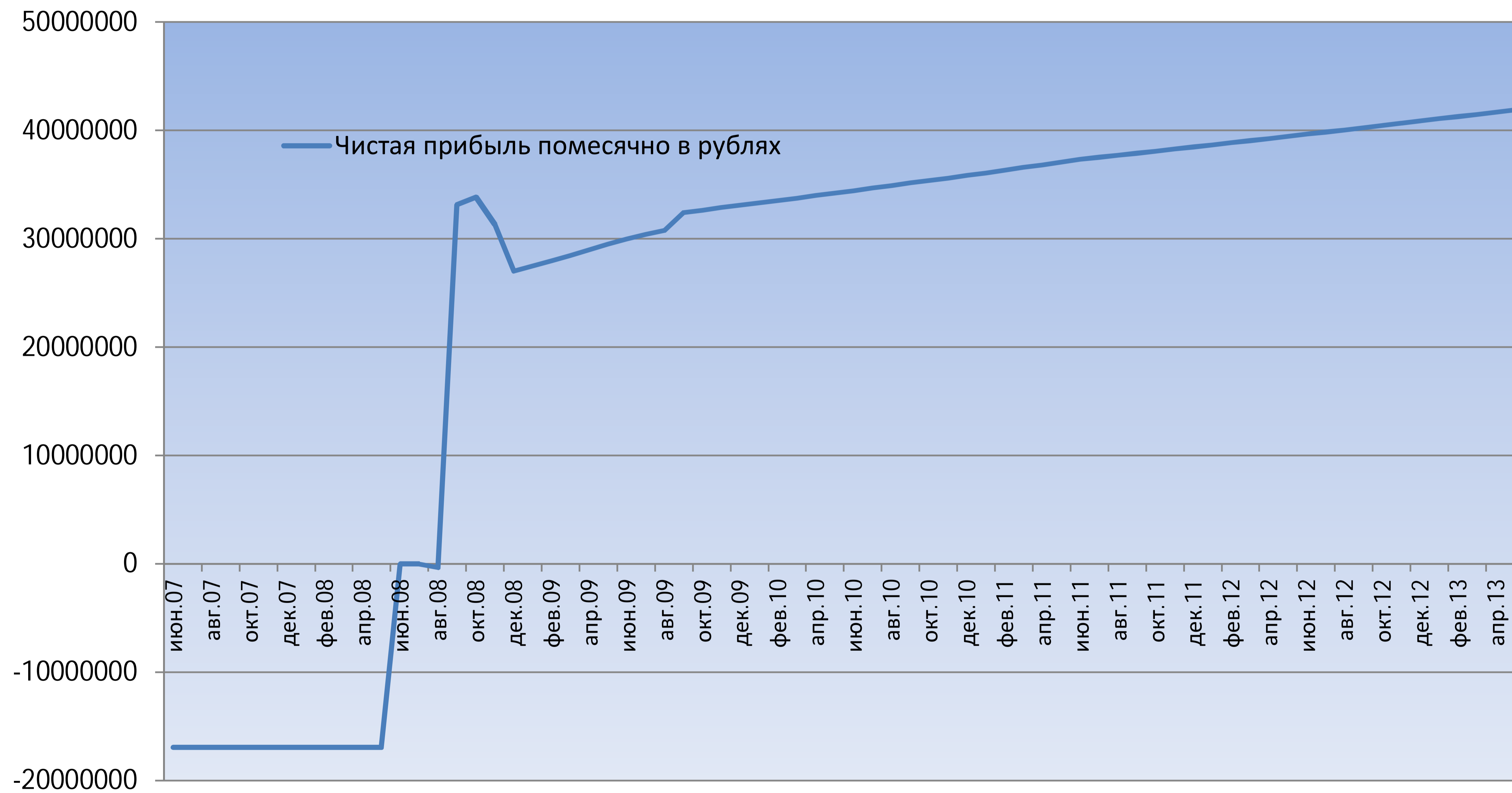
| <b>Модель</b>                  | <b>Стоимость</b> |
|--------------------------------|------------------|
| Метод чистых активов           | 3 903 942 465,93 |
| Метод ликвидационной стоимости | 3 903 942 465,93 |
| Метод предполагаемой продажи   | 1 916 938 198,21 |
| Метод экспертной оценки        | 1 918 599 446,17 |



**Графики**  
**График окупаемости (NPV) в рублях**



### Чистая прибыль ежемесячно в рублях



**Баланс наличности на конец периода, тыс.руб.**





# ПРИЛОЖЕНИЕ 1

## Финансовый план

Структура финансового плана построена по следующему принципу:

Основные таблицы – это «Прогноз движения денежных средств» и «Прогноз прибылей – убытков».

Прогноз прибылей-убытков содержит расчет прибыли с точки зрения бухгалтерии.

Прогноз движения денежных средств содержит расчет реального движения денег в рамках проекта.

Все остальные таблицы финансового плана представляют собой развернутые строки прогноза движения денежных средств, что позволяет проверить, откуда взялась та или иная цифра в таблице.

### Цены продаж (руб.)

| Строка   | 6.2007 | 7.2007 | 8.2007 | 9.2007 | 10.2007 | 11.2007 | 12.2007 | 1.2008 | 2.2008 | 3.2008 | 4.2008 | 5.2008 | 6.2008 | 7.2008 | 8.2008 | 9.2008 |
|----------|--------|--------|--------|--------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Тушка    | 52,00  | 52,41  | 52,83  | 53,25  | 53,68   | 54,11   | 54,54   | 54,97  | 55,41  | 55,85  | 56,30  | 56,75  | 57,20  | 57,66  | 58,12  | 58,58  |
| Разделка | 80,00  | 80,64  | 81,28  | 81,93  | 82,58   | 83,24   | 83,90   | 84,57  | 85,25  | 85,93  | 86,61  | 87,30  | 88,00  | 88,70  | 89,41  | 90,12  |

### Цены продаж (руб.)

| Строка   | 10.2008 | 11.2008 | 12.2008 | 1.2009 | 2.2009 | 3.2009 | 4.2009 | 5.2009 | 6.2009 | 7.2009 |
|----------|---------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Тушка    | 59,05   | 59,52   | 59,99   | 60,47  | 60,95  | 61,44  | 61,93  | 62,42  | 62,92  | 63,32  |
| Разделка | 90,84   | 91,57   | 92,30   | 93,03  | 93,77  | 94,52  | 95,27  | 96,03  | 96,80  | 97,42  |

### Цены продаж (руб.)

| Строка   | 8.2009 | 9.2009 | 10.2009 | 11.2009 | 12.2009 | 2010 год | 2011 год | 2012 год | 1-5.2013 |
|----------|--------|--------|---------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|
| Тушка    | 63,73  | 64,14  | 64,56   | 64,97   | 65,39   | 68,19    | 73,44    | 77,99    | 81,27    |
| Разделка | 98,05  | 98,68  | 99,32   | 99,95   | 100,60  | 104,91   | 112,98   | 119,99   | 125,03   |

### Объем продаж (ед.)

| Строка        | 9.2008    | 10.2008   | 11.2008   | 12.2008   | 1.2009    | 2.2009    | 3.2009    | 4.2009    |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Тушка(кг.)    | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 |
| Разделка(кг.) | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 |

### Объем продаж (ед.)

| Строка        | 5.2009    | 6.2009    | 7.2009    | 8.2009    | 9.2009    | 10.2009   | 11.2009   | 12.2009   |
|---------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Тушка(кг.)    | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 | 240000,00 |
| Разделка(кг.) | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 | 960000,00 |

### Объем продаж (ед.)

| Строка        | 2010 год    | 2011 год    | 2012 год    | 1-5.2013   |
|---------------|-------------|-------------|-------------|------------|
| Тушка(кг.)    | 2880000,00  | 2880000,00  | 2880000,00  | 1200000,00 |
| Разделка(кг.) | 11520000,00 | 11520000,00 | 11520000,00 | 4800000,00 |

*Поступления от продаж (руб.)*

| Строка       | 9.2008              | 10.2008             | 11.2008             | 12.2008             | 1.2009              | 2.2009              |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Тушка        | 14059032,72         | 14171141,42         | 14284144,10         | 14398047,87         | 14512859,92         | 14628587,51         |
| Разделка     | 86517124,45         | 87207024,15         | 87902425,21         | 88603371,49         | 89309907,22         | 90022076,96         |
| <b>ИТОГО</b> | <b>100576157,18</b> | <b>101378165,58</b> | <b>102186569,31</b> | <b>103001419,36</b> | <b>103822767,14</b> | <b>104650664,47</b> |

*Поступления от продаж (руб.)*

| Строка       | 3.2009              | 4.2009              | 5.2009              | 6.2009              | 7.2009              | 8.2009              |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Тушка        | 14745237,92         | 14862818,52         | 14981336,72         | 15100800,00         | 15197959,00         | 15295743,13         |
| Разделка     | 90739925,65         | 91463498,56         | 92192841,34         | 92928000,00         | 93525901,55         | 94127650,02         |
| <b>ИТОГО</b> | <b>105485163,56</b> | <b>106326317,07</b> | <b>107174178,05</b> | <b>108028800,00</b> | <b>108723860,55</b> | <b>109423393,14</b> |

*Поступления от продаж (руб.)*

| Строка       | 9.2009              | 10.2009             | 11.2009             | 12.2009             | 2010 год             | 2011 год             | 2012 год             | 1-5.2013            |
|--------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|
| Тушка        | 15394156,40         | 15493202,87         | 15592886,60         | 15693211,70         | 196383069,74         | 211503290,56         | 224620815,67         | 97524329,93         |
| Разделка     | 94733270,15         | 95342786,86         | 95956225,23         | 96573610,47         | 1208511198,40        | 1301558711,16        | 1382281942,61        | 600149722,63        |
| <b>ИТОГО</b> | <b>110127426,55</b> | <b>110835989,73</b> | <b>111549111,82</b> | <b>112266822,17</b> | <b>1404894268,14</b> | <b>1513062001,72</b> | <b>1606902758,28</b> | <b>697674052,55</b> |



*Прямые издержки (руб.)*

| Строка          | 9.2008             | 10.2008            | 11.2008            | 12.2008            | 1.2009             | 2.2009             |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Тара и упаковка | 5407320,28         | 5450439,01         | 5493901,58         | 5537710,72         | 5581869,20         | 5626379,81         |
| Комбикорм       | 40554902,09        | 40878292,57        | 41204261,82        | 41532830,39        | 41864019,01        | 42197848,58        |
| <b>ИТОГО</b>    | <b>45962222,37</b> | <b>46328731,58</b> | <b>46698163,39</b> | <b>47070541,11</b> | <b>47445888,21</b> | <b>47824228,39</b> |

*Прямые издержки (руб.)*

| Строка          | 3.2009             | 4.2009             | 5.2009             | 6.2009             | 7.2009             | 8.2009             |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Тара и упаковка | 5671245,35         | 5716468,66         | 5762052,58         | 5808000,00         | 5845368,85         | 5882978,13         |
| Комбикорм       | 42534340,15        | 42873514,95        | 43215394,38        | 43560000,00        | 43840266,35        | 44122335,95        |
| <b>ИТОГО</b>    | <b>48205585,50</b> | <b>48589983,61</b> | <b>48977446,96</b> | <b>49368000,00</b> | <b>49685635,20</b> | <b>50005314,07</b> |

*Прямые издержки (руб.)*

| Строка          | 9.2009             | 10.2009            | 11.2009            | 12.2009            | 2010 год            | 2011 год            | 2012 год            | 1-5.2013            |
|-----------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Тара и упаковка | 5920829,38         | 5958924,18         | 5997264,08         | 6035850,65         | 75531949,90         | 81347419,45         | 86392621,41         | 37509357,66         |
| Комбикорм       | 44406220,38        | 44691931,34        | 44979480,57        | 45268879,91        | 566489624,25        | 610105645,86        | 647944660,60        | 281320182,48        |
| <b>ИТОГО</b>    | <b>50327049,77</b> | <b>50650855,52</b> | <b>50976744,65</b> | <b>51304730,56</b> | <b>642021574,15</b> | <b>691453065,30</b> | <b>734337282,01</b> | <b>318829540,15</b> |

**Общие издержки (по списку издержек) (руб.)**

| Строка                    | 7.2008 | 8.2008 | 9.2008            | 10.2008           | 11.2008           | 12.2008           | 1.2009            | 2.2009            |
|---------------------------|--------|--------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Административные издержки |        |        | 112652,51         | 113550,81         | 114456,28         | 115368,97         | 116288,94         | 117216,25         |
| Производственные издержки |        |        | 788567,54         | 794855,69         | 801193,98         | 807582,81         | 814022,59         | 820513,72         |
| Прочие издержки           |        |        | 337957,52         | 340652,44         | 343368,85         | 346106,92         | 348866,83         | 351648,74         |
| Маркетинговые издержки    |        |        | 112652,51         | 113550,81         | 114456,28         | 115368,97         | 116288,94         | 117216,25         |
| <b>ИТОГО</b>              |        |        | <b>1351830,07</b> | <b>1362609,75</b> | <b>1373475,39</b> | <b>1384427,68</b> | <b>1395467,30</b> | <b>1406594,95</b> |

**Общие издержки (по списку издержек) (руб.)**

| Строка                    | 3.2009            | 4.2009            | 5.2009            | 6.2009            | 7.2009            | 8.2009            | 9.2009            |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Административные издержки | 118150,94         | 119093,10         | 120042,76         | 121000,00         | 121778,52         | 122562,04         | 123350,61         |
| Производственные издержки | 827056,61         | 833651,68         | 840299,34         | 847000,00         | 852449,62         | 857934,31         | 863454,29         |
| Прочие издержки           | 354452,83         | 357279,29         | 360128,29         | 363000,00         | 365335,55         | 367686,13         | 370051,84         |
| Маркетинговые издержки    | 118150,94         | 119093,10         | 120042,76         | 121000,00         | 121778,52         | 122562,04         | 123350,61         |
| <b>ИТОГО</b>              | <b>1417811,34</b> | <b>1429117,16</b> | <b>1440513,15</b> | <b>1452000,00</b> | <b>1461342,21</b> | <b>1470744,53</b> | <b>1480207,35</b> |

**Общие издержки (по списку издержек) (руб.)**

| Строка                    | 10.2009           | 11.2009           | 12.2009           | 2010 год           | 2011 год           | 2012 год           | 1-5.2013          |
|---------------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Административные издержки | 124144,25         | 124943,00         | 125746,89         | 1573582,29         | 1694737,91         | 1799846,28         | 781444,95         |
| Производственные издержки | 869009,78         | 874601,01         | 880228,22         | 11015076,03        | 11863165,34        | 12598923,96        | 5470114,66        |
| Прочие издержки           | 372432,76         | 374829,00         | 377240,67         | 4720746,87         | 5084213,72         | 5399538,84         | 2344334,85        |
| Маркетинговые издержки    | 124144,25         | 124943,00         | 125746,89         | 1573582,29         | 1694737,91         | 1799846,28         | 781444,95         |
| <b>ИТОГО</b>              | <b>1489731,04</b> | <b>1499316,02</b> | <b>1508962,66</b> | <b>18882987,48</b> | <b>20336854,86</b> | <b>21598155,35</b> | <b>9377339,42</b> |

**Затраты на персонал (по списку должностей) (руб.)**

| Строка        | 9.2008           | 10.2008          | 11.2008          | 12.2008          | 1.2009           | 2.2009           | 3.2009           | 4.2009           |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Администрация | 281631,26        | 283877,03        | 286140,71        | 288422,43        | 290722,35        | 293040,62        | 295377,36        | 297732,74        |
| Котельная     | 152080,88        | 153293,60        | 154515,98        | 155748,11        | 156990,07        | 158241,93        | 159503,78        | 160775,68        |
| Электрики     | 39428,38         | 39742,78         | 40059,70         | 40379,14         | 40701,13         | 41025,69         | 41352,83         | 41682,58         |
| Рабочие       | 270366,01        | 272521,95        | 274695,08        | 276885,54        | 279093,46        | 281318,99        | 283562,27        | 285823,43        |
| <b>ИТОГО</b>  | <b>743506,54</b> | <b>749435,36</b> | <b>755411,47</b> | <b>761435,22</b> | <b>767507,02</b> | <b>773627,22</b> | <b>779796,24</b> | <b>786014,44</b> |

**Затраты на персонал (по списку должностей) (руб.)**

| Строка        | 5.2009           | 6.2009           | 7.2009           | 8.2009           | 9.2009           | 10.2009          | 11.2009          | 12.2009          |
|---------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Администрация | 300106,91        | 302500,00        | 304446,29        | 306405,11        | 308376,53        | 310360,63        | 312357,50        | 314367,22        |
| Котельная     | 162057,73        | 163350,00        | 164401,00        | 165458,76        | 166523,33        | 167594,74        | 168673,05        | 169758,30        |
| Электрики     | 42014,97         | 42350,00         | 42622,48         | 42896,72         | 43172,71         | 43450,49         | 43730,05         | 44011,41         |
| Рабочие       | 288102,63        | 290400,00        | 292268,44        | 294148,91        | 296041,47        | 297946,21        | 299863,20        | 301792,53        |
| <b>ИТОГО</b>  | <b>792282,23</b> | <b>798600,00</b> | <b>803738,22</b> | <b>808909,49</b> | <b>814114,04</b> | <b>819352,07</b> | <b>824623,81</b> | <b>829929,46</b> |

**Затраты на персонал (по списку должностей) (руб.)**

| Строка        | 2010 год           | 2011 год           | 2012 год           | 1-5.2013          |
|---------------|--------------------|--------------------|--------------------|-------------------|
| Администрация | 3933955,72         | 4236844,76         | 4499615,70         | 1953612,38        |
| Котельная     | 2124336,09         | 2287896,17         | 2429792,48         | 1054950,68        |
| Электрики     | 550753,80          | 593158,27          | 629946,20          | 273505,73         |
| Рабочие       | 3776597,50         | 4067370,97         | 4319631,07         | 1875467,88        |
| <b>ИТОГО</b>  | <b>10385643,11</b> | <b>11185270,17</b> | <b>11878985,44</b> | <b>5157536,68</b> |



### Налоговые выплаты (руб.)

| Строка             | 8.2008 | 9.2008           | 10.2008          | 11.2008          | 12.2008           | 1.2009            | 2.2009            | 3.2009            |
|--------------------|--------|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Налог на прибыль   |        |                  |                  |                  | 3259860,78        | 8220995,74        | 8373427,48        | 8529567,07        |
| НДС                |        |                  |                  |                  |                   |                   |                   |                   |
| Налог на имущество |        |                  | 668414,59        |                  |                   | 981646,53         |                   |                   |
| ЕСН                |        | 314219,38        | 316725,01        | 319250,62        | 321796,37         | 324362,42         | 326948,93         | 329556,07         |
| <b>ИТОГО</b>       |        | <b>314219,38</b> | <b>985139,60</b> | <b>319250,62</b> | <b>3581657,15</b> | <b>9527004,69</b> | <b>8700376,41</b> | <b>8859123,14</b> |

### Налоговые выплаты (руб.)

| Строка             | 4.2009            | 5.2009            | 6.2009            | 7.2009             | 8.2009             | 9.2009             | 10.2009            |
|--------------------|-------------------|-------------------|-------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Налог на прибыль   | 8687464,16        | 8845206,75        | 9006657,73        | 9168839,55         | 9299507,28         | 9416083,12         | 9937352,11         |
| НДС                |                   |                   | 534562,76         | 8102160,00         | 8154289,54         | 8206754,49         | 8259556,99         |
| Налог на имущество | 956476,10         |                   |                   | 931305,68          |                    |                    | 906135,25          |
| ЕСН                | 332183,99         | 334832,88         | 337502,88         | 339674,38          | 341859,86          | 344059,40          | 346273,08          |
| <b>ИТОГО</b>       | <b>9976124,26</b> | <b>9180039,62</b> | <b>9878723,37</b> | <b>18541979,61</b> | <b>17795656,68</b> | <b>17966897,01</b> | <b>19449317,44</b> |

### Налоговые выплаты (руб.)

| Строка             | 11.2009            | 12.2009            | 2010 год            | 2011 год            | 2012 год            | 1-5.2013            |
|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Налог на прибыль   | 10006304,95        | 10075697,12        | 126484782,54        | 137053312,14        | 146260310,53        | 63668094,81         |
| НДС                | 8312699,23         | 8366183,39         | 104693469,18        | 112843522,19        | 119933922,44        | 52072090,41         |
| Налог на имущество |                    |                    | 3372836,78          | 2970110,00          | 2567383,22          | 1132669,07          |
| ЕСН                | 348501,02          | 350743,28          | 4389161,61          | 4727098,54          | 5020275,23          | 2179668,77          |
| <b>ИТОГО</b>       | <b>18667505,20</b> | <b>18792623,79</b> | <b>238940250,10</b> | <b>257594042,87</b> | <b>273781891,42</b> | <b>119052523,06</b> |

### Прибыли-убытки (руб.)

| Строка                                    | 6.2007              | 3кв. 2007г.         | 4кв. 2007г.         | 1кв. 2008г.         | 2кв. 2008г.         | 3кв. 2008г.        |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| Валовый объем продаж                      |                     |                     |                     |                     |                     | 85234031,51        |
| Потери                                    |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Налоги с продаж                           |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Чистый объем продаж                       |                     |                     |                     |                     |                     | 85234031,51        |
| Материалы и комплектующие                 |                     |                     |                     |                     |                     | 42181680,65        |
| Сдельная зарплата                         |                     |                     |                     |                     |                     | 585937,23          |
| Суммарные прямые издержки                 |                     |                     |                     |                     |                     | 42767617,87        |
| Валовая прибыль                           |                     |                     |                     |                     |                     | 42466413,64        |
| Налог на имущество                        |                     |                     |                     |                     |                     | 668414,59          |
| Административные издержки                 |                     |                     |                     |                     |                     | 95468,23           |
| Производственные издержки                 |                     |                     |                     |                     |                     | 954682,25          |
| Маркетинговые издержки                    |                     |                     |                     |                     |                     | 95468,23           |
| Зарплата административного персонала      |                     |                     |                     |                     |                     | 354855,39          |
| Зарплата производственного персонала      |                     |                     |                     |                     |                     | 581962,84          |
| Зарплата маркетингового персонала         |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Суммарные постоянные издержки             |                     |                     |                     |                     |                     | 2082436,94         |
| Амортизация                               |                     |                     |                     |                     |                     | 1525480,23         |
| Проценты по кредитам                      |                     |                     |                     |                     |                     | 5334093,65         |
| Суммарные непроизводственные издержки     |                     |                     |                     |                     |                     | 6859573,88         |
| Другие доходы                             |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Другие издержки                           | 16949152,54         | 50847457,63         | 50847457,63         | 50847457,63         | 33898305,08         |                    |
| Убытки предыдущих периодов                |                     |                     |                     | 2966101,69          | 2966101,69          | 2966101,69         |
| Прибыль до выплаты налога                 | -16949152,54        | -50847457,63        | -50847457,63        | -50847457,63        | -33898305,08        | 32855988,23        |
| Суммарные издержки, отнесенные на прибыль |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Прибыль от курсовой разницы               |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Налогооблагаемая прибыль                  |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| Налог на прибыль                          |                     |                     |                     |                     |                     |                    |
| <b>Чистая прибыль</b>                     | <b>-16949152,54</b> | <b>-50847457,63</b> | <b>-50847457,63</b> | <b>-50847457,63</b> | <b>-33898305,08</b> | <b>32855988,23</b> |

### Прибыли-убытки (руб.)

| Строка                                    | 4кв. 2008г.        | 1кв. 2009г.        | 2кв. 2009г.        | 3кв. 2009г.        | 4кв. 2009г.        | 2010 год            |
|-------------------------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Валовый объем продаж                      | 259801825,63       | 266066606,08       | 272482453,49       | 278198881,57       | 283603325,19       | 1190588362,83       |
| Потери                                    |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Налоги с продаж                           |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Чистый объем продаж                       | 259801825,63       | 266066606,08       | 272482453,49       | 278198881,57       | 283603325,19       | 1190588362,83       |
| Материалы и комплектующие                 | 128573968,01       | 131674360,70       | 134849515,29       | 137678532,52       | 140353150,99       | 589213219,35        |
| Сдельная зарплата                         | 1785995,08         | 1829062,01         | 1873167,44         | 1912464,75         | 1949617,34         | 8184642,09          |
| Суммарные прямые издержки                 | 130359963,09       | 133503422,71       | 136722682,73       | 139590997,27       | 142302768,32       | 597397861,44        |
| Валовая прибыль                           | 129441862,55       | 132563183,37       | 135759770,76       | 138607884,30       | 141300556,86       | 593190501,39        |
| Налог на имущество                        | 981646,53          | 956476,10          | 931305,68          | 906135,25          | 880964,83          | 3272155,08          |
| Административные издержки                 | 290996,67          | 298013,67          | 305199,88          | 311602,69          | 317656,05          | 1333544,31          |
| Производственные издержки                 | 2909966,68         | 2980136,72         | 3051998,81         | 3116026,90         | 3176560,54         | 13335443,13         |
| Маркетинговые издержки                    | 290996,67          | 298013,67          | 305199,88          | 311602,69          | 317656,05          | 1333544,31          |
| Зарплата административного персонала      | 1081634,62         | 1107716,82         | 1134427,96         | 1158227,20         | 1180727,55         | 4956784,21          |
| Зарплата производственного персонала      | 1773880,77         | 1816655,58         | 1860461,85         | 1899492,61         | 1936393,19         | 8129126,11          |
| Зарплата маркетингового персонала         |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Суммарные постоянные издержки             | 6347475,41         | 6500536,46         | 6657288,37         | 6796952,08         | 6928993,39         | 29088442,08         |
| Амортизация                               | 4576440,68         | 4576440,68         | 4576440,68         | 4576440,68         | 4576440,68         | 18305762,71         |
| Проценты по кредитам                      | 13854821,02        | 10936717,16        | 8042367,58         | 3974994,10         |                    |                     |
| Суммарные непроизводственные издержки     | 18431261,70        | 15513157,84        | 12618808,25        | 8551434,78         | 4576440,68         | 18305762,71         |
| Другие доходы                             |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Другие издержки                           |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Убытки предыдущих периодов                | 2966101,69         | 2966101,69         | 2966101,69         | 2966101,69         | 2966101,69         | 11864406,78         |
| Прибыль до выплаты налога                 | 103681478,91       | 109593012,98       | 115552368,46       | 122353362,18       | 128914157,96       | 542524141,52        |
| Суммарные издержки, отнесенные на прибыль |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Прибыль от курсовой разницы               |                    |                    |                    |                    |                    |                     |
| Налогооблагаемая прибыль                  | 47836902,17        | 106626911,28       | 112586266,76       | 119387260,49       | 125948056,27       | 530659734,74        |
| Налог на прибыль                          | 11480856,52        | 25590458,71        | 27020704,02        | 28652942,52        | 30227533,50        | 127358336,34        |
| <b>Чистая прибыль</b>                     | <b>92200622,39</b> | <b>84002554,27</b> | <b>88531664,43</b> | <b>93700419,66</b> | <b>98686624,46</b> | <b>415165805,18</b> |



### Прибыли-убытки (руб.)

| Строка                                    | 2011 год            | 2012 год            | 1-5.2013            |
|-------------------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Валовый объем продаж                      | 1282255933,66       | 1361781998,55       | 591249197,08        |
| Потери                                    |                     |                     |                     |
| Налоги с продаж                           |                     |                     |                     |
| Чистый объем продаж                       | 1282255933,66       | 1361781998,55       | 591249197,08        |
| Материалы и комплектующие                 | 634578810,18        | 673935661,11        | 292604777,37        |
| Сдельная зарплата                         | 8814806,37          | 9361504,46          | 4064514,00          |
| Суммарные прямые издержки                 | 643393616,55        | 683297165,56        | 296669291,37        |
| Валовая прибыль                           | 638862317,11        | 678484832,98        | 294579905,71        |
| Налог на имущество                        | 2869428,31          | 2466701,53          | 908931,97           |
| Административные издержки                 | 1436218,56          | 1525293,46          | 662241,48           |
| Производственные издержки                 | 14362185,64         | 15252934,57         | 6622414,84          |
| Маркетинговые издержки                    | 1436218,56          | 1525293,46          | 662241,48           |
| Зарплата административного персонала      | 5338424,40          | 5669515,78          | 2461551,60          |
| Зарплата производственного персонала      | 8755016,02          | 9298005,88          | 4036944,62          |
| Зарплата маркетингового персонала         |                     |                     |                     |
| Суммарные постоянные издержки             | 31328063,18         | 33271043,15         | 14445394,03         |
| Амортизация                               | 18305762,71         | 18305762,71         | 7627401,13          |
| Проценты по кредитам                      |                     |                     |                     |
| Суммарные непроизводственные издержки     | 18305762,71         | 18305762,71         | 7627401,13          |
| Другие доходы                             |                     |                     |                     |
| Другие издержки                           |                     |                     |                     |
| Убытки предыдущих периодов                | 11864406,78         | 11864406,78         | 4943502,82          |
| Прибыль до выплаты налога                 | 586359062,91        | 624441325,60        | 271598178,59        |
| Суммарные издержки, отнесенные на прибыль |                     |                     |                     |
| Прибыль от курсовой разницы               |                     |                     |                     |
| Налогооблагаемая прибыль                  | 574494656,13        | 612576918,82        | 266654675,76        |
| Налог на прибыль                          | 137878717,47        | 147018460,52        | 63997122,18         |
| <b>Чистая прибыль</b>                     | <b>448480345,44</b> | <b>477422865,08</b> | <b>207601056,40</b> |

### Финансовые потоки (руб.)

| Строка                                    | 6.2007           | 3кв. 2007г.      | 4кв. 2007г.      | 1кв. 2008г.      | 2кв. 2008г.      | 3кв. 2008г.      |
|-------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| Поступления от продаж                     |                  |                  |                  |                  |                  | 100576157,18     |
| Затраты на материалы и комплектующие      |                  |                  |                  |                  |                  | 49774383,16      |
| Затраты на сдельную заработную плату      |                  |                  |                  |                  |                  | 465029,54        |
| Суммарные прямые издержки                 |                  |                  |                  |                  |                  | 50239412,71      |
| Общие издержки                            |                  |                  |                  |                  |                  | 1351830,07       |
| Затраты на персонал                       |                  |                  |                  |                  |                  | 743506,54        |
| Суммарные постоянные издержки             |                  |                  |                  |                  |                  | 2095336,61       |
| Вложения в краткосрочные ценные бумаги    |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Доходы по краткосрочным ценным бумагам    |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Другие поступления                        |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Другие выплаты                            |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Налоги                                    |                  |                  |                  |                  |                  | 314219,38        |
| Сальдо от операционной деятельности       |                  |                  |                  |                  |                  | 47927188,48      |
| Затраты на приобретение активов           |                  |                  |                  |                  | 72002666,67      | 144005333,33     |
| Другие издержки подготовительного периода | 20000000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 40000000,00      |                  |
| Поступления от реализации активов         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Приобретение прав собственности (акций)   |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Продажа прав собственности                |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Доходы от инвестиционной деятельности     |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Сальдо от инвестиционной деятельности     | -20000000,00     | -60000000,00     | -60000000,00     | -60000000,00     | -112002666,67    | -144005333,33    |
| Собственный (акционерный) капитал         |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Займы                                     | 20300000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 112002666,67     | 144005333,34     |
| Выплаты в погашение займов                |                  |                  |                  |                  |                  | 42593094,84      |
| Выплаты процентов по займам               |                  |                  |                  |                  |                  | 5334093,65       |
| Лизинговые платежи                        |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Выплаты дивидендов                        |                  |                  |                  |                  |                  |                  |
| Сальдо от финансовой деятельности         | 20300000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 60000000,00      | 112002666,67     | 96078144,85      |
| Баланс наличности на начало периода       |                  | 300000,00        | 300000,00        | 300000,00        | 300000,00        | 300000,00        |
| <b>Баланс наличности на конец периода</b> | <b>300000,00</b> | <b>300000,00</b> | <b>300000,00</b> | <b>300000,00</b> | <b>300000,00</b> | <b>300000,00</b> |

### Финансовые потоки (руб.)

| Строка                                    | 4кв. 2008г.      | 1кв. 2009г.      | 2кв. 2009г.      | 3кв. 2009г.        | 4кв. 2009г.         | 2010 год            |
|-------------------------------------------|------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------------|---------------------|
| Поступления от продаж                     | 306566154,25     | 313958595,17     | 321529295,12     | 328274680,25       | 334651923,72        | 1404894268,14       |
| Затраты на материалы и комплектующие      | 151717282,25     | 155375745,62     | 159122428,04     | 162460668,37       | 165616718,16        | 695271598,83        |
| Затраты на сдельную заработную плату      | 1417456,41       | 1451636,52       | 1486640,83       | 1517829,17         | 1547315,35          | 6495747,69          |
| Суммарные прямые издержки                 | 153134738,66     | 156827382,14     | 160609068,87     | 163978497,54       | 167164033,51        | 701767346,52        |
| Общие издержки                            | 4120512,83       | 4219873,59       | 4321630,31       | 4412294,09         | 4498009,73          | 18882987,48         |
| Затраты на персонал                       | 2266282,05       | 2320930,48       | 2376896,67       | 2426761,75         | 2473905,35          | 10385643,11         |
| Суммарные постоянные издержки             | 6386794,88       | 6540804,07       | 6698526,98       | 6839055,84         | 6971915,08          | 29268630,59         |
| Вложения в краткосрочные ценные бумаги    |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Доходы по краткосрочным ценным бумагам    |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Другие поступления                        |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Другие выплаты                            |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Налоги                                    | 4886047,37       | 27086504,23      | 29034887,24      | 54304533,29        | 56909446,43         | 238940250,10        |
| Сальдо от операционной деятельности       | 142158573,34     | 123503904,74     | 125186812,03     | 103152593,58       | 103606528,71        | 434918040,93        |
| Затраты на приобретение активов           |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Другие издержки подготовительного периода |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Поступления от реализации активов         |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Приобретение прав собственности (акций)   |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Продажа прав собственности                |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Доходы от инвестиционной деятельности     |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Сальдо от инвестиционной деятельности     |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Собственный (акционерный) капитал         |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Займы                                     |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Выплаты в погашение займов                | 128287057,03     | 112552744,89     | 117120431,97     | 55754671,28        |                     |                     |
| Выплаты процентов по займам               | 13854821,02      | 10936717,16      | 8042367,58       | 3974994,10         |                     |                     |
| Лизинговые платежи                        |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Выплаты дивидендов                        |                  |                  |                  |                    |                     |                     |
| Сальдо от финансовой деятельности         | -142141878,05    | -123489462,05    | -125162799,55    | -59729665,38       |                     |                     |
| Баланс наличности на начало периода       | 300000,00        | 316695,29        | 331137,98        | 355150,46          | 43778078,66         | 147384607,36        |
| <b>Баланс наличности на конец периода</b> | <b>316695,29</b> | <b>331137,98</b> | <b>355150,46</b> | <b>43778078,66</b> | <b>147384607,36</b> | <b>582302648,30</b> |



### Финансовые потоки (руб.)

| Строка                                    | 2011 год             | 2012 год             | 1-5.2013             |
|-------------------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
| Поступления от продаж                     | 1513062001,72        | 1606902758,28        | 697674052,55         |
| Затраты на материалы и комплектующие      | 748802996,01         | 795244080,11         | 345273637,30         |
| Затраты на сдельную заработную плату      | 6995878,07           | 7429765,44           | 3225804,76           |
| Суммарные прямые издержки                 | 755798874,09         | 802673845,55         | 348499442,06         |
| Общие издержки                            | 20336854,86          | 21598155,35          | 9377339,42           |
| Затраты на персонал                       | 11185270,17          | 11878985,44          | 5157536,68           |
| Суммарные постоянные издержки             | 31522125,04          | 33477140,80          | 14534876,09          |
| Вложения в краткосрочные ценные бумаги    |                      |                      |                      |
| Доходы по краткосрочным ценным бумагам    |                      |                      |                      |
| Другие поступления                        |                      |                      |                      |
| Другие выплаты                            |                      |                      |                      |
| Налоги                                    | 257594042,87         | 273781891,42         | 119052523,06         |
| Сальдо от операционной деятельности       | 468146959,73         | 496969880,52         | 215587211,34         |
| Затраты на приобретение активов           |                      |                      |                      |
| Другие издержки подготовительного периода |                      |                      |                      |
| Поступления от реализации активов         |                      |                      |                      |
| Приобретение прав собственности (акций)   |                      |                      |                      |
| Продажа прав собственности                |                      |                      |                      |
| Доходы от инвестиционной деятельности     |                      |                      |                      |
| Сальдо от инвестиционной деятельности     |                      |                      |                      |
| Собственный (акционерный) капитал         |                      |                      |                      |
| Займы                                     |                      |                      |                      |
| Выплаты в погашение займов                |                      |                      |                      |
| Выплаты процентов по займам               |                      |                      |                      |
| Лизинговые платежи                        |                      |                      |                      |
| Выплаты дивидендов                        |                      |                      |                      |
| Сальдо от финансовой деятельности         |                      |                      |                      |
| Баланс наличности на начало периода       | 582302648,30         | 1050449608,02        | 1547419488,54        |
| <b>Баланс наличности на конец периода</b> | <b>1050449608,02</b> | <b>1547419488,54</b> | <b>1763006699,88</b> |

## Финансовые показатели

| Строка                                            | 6-12.2007    | 2008 год      | 2009 год     | 2010 год     | 2011 год     | 2012 год      | 1-5.2013      |
|---------------------------------------------------|--------------|---------------|--------------|--------------|--------------|---------------|---------------|
| Коэффициент текущей ликвидности (CR), %           | 34,03        | 13,80         | 40,06        | 1905,22      | 3888,24      | 5799,95       | 7104,51       |
| Коэффициент срочной ликвидности (QR), %           | 34,03        | 13,80         | 40,06        | 1905,22      | 3888,24      | 5799,95       | 7104,51       |
| Чистый оборотный капитал (NWC), руб.              | -24237670,29 | -253386789,35 | -54233575,71 | 359979689,40 | 811691304,52 | 1294325716,06 | 1652643711,67 |
| Чистый оборотный капитал (NWC), EUR               | -695685,14   | -7272869,96   | -1556646,83  | 10332367,66  | 23297683,83  | 37150565,90   | 47435238,57   |
| Коэфф. оборачиваем. запасов (ST)                  |              |               |              |              |              |               |               |
| Коэфф. оборачиваем. дебиторской задолж. (CP)      |              |               |              |              |              |               |               |
| Коэфф. оборачиваем. кредиторской задолж. (CPR)    |              |               |              |              |              |               |               |
| Коэфф. оборачиваем. рабочего капитала (NCT)       |              | -1,36         | -20,29       | 3,31         | 1,58         | 1,05          | 0,86          |
| Коэфф. оборачиваем. основных средств (FAT)        |              | 3,71          | 6,59         | 8,00         | 9,83         | 12,15         | 14,31         |
| Коэфф. оборачиваем. активов (TAT)                 |              | 2,58          | 5,41         | 2,25         | 1,33         | 0,95          | 0,80          |
| Суммарные обязательства к активам (TD/TA), %      | 642,23       | 221,60        | 44,51        | 3,77         | 2,22         | 1,59          | 1,33          |
| Долгоср. обязат. к активам (LTD/TA), %            | 348,38       | 1,51          | 0,00         |              |              |               |               |
| Долгоср. обязат. к внеоборотн. акт. (LTD/FA), %   |              | 2,17          | 0,00         |              |              |               |               |
| Суммарные обязательства к собств. кап. (TD/EQ), % | -118,44      | -182,24       | 80,20        | 3,92         | 2,27         | 1,61          | 1,35          |
| Коэффициент покрытия процентов (TIE), раз         |              | 3,70          | 21,76        |              |              |               |               |
| Коэфф. рентабельности валовой прибыли (GPM), %    |              | 49,82         | 49,82        | 49,82        | 49,82        | 49,82         | 49,82         |
| Коэфф. рентабельности операц. прибыли (OPM), %    |              | 15,01         | 43,30        | 45,57        | 45,73        | 45,85         | 45,94         |
| Коэфф. рентабельности чистой прибыли (NPM), %     |              | 11,68         | 33,16        | 34,87        | 34,98        | 35,06         | 35,11         |
| Рентабельность оборотных активов (RCA), %         | -1626,68     | 99,39         | 1006,95      | 109,28       | 53,83        | 36,25         | 29,72         |
| Рентабельность внеоборотных активов (RFA), %      |              | 43,34         | 218,46       | 279,13       | 343,85       | 425,80        | 502,48        |
| Рентабельность инвестиций (ROI), %                | -1626,68     | 30,18         | 179,52       | 78,53        | 46,54        | 33,41         | 28,06         |
| Рентабельность собственного капитала (ROE), %     | 300,00       | -24,82        | 323,49       | 81,61        | 47,60        | 33,95         | 28,44         |

