

2024

Бизнес-план производства стирального порошка



Оглавление

1. РЕЗЮМЕ	4
1.1. Краткое описание проекта.	4
1.2. Цель проекта.	5
1.3. Краткое описание предлагаемого к производству продукта проекта и этапа, на котором находится разработка.....	5
1.4. Обоснование потенциала импортозамещения, соответствия проекта наилучшим доступным технологиям.	5
1.5. Основная информация по рынкам сбыта продукта проекта: емкость, динамика и перспективы развития.....	6
1.6. Краткое описание Заявителя и схемы реализации проекта.	6
1.7. Данные о компетенциях Заявителя и соисполнителей в проекте.....	7
1.8. Общий бюджет проекта с выделением доли финансирования со стороны Фонда.....	8
1.9. Схема и сроки участия Фонда в проекте.....	8
1.10. Планируемые результаты реализации проекта.	8
2. ИСТОРИЯ И ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ПРОЕКТА, ЕГО РАЗВИТИЕ.....	9
2.1. Предыдущие стадии проекта.	9
2.1.1. Основные этапы	9
2.1.2. Инвесторы.	9
2.1.3. Исполнители.....	9
2.1.4. Размер и структура понесенных затрат.	9
2.1.5. Результаты и права на них.....	9
2.2. Описание проекта.	9
2.2.1. Описание продукта проекта и области его применения.	9
2.2.2. Степень готовности продукта к выпуску, опыт Заявителя.....	10
2.2.3. Целевая аудитория и основные сегменты потребления.	10
2.2.4. Описание региона реализации проекта.....	10
2.3. Дальнейшее развитие проекта.....	14
2.3.1. Описание следующих стадий работ по проекту.....	14
2.3.2. Предполагаемый объем продаж.	15
3. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА	15
3.1. Общее описание целевого рынка.	15
3.2. Оценка объема рынка.	17
3.3. Структура и тенденции рынка.	17
3.3.1. Тенденции	17
3.3.2. Цены.....	19
3.3.3. Форматы торговых точек	20
3.4. Сравнительный анализ основных продуктов-конкурентов.	21
3.5. Описание текущей и прогнозной доли рынка.	24
3.6. Основные технологии производства.	25
3.7. Основные компании-конкуренты на рынке, потенциал импортозамещения продукта и планируемая доля замещения импорта компанией.....	25
3.8. Описание целевой аудитории потребителей.....	27
3.9. Тенденции развития рынка и прогноз к концу проекта.	28
4. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОЕКТА И ЭТАПЫ	29
4.1. Организационные задачи.	29

4.2.	Научно-технические задачи.....	30
4.3.	Патентно-правовые задачи.	30
4.4.	Инфраструктурные задачи (обеспечение ресурсами).	30
4.4.1.	Ресурсы, привлекаемые для реализации проекта.....	30
4.4.2.	Анализ производственной площадки.	30
4.4.3.	Анализ рынка ключевого сырья.	30
4.4.4.	Лабораторное и аналитическое оборудование.	31
4.4.5.	Производственно-технологическое оборудование.	31
4.4.6.	Описание причин выбора иностранного оборудования.....	31
4.4.7.	Комплектующие.....	31
4.4.8.	Другие требуемые нефинансовые ресурсы.	31
4.4.9.	Предложения по обеспечению ресурсами. План поставок.....	32
4.5.	Производственные задачи.	33
4.5.1.	Производственный план.....	33
4.5.2.	Обеспечение комплектующими и сырьем.	33
4.5.3.	Обеспечение качества. Описание системы менеджмента качества....	33
4.6.	Маркетинговая стратегия и задачи.....	34
4.6.1.	Сравнительный конкурентный анализ продукта проекта.	34
4.6.2.	Стратегия ценовой политики.	34
4.6.3.	Стратегия дистрибуции продукта проекта.	34
4.6.4.	Основные конкурентные преимущества продукта.	35
4.6.5.	Стратегия развития продаж.	35
4.6.6.	Стратегия продвижения и конкурентной борьбы.....	36
4.6.7.	Задачи по реализации маркетинговой стратегии.	36
4.6.8.	Профиль коммерческих затрат.....	37
4.6.9.	Информация о предварительно согласованных объемах закупок	37
4.7.	Кадровые задачи.	38
4.7.1.	Существующая управляющая команда.....	38
4.7.2.	Существующая команда ключевых специалистов.	38
4.7.3.	Структура управления.....	42
4.7.4.	Необходимые кадровые ресурсы.	43
4.7.5.	План набора/обучения.....	43
4.8.	Описание основных этапов проекта.	43
4.8.1.	Календарный график реализации проекта.....	43
4.8.2.	Взаимосвязь различных задач и результатов их решения.	48
4.8.3.	Ключевые точки контроля.....	48
4.9.	Система отчетности и контроля реализации проекта.....	48
4.10.	Система лицензирования и разрешительных процедур.....	49
4.10.1.	Перечень специальных разрешительных процедур.	49
4.10.2.	Перечень процедур сертификации продукта проекта.....	49
4.10.3.	Наличие международных сертификатов.....	50
4.10.4.	Перечень процедур для получения лицензий и разрешений.	50
4.10.5.	Нормативная база.	51
5.	ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН	51
5.1.	Принятые исходные данные.....	51
5.1.1.	Текущее финансовое состояние Заявителя.....	51
5.1.2.	План производства/сбыта, динамика по годам.....	52
5.1.3.	Профиль цен на продукт проекта, динамика по годам.	52
5.1.4.	Профиль производственных затрат, динамика по годам.	52
5.2.	Бюджет проекта (финансовый план).....	53
5.2.1.	Прогноз отчета о прибылях и убытках.	53

5.2.2.	Прогноз отчета о движении денежных средств.	53
5.2.3.	Баланс.	54
5.2.4.	Бюджет капитальных вложений.....	55
5.3.	Экономические показатели проекта, налоговые отчисления	55
5.4.	Финансирование проекта	56
5.4.1.	График финансирования проекта	56
5.4.2.	Предполагаемые источники финансирования и их стоимость	57
5.4.3.	График возврата займа Фонда	58
5.5.	Резюме по финансовому разделу проекта.	58
6.	ОЦЕНКА РИСКОВ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ	59
6.1.	Карта рисков проекта.	59
6.2.	Научно-технические риски.	59
6.3.	Риски производства и технологии.	60
6.4.	Рыночные риски.	60
6.5.	Операционные риски.	60
6.6.	Финансовые риски.....	61
6.7.	Прочие риски.	62
7.	УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ ФОНДА И ОСНОВНЫХ ИНВЕСТОРОВ	63
7.1.	Схема участия.....	63
7.2.	Сроки, стоимость и объемы финансирования.	63
7.3.	Обеспечение исполнения обязательств Заявителя по источникам финансирования.	63
8.	ВЫВОДЫ	64
	Приложение №1. Штатное расписание проекта	65
	Приложение №2. КП на поставку линии по производству стирального порошка	68
	Приложение №3. Результат поиска поставщиков	73
	Приложение №4. КП от компании «Балтийский лизинг»	74

На нашем сайте размещены другие [примеры разработанных нами бизнес-планов](#). Вы также можете ознакомиться с [отзывами наших заказчиков](#), описанием [процедуры заказа бизнес-планов и ТЭО](#). Узнайте как оптимизировать расходы на эту работу посмотрев видеопост ["Стоимость разработки бизнес-плана"](#) на нашем канале Rutube.

 Если вы [заполните этот вопросник для подготовки коммерческого предложения](#), мы пришлём вам КП, учитывающее возможности такой оптимизации.

1. РЕЗЮМЕ

1.1. Краткое описание проекта.

Инициаторы проекта планируют создать в порядке импортозамещения производство высокотехнологичного, экологичного стирального порошка, используемого потребителями в домашних условиях.

Порошок будет продаваться под брендом производителя, а также под частными брендами торговых сетей, в первую очередь, на территории РФ, далее ЕАЭС, далее СНГ.

В ходе анализа рынка (см. п. *) установлено, что в результате санкций недружественных стран, ухода ряда зарубежных производителей, на рынке РФ образовался дефицит качественного стирального порошка. Потенциал импортозамещения составляет не менее *,* млрд рублей в квартал (см. п. *.*).

Инициаторы проекта выбрали для производства российскую технологию, обеспечивающую высокие потребительские качества порошка и экономичность производства (см. Приложение №*, п. *.*).

В ходе подготовки проекта были достигнуты предварительные договорённости с поставщиками сырья (см. Приложение №*), получено КП от лизинговой компании (см. Приложение №*).

Данный бизнес-план разработан с целью получения финансирования от Фонда развития промышленности в форме кредита на сумму ** **** тыс. руб. сроком на * лет под *% годовых. Кредит будет использован для софинансирования первого лизингового платежа.

В результате реализации проекта будет создано современное, высокотехнологичное производство стирального порошка, способного заместить импортные аналоги. За период планирования (* лет) планируемое предприятие реализует продукцию более чем на *,* млрд. руб. без НДС и займёт в **** году *,**% российского рынка. За этот период предприятие получит чистую прибыль размером почти в *** млн. руб. без НДС.

Проект обладает высокими показателями эффективности:

Таблица 1. Показатели эффективности

Показатели	Ед.	Значение
Чистый доход (ЧД, PV) без дисконта	руб.	*** ** *
Внутренняя норма доходности (ВНД, IRR) в год	%	**, %
Чистый дисконтированный доход (ЧДД, NPV)	руб.	** ** *
Срок окупаемости с дисконтом, мес.	мес.	**
Индекс доходности		*, *
Дисконтированный индекс прибыльности (DPI)		*, *

Инициаторы проекта видят возможные риски проекта (см. п. *) и знают, как минимизировать их последствия.

Проведённый в бизнес-плане анализ доказывает своевременность и экономическую целесообразность данного проекта.

1.2. Цель проекта.

Целью проекта является создание в порядке импортозамещения высокотехнологичного, экологического производства стирального порошка, а также организация сбыта, способного продавать объёмы продукции, соответствующие максимальной мощности оборудования.

1.3. Краткое описание предлагаемого к производству продукта проекта и этапа, на котором находится разработка.

Продукт проекта – это стиральный порошок, используемый потребителями в домашних условиях. Стиральный порошок применяется для стирки белья в стиральных машинах и ручным способом.

В ходе подготовки проекта были проведены переговоры с производителем оборудования (см. Приложение №*), достигнуты предварительные договорённости с поставщиками сырья (см. Приложение №*), получено КП от лизинговой компании (см. Приложение №*), разработан бизнес-план.

Цель финансирования со стороны Фонда – софинансирование приобретения в лизинг оборудования для производства экологичного, высокоэффективного стирального порошка, способного заместить импортные аналоги.

Возврат кредита Фонда планируется в течение * лет. За этот срок предприятие окупит все инвестиции и будет готово к освоению производства других высокотехнологичных моющих средств.

1.4. Обоснование потенциала импортозамещения, соответствия проекта наилучшим доступным технологиям.

Потенциал импортозамещения.

В результате анализа рынка (см. п.*) установлено, что хотя доля рынка торговых марок порошков, принадлежащих иностранным брендам, сокращается, она составляет не менее **% в денежном исчислении.

Как указано в п.*, объём рынка порошков РФ за первый квартал **** года составил *,** млрд рублей. То есть потенциал импортозамещения составляет не менее *,* млрд рублей в квартал.

Соответствие проекта наилучшим доступным технологиям

Существует несколько технологий производства стиральных порошков. Среди них:

- распылительная сушка, которая используется для детергентов низкой плотности;
- сухое смешение продуктов высокой плотности;
- метод агломерации, выбранный для реализации проекта.

В прошлом в основном применялся метод распылительной сушки. Водный раствор поверхностно-активных веществ (ПАВ) и наполнитель подаются через форсунки в колонну. В результате получается мягкий порошок с насыпной плотностью от *,** до *,* г/мл.

При распылительной сушке ПАВ могут находиться в водном растворе с низким содержанием активного вещества. Лишняя вода удаляется в процессе сушки. Сушка происходит при распылении раствора в сушильной башне под давлением **_** атмосфер и при высокой температуре. Это значительно увеличивает себестоимость производственных затрат и конечного продукта. Кроме того, оборудование для этого метода стоит дорого.

Сухое смешение заключается непосредственно в смешении сухих порошковых ингредиентов. Этот метод имеет ряд недостатков. В частности, это ограниченный выбор ПАВ в порошковой форме, а также неоднородность состава, вызываемая различием в плотности компонентов.

При агломерации требуются ПАВ с высоким содержанием активного вещества. Агломерация включает процесс объединения сухих веществ с жидкими связующими для получения гранулированных частиц. Плотность продуктов агломерации, как правило, лежит между *,* и *,* г/мл, чаще всего - ближе к верхней границе интервала. Эта технология позволяет получить стиральный порошок с высокими потребительскими свойствами по низкой цене. Стоит отметить, что оборудование для данной технологии стоит в десятки раз дешевле оборудования для распылительной сушки.

Таким образом, выбранный метод базируется на лучшей на данный момент технологии.

1.5. Основная информация по рынкам сбыта продукта проекта: емкость, динамика и перспективы развития.

Анализ рынка (см. п. *) показал, что

- Объём рынка порошков за первый квартал **** года составил *,** млрд рублей (см. п. *.*),
- Прогнозируемая динамика рынка – увеличение не менее чем на *% в год (п. *.*),
- Перспективы рынка стиральных порошков положительные, так как потребность в стирке вещей будет у людей всегда, а уровень продаж порошков в РФ по сравнению с европейскими странами ниже в *-* раза (п. *.*).

1.6. Краткое описание Заявителя и схемы реализации проекта.

...

1.7. Данные о компетенциях Заявителя и соисполнителей в проекте.

...

1.8. Общий бюджет проекта с выделением доли финансирования со стороны Фонда.

Общий бюджет проекта составляет *** *** ** руб.

Из них собственные средства - *** ** руб., кредит Фонда - ** ** руб., то есть **, % от общего бюджета.

1.9. Схема и сроки участия Фонда в проекте.

- Объём финансирования от ФРП - ** ** руб.
- Процент по договору займу – % годовых.
- Срок займа ** мес.
- График погашения обязательств по договору займу: тело займа гасится ежеквартально равномерно в последние два года, проценты – ежеквартально (с первого квартала после предоставления займа).

1.10. Планируемые результаты реализации проекта.

В результате реализации проекта будет создано современное, высокотехнологичное производство стирального порошка, способного заместить импортные аналоги. За период планирования (* лет) производство достигнет следующих результатов:

Таблица 2. Показатели результативности проекта, тыс. руб. без НДС

Статья	ИТОГО
Выручка	* ** **
Расходы	* ** **
Валовая прибыль	** ** **
Прибыль до налогообложения	** ** **
Выплаты налога на прибыль государству	** ** **
Чистая прибыль	** ** **

Таблица 3. Показатели эффективности проекта

Показатели	Ед.	Значение
Чистый доход (ЧД, PV) без дисконта	руб.	** ** **
Внутренняя норма доходности (ВНД, IRR) в год	%	**, %
Чистый дисконтированный доход (ЧДД, NPV)	руб.	** ** **
Чистый дисконтированный доход (ЧДД, NPV) с терминальной стоимостью (TV)	руб.	* ** ** **
Срок окупаемости, мес.	мес.	**
Срок окупаемости с дисконтом, мес.	мес.	**
Индекс доходности		*, *
Дисконтированный индекс прибыльности (DPI)		*, *

2. ИСТОРИЯ И ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ПРОЕКТА, ЕГО РАЗВИТИЕ

2.1. Предыдущие стадии проекта.

2.1.1. Основные этапы

За период подготовки проекта были проведены следующие работы:

- ...

2.1.2. Инвесторы.

Все выполненные на данный момент работы были профинансированы инициаторами проекта.

2.1.3. Исполнители.

Все выполненные на данный момент работы были выполнены самими инициаторами проекта.

2.1.4. Размер и структура понесенных затрат.

Общая сумма затрат составила порядка *** тыс. руб. Из них *** тыс. руб. - маркетинговое исследование, *** тыс. руб. – командировки, представительские расходы.

2.1.5. Результаты и права на них.

Результаты:

- Определена тактика продаж продукции в розничные сети,
- Определён поставщик оборудования,
- Определены поставщики сырья,
- Получено одобрение проекта от лизинговой компании.

Всеми правами на полученные результаты обладают инициаторы проекта.

***.*. Описание проекта.**

2.2.1. Описание продукта проекта и области его применения.

Продукт проекта – это стиральный порошок, используемый потребителями в домашних условиях. Стиральный порошок применяется для стирки белья в стиральных машинах и ручным способом.

Порошок будет продаваться конечным потребителям под брендом производителя, а также под частными брендами торговых сетей, для которых будет организовано контрактное производство.

2.2.2. Степень готовности продукта к выпуску, опыт Заявителя.

Вся необходимая документация на оборудование для производства порошка у производителя имеется.

Получено подтверждение готовности профинансировать проект со стороны лизинговой компании «Балтийский лизинг».

Инициаторы проекта ожидают решения Фонда Развития Промышленности о софинансировании проекта.

....

2.2.3. Целевая аудитория и основные сегменты потребления.

Потребители стирального порошка – физические лица, использующие порошок для личных нужд.

Порошок на рынок потребителей будет поставляться через торговую сеть предприятия - это дистрибьюторы, федеральные розничные сети оптовые компании, клининговые компании, маркетплейсы, продавцы маркетплейсов.

2.2.4. Описание региона реализации проекта.

....

2.2.5. Описание общего технического уровня технологии и продукта проекта.

Особенность планируемой технологии получения порошкообразного гранулированного не пылящего стирального порошка заключается в следующем.

-

2.2.6. Описание планируемых результатов.

В результате реализации проекта будет создано современное, высокотехнологичное производство стирального порошка, способного заместить импортные аналоги. За период планирования (* лет) производство достигнет следующих результатов:

Таблица 4. Показатели результативности проекта, тыс. руб. без НДС

Статья	ИТОГО
Выручка	* *** **
Расходы	* *** **
Валовая прибыль	*** **
Прибыль до налогообложения	*** **
Выплаты налога на прибыль государству	** **
Чистая прибыль	*** **

2.2.7. Свойства и технические параметры, сравнение с аналогами, уникальность.

Уникальность

....

Свойства и технические параметры сухого стирального порошка, произведенного по методу ко-грануляции:

...

Сравнение с аналогами

...

2.2.8. Примерная себестоимость и ее составляющие.

Предприятие будет производить и поставлять по разным каналам продаж разные модификации своего продукта – стирального порошка. Себестоимость по разным каналам представлена в следующей таблице.

Таблица 5. Себестоимость продукции по разным каналам

...

Себестоимость будет зависеть от процента ПАВ собственного производства.

Таблица 6. Рецептура стирального порошка (соапсток/животный жир) на * кг по весу**

...

2.2.9. Модель получения дохода от продажи продукта проекта.

Доход от продажи стирального порошка будет образовываться за счёт разницы между ценой продаж продукции и себестоимостью. Продажи будут организованы через торговых партнёров предприятия конечным потребителям – жителям РФ, ЕАЭС, а в дальнейшем в страны СНГ.

.. Дальнейшее развитие проекта.

..*. Описание следующих стадий работ по проекту.

Для выхода на рынок инициаторам проекта нужно решить следующие задачи:

1. ...

В перспективе инициаторы проекта планируют организовать производство других чистящих средств, технического порошка.

2.3.2. Предполагаемый объем продаж.

План продаж основан на календарном графике ввода производственных линий в эксплуатацию, а также темпе достижения максимальной производительности оборудования (см. Таблица 16). План продаж предполагает успешную реализацию запланированной в бизнес-плане маркетинговой стратегии (см. п. *.*).

Таблица 7. План продаж, тыс. руб. без НДС

	ИТОГО	****	****	****	****	****	****
Продажи	* *** **	*	*** **	*** **	*** **	*** **	* *** **

3. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОГО РЫНКА

3.1. Общее описание целевого рынка.

В последние годы на рынке стиральных порошков произошли большие изменения.

В **** г объем ввоза бытовой химии в Россию снизился на *,*% и составил ***,* млн шт.¹ Падение импорта было связано с резким удорожанием иностранной продукции на фоне девальвации рубля и нарушением логистических цепочек из-за пандемии.

В марте **** года спрос на стиральные порошки, как и на ряд других товаров длительного хранения — средства для уборки, прокладки и подгузники, — резко вырос, что привело к отсутствию некоторых позиций на полках². Тогда продажи бренда Ariel, по данным ..., подскочили в сравнении с мартом ****-го на **% в штуках, а Tide — на **,%. В последующие месяцы продажи этих брендов находились в отрицательной зоне и к сентябрю не смогли вернуться к положительному показателю. При этом в целом продажи в категории стиральных порошков, которые в апреле просели после ажиотажного спроса, позднее вернулись к своим обычным значениям.

Массовые закупки со стороны потребителей начались на фоне значительного ослабления рубля и публичных заявлений международных производителей продукции повседневного спроса о приостановке инвестиций в российский рынок и сокращении ассортимента в стране.

По оценкам ...³, в **** г импорт бытовой химии в Россию снизился на *,*% и составил ***,* млн шт. Дело в том, что после начала спецоперации на Украине многие транснациональные компании ограничили сотрудничество с российскими предприятиями до нормализации внешнеполитической обстановки. Procter & Gamble (лидер российского рынка бытовой химии и владелец брендов Fairy, Tide, Ariel, Lenor, Mr. Proper и др.), Unilever, Kao Group снизили поставки, сократили ассортимент и приостановили рекламную и инвестиционную деятельность в России. Немецкий концерн Henkel (Persil, «Пемос», Losk, «Ласка») принял решение уйти из страны и продал российский бизнес местным инвесторам.

Свой путь у британской Reckitt Benckiser (Dosia, Vanish, Finish, Calgon, Tired и т.д.), которая занимает около *% рынка бытовой химии в России. Компания вроде бы продаёт бизнес в РФ, но при этом, как уточнили в её «внешней пресс-службе», «не заявляла об уходе с российского рынка». Dosia, Vanish, Finish, Calgon, Tired и т.д. останутся с нами.

Ассортимент бытовой химии и средств для персонального ухода в российских магазинах в марте—апреле **** года резко сократился, следует из результатов

1 ***

2 ***

3 ***

проведенного ... аудита розничной торговли⁴. Больше всего сузился ассортимент стиральных порошков: число товарных позиций сократилось на **, *% к аналогичному периоду прошлого года.

Директор по работе с ретейлом российского офиса ... объяснил сужение ассортимента тем, что с началом «военной спецоперации» на Украине одни поставщики больше не могут поставлять свою продукцию, другие столкнулись трудностями с сырьем, ингредиентами и комплектующими, плюс сказался ажиотажный спрос марта, когда покупатели запасались товарами длительного хранения. Базовая продукция международных брендов в основном производилась в России, но отдельные продукты лимитированных линеек поставлялись из-за рубежа, отметил ...

Наибольшее падение импорта в **** г отмечалось по следующим направлениям: Италия (на **, * млн шт.), Германия (на **, * млн шт.), Великобритания (на **, * млн шт.), Франция (на **, * млн шт.). При этом существенно выросли поставки из Турции (на **, * млн шт.), Польши (на **, * млн шт.) и Китая (на **, * млн шт.).

С декабря **** г в России действует пошлина в размере **% на ввоз моющих и чистящих средств из США, Канады, Великобритании, Австралии, Новой Зеландии и Польши⁵. Ввод повышенной пошлины привёл к удорожанию продукции из «недружественных стран». Это негативно отразилось на спросе на эту продукцию, доля которой в **** г была достаточно высокой – **, *% в натуральных поставках бытовой химии на российский рынок и **% – в стоимостных.

3.2. Оценка объема рынка.

Объем рынка средств для стирки за первый квартал **** года составил в денежном выражении **, * млрд рублей, почти не изменившись по сравнению с аналогичным периодом **** года⁶. Крупнейшим сегментом рынка средств для стирки (как в денежном выражении, так и в штуках) в РФ является рынок стирально-моющих средств (СМС), то есть порошков, гелей, капсул и пластин, на который в первом квартале **** года приходилось **% продаж в рублях.

В **** году доля порошков составила **, *%. То есть объём рынка порошков за первый квартал **** года составил *, ** млрд рублей.

3.3. Структура и тенденции рынка.

3.3.1. Тенденции

В результате с весны **** года в потреблении на рынке стиральных порошков произошли структурные изменения: покупатели чаще отказываются от

4***

5***

6***

популярных иностранных брендов в пользу отечественных, отмечают в своем обзоре эксперты платформы ...⁷.

Тенденцию можно наблюдать на примере двух брендов — абсолютных лидеров по популярности и узнаваемости среди российских потребителей стиральных порошков. Это марки Ariel и Tide, которые выпускает американский концерн Procter & Gamble. По данным исследования ..., в третьем квартале **** года бренд Ariel знали **, % потребителей, бренд Tide — **, %, а пользовались ими, соответственно, ** и **, % россиян (речь идет о потребителях стиральных порошков старше ** лет, которые проживают в российских городах с населением более *** тыс. человек).

Как показывают данные ..., в третьем квартале **** года Ariel и Tide по сравнению с прошлым годом снизили свою долю в потребительской корзине россиян. Снижение доли Ariel составило *, % процентного пункта год к году, у Tide — *, % процентного пункта (в июле—сентябре ****-го продукцию под этими марками покупали **, * и **, % россиян соответственно). При этом доля входящего в десятку самых популярных у потребителей российского бренда «Ушастый нянь» заметно выросла и составила в июле—сентябре ****-го **, % против *, % годом ранее. Информацию подтвердил и российский ретейлер «Магнит». В его магазинах продажи отечественного порошка выросли примерно на ** процентов по сравнению с прошлым годом.

...

Рисунок 1. Как изменился объём продаж иностранных и отечественных брендов стиральных порошков. Динамика на сентябрь ** года в штуках, год к году, %**

С января по сентябрь **** года в целом динамика продаж стиральных порошков оказалась отрицательной по данным агентства ...⁸. При этом наибольшее падение демонстрирует премиальный ценовой сегмент - минус **, %. В среднем ценовом сегменте снижение не такое внушительное - минус *, %. Тогда как более мелкие и более дешевые бренды росли в продажах с апреля по сентябрь **** года. И среди ключевых растущих торговых марок (в натуральном выражении) преобладают российские бренды. У некоторых из них доли выросли в семь раз. Если в прошлом году доля продаж недорогих стиральных порошков составляла **, %, в этом эконом-сегменте приобрели уже **%.

⁷ ***

⁸ ***

3.3.2. Цены

Средняя стоимость продукции в категории стиральных порошков, по данным платформы ..., с января по начало октября **** года выросла на **%, до *** руб. Цена в сентябре **** года по сравнению с аналогичным месяцем предыдущего года выросла как у международных марок, так и у российских брендов.

...

Рисунок 2. Как изменилась стоимость иностранных и отечественных брендов стиральных порошков, цена за штуку, руб.

К примеру, у бренда Tide, чьи продажи за год сократились в среднем на **% в натуральном выражении и на **% в денежном, цена выросла на **% — с *** до ***, * руб. А цена на отечественный порошок Sarna (производитель «Невская косметика») выросла в сентябре на **% относительно **** года, до *** руб., порошок «Ушастый нянь» от того же производителя подорожал на **%, до *** руб. У марки «Биолан», которую производит «Нэфис косметикс», цена выросла за год на **%, до ** руб.

Рост цен на отечественные марки порошков эксперты объясняют тем, что с марта по июнь российские предприятия испытывали значительные сложности с поставками компонентов для производства. Некоторые крупные европейские концерны, например британский Croda, приостановили поставки сырья, и переключение на других поставщиков увеличило как стоимость компонентов, так и логистики, отмечает эксперт. Для российских компаний выросла и цена производства: выросший объем заказов потребовал инвестиций в расширение производства и возможностей по доставке.

3.3.3. Форматы торговых точек

Ключевым форматом по продажам СМС по-прежнему остается формат минимаркетов, он составляет долю в продажах **, %⁹. При этом минимаркеты показали снижение продаж в рублях *, % и в штуках на *, % к первому кварталу **** года.

...

Рисунок 3. Динамика продаж средств для стирки по форматам торговых точек. Первый квартал **-**** гг. год к году**

В других форматах: гипермаркеты показали снижение продаж в рублях на *, % и в штуках на %. Интернет-магазины сократили продажи в рублях на *, % и в штуках на **, %. Несмотря на снижение продаж, средняя цена за штуку выросла на *, % для гипермаркетов и на *, % для интернет-магазинов. Интересно, что в минимаркетах средняя цена за штуку немного снизилась – на *, %. Супермаркеты,

⁹ ***

напротив, продемонстрировали положительную динамику продаж в рублях, увеличив их на *,*%, в то время как количество проданных штук снизилось на *%. Средняя цена за штуку в супермаркетах увеличилась на *,*%.

Несмотря на общий рост средней цены за штуку, гипермаркеты и интернет-магазины столкнулись с существенным снижением объемов продаж, тогда как супермаркеты смогли увеличить выручку за счет роста цен, несмотря на незначительное снижение количества проданных товаров. Согласно прогнозу ..., в ****-**** годах на рынке СМС продолжат доминировать международные бренды, включая те, которые закрепились на российском рынке надолго. В остальных сегментах рынка, вероятнее всего, продолжится перераспределение долей в пользу отечественных торговых марок.

3.4. Сравнительный анализ основных продуктов-конкурентов.

В **** г. ... провело лабораторное исследование порошков семи марок — «Аист», Ariel, BiMax, Dosia, «Миф», Persil и Tide¹⁰. По результатам экспертизы самым эффективным был признан «Аист». Остальные средства оказались хуже по качеству. Порошки Dosia, «Миф», BiMax и Ariel после нескольких стирок делали одежду жёсткой и грубой. Persil, Tide, BiMax и «Миф» не до конца отстирывали пигментно-масляные загрязнения и делали ткань серой. В то же время все исследуемые средства удаляли кровь (белковые загрязнения), хотя, согласно маркировке, для этого не были предназначены.

С точки зрения действующего в России законодательства все товары оказались безопасными, ими можно пользоваться. Однако наличие в их составе фосфатов означает, что порошки не являются безвредными для окружающей среды.

В России в **** году насчитывается более *** брендов, под которыми в рознице продаются средства для стирки¹¹. Такое разнообразие объясняется тем, что некоторые иностранные компании остались на российском рынке, хотя и ограничились инвестициями и объёмы производства. Другие компании продали свои предприятия российским инвесторам, сохранив при этом свои известные бренды на рынке. Кроме того, многие ушедшие бренды быстро заменили российские аналоги.

...

Рисунок 4. Доли рынка торговых марок стиральных порошков

В сегменте СМС на продажи десяти крупнейших брендов пришлось **, *% продаж в рублях и **, *% продаж в штуках. По сравнению с первым кварталом **** года доля продаж десяти крупнейших брендов в рублях снизилась на *, * процентного пункта, а в штуках – на * процентный пункт, так как за год, соответственно, выросла доля продаж менее известных торговых марок. В том числе **, *% объема продаж в рублях и **, *% объема продаж в штуках в **** году пришлось всего на

¹⁰ ***

¹¹ ***

четыре торговые марки – «Персил», Tide, Ariel и «Лоск» (до **** года их доли на рынке составляли, соответственно, **% в рублях и **% в штуках). После смены собственника названия торговых марок бывшего российского подразделения Henkel стали воспроизводиться на русском языке.

Основной причиной сокращения долей международных брендов стали высокие цены и рост спроса на высококачественные, но менее дорогостоящие российские бренды (Vimax, Synergetic) и на СТМ.

...

Рисунок 5. ТОП- брендов средств для стирки. Первый квартал ****-**** гг. год к году**

...

Рисунок 6. ТОП- брендов средств для стирки по доле рынка. Первый квартал ****-**** гг. год к году**

Исполнительный директор ...отмечает, что поскольку ассортимент популярных международных брендов сократился, то освободившееся место на полке федеральные ретейлеры отдали российским производителям и новым импортным маркам из стран Юго-Восточной Азии.

Рост спроса на российские средства для стирки во втором и третьем кварталах **** года в натуральном выражении подтверждает и второй по обороту российский ретейлер «Магнит». В его магазинах продажи отечественной продукции весной и летом выросли примерно на **% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. «Доля российских средств для стирки в ассортименте сети удвоилась и сейчас составляет **%, в продажах — **%», — рассказал представитель «Магнита». Рост спроса на отечественную продукцию в «Магните» связывают со снижением ассортимента международных брендов, более привлекательной ценой российских порошков и сохранением промоакций отечественными поставщиками.

Как ранее отмечали аналитики исследовательской компании Nielsen, в стиральных порошках уже весной наблюдалось самое заметное сужение ассортимента: количество товарных позиций в марте—апреле **** года сократилось почти на **% к аналогичному периоду прошлого года.

Исследование аналитической компании ... показало, что как только зарубежные фирмы заявили о прекращении или сокращении работы в нашей стране, отношение россиян к ним резко ухудшилось. Негативно настроены **% покупателей. Многолетние усилия и огромные финансовые вливания корпораций в борьбу за потребителей обесцениваются. А это значит, многие покупатели легко откажутся от привычных марок и перейдут на другие.

3.5. Описание текущей и прогнозной доли рынка.

На момент разработки бизнес-плана предприятие стиральный порошок не производило.

Как показано в п. *. * объём рынка стиральных порошков РФ в первом квартале **** года составил *, ** млрд. руб. с НДС, то есть объём продаж за год можно

ожидать в размере **, ** млрд. руб. с НДС. При условии %-ого роста рынка (см. п. *.*) доля предприятия при выходе на проектную мощность в **** году составит **, **%:

Таблица 8.Расчёт доли рынка предприятия

	****	****	****	****	****	****
Объём рынка, млрд. руб. с НДС	**, **	**, **	**, **	**, **	**, **	**, **
Объём продаж, млн. руб. с НДС	*	**, **	**, **	**, **	**, **	**, **
Доля рынка	**, **%	**, **%	**, **%	**, **%	**, **%	**, **%
Темп роста рынка	%	%	%	%	%	%

3.6. Основные технологии производства.

Технология производства стирального порошка состоит из двух основных процессов: приготовления композиции и сушки¹². Далее идет оформление товарного вида продукции – расфасовка и упаковка.

Приготовление композиции состоит в смешивании поверхностно-активных веществ с добавками в определенных соотношениях. Их дозировка и отбор контролируется программным обеспечением, в зависимости от особенностей порошка и его назначения. Разработкой состава порошков занимаются специалисты-химики.

Раствор с композитами фильтруется и пропускается через коллоидную мельницу. В композитном составе моющих средств содержится около **-% твердых веществ и **-% воды. Сушка раствора производится путем его распыления в сушильной башне форсунками под давлением в **-** атмосфер и при температуре ***°С. Этот способ сушки дает качественный гранулированный порошок.

Есть еще один способ распыления, менее востребованный – во вращающихся дисках при температуре ***-***°С. Порошок получается менее качественный, пылевидной структуры. В результате хранения или транспортировки в таком порошке образуются комки, что связано с потерями продукта.

Технологическая цепочка производства продукции выглядит следующим образом:

-

3.7. Основные компании-конкуренты на рынке, потенциал импортозамещения продукта и планируемая доля замещения импорта компанией.

Наибольшая доля рынка стиральных порошков в России в **** году контролируется по-прежнему международными брендами, хотя эта доля за год

¹² ***

достаточно чувствительно сократилась – на *,* процентного пункта в рублях и на * пункта в штуках. В десять крупнейших брендов рынка стиральных порошков в **** и **** годах входили также международные бренды «Ласка» (бывший Henkel), «Миф» (Procter&Gamble), Dosia (которой владеет российский преемник британской корпорации Reckitt Benckiser), а также российские бренды Vimax, принадлежащий компании «Нэфис Косметикс», Synergetic от одноименного российского производителя и СТМ.

Надо сказать, выход из игры крупнейших конкурентов воодушевил российских производителей. И никакие «волшебные концентраты» для них не проблема: есть и налаженное производство, и кадры, и лаборатории. Гендиректор ... уже отмечает рост продаж в марте – начале апреля **** г., причём в основном продукции низкого ценового сегмента¹³. Компания занимает почти *% рынка бытовой химии в РФ и сейчас ищет возможности замещения импортных компонентов. «Вместо США мы планируем приобретать альфа-олеины для производства поверхностно-активных веществ в Татарстане, — рассказывает Лаврикова. — В нефтяном кластере республики их уже выпускают. С объёмами поставок проблем не будет — мощности и запасы сырья позволяют».

Производители российской экологичной бытовой химии, которые совсем недавно начали бороться за признание потребителей, тоже надеются расширить долю на освобождающемся рынке. Соперничать с транснациональными компаниями и их рекламными бюджетами непросто, но за последний месяц и у них продажи выросли. Как рассказал руководитель отдела маркетинга ..., сейчас предприятие держится за счёт запасов сырья, параллельно налаживает логистику и оперативно организует собственное производство некоторых компонентов — уже начали делать фруктовые и овощные экстракты. К повышению спроса здесь готовы. «Даже при полном выходе зарубежных производителей с российского рынка без бытовой химии мы точно не останемся», — уверен он.

В России порошки и гели производят не только крупные фабрики, но и семейные предприятия. Одно из них — «Папа Слон» — с **** г. выпускает в Челябинске авторскую бытовую экохимию. Спрос на продукцию растёт. Владелец бренда Анна Бонькина планирует переходить полностью на российское сырьё. «Главное, что проблем с доставкой не будет», — говорит она, ведь часть сырья, которая поступала раньше из-за границы, теперь не привозится.

Пока небольшие российские производители бытовой химии, которые ещё не смогли пробиться в торговые сети из-за засилья мощных западных конкурентов, развивают интернет-магазины и осваивают маркетплейсы. Но покупатели по всей стране, судя по отзывам в соцсетях, мечтают видеть их продукцию в магазинах «у дома».

¹³ ***

По данным торговых сетей¹⁴, продажи российских средств для стирки в натуральном выражении выросли в **** году примерно на **% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, рассказал По его словам, доля отечественных средств для стирки в ассортименте сетей выросла в среднем в два раза, до **-%.

Особенно активно растут продажи товаров низкого ценового сегмента - на него сегодня приходится почти **% продаж средств для стирки. Также идет динамичный рост продаж стиральных порошков под собственными марками торговых сетей (СТМ). За последние пять месяцев продажи СТМ выросли почти в три раза.

"Рост спроса на отечественную бытовую химию объясняется снижением ассортимента международных брендов, привлекательной ценой и сопоставимым высоким качеством российской продукции", - считает

Планируемое производство намерено включиться в процесс импортозамещения, который вступил весной **** года в активную стадию. Предприятие намерено занять на рынке нишу, которую освобождают импортные порошки вследствие сокращения производства на территории РФ, снижения качества и роста цены.

3.8. Описание целевой аудитории потребителей.

В общем случае, можно выделить несколько основных категорий потребителей, которые могут быть заинтересованы в покупке стирального порошка¹⁵:

*. Домохозяйки и семьи с детьми: это наиболее распространенная категория потребителей, которая использует стиральный порошок для стирки белья. Они могут быть заинтересованы в выборе стирального порошка, который эффективно удаляет пятна и запахи, а также не содержит вредных химических веществ.

*. Отели, гостиницы и рестораны: эти организации часто используют стиральные порошки для стирки постельного белья, скатертей и других текстильных изделий. Они могут быть заинтересованы в приобретении стирального порошка с высокой эффективностью стирки и низким уровнем образования пены.

*. Профессиональные прачечные: эта категория потребителей может быть заинтересована в приобретении стирального порошка для использования в профессиональных стиральных машинах. Они могут требовать высокую эффективность стирки, низкий уровень образования пены и отсутствие вредных химических веществ в составе продукта.

*. Клининговые компании: эти компании часто используют стиральный порошок для очистки различных поверхностей и текстильных изделий, таких как ковры, шторы и т.д. Они могут выбирать стиральный порошок с высокой эффективностью удаления пятен и запахов, а также с низким уровнем образования пены.

¹⁴ ***

¹⁵***

Основными мотивами при покупке бытовой химии являются¹⁶:

- ...

Это еще раз свидетельствует, что при прочих равных условиях покупатели отдадут предпочтение широко рекламируемому средству, что говорит о необходимости вкладывания денег в рекламу.

3.9. Тенденции развития рынка и прогноз к концу проекта.

Эксперты отмечают следующие тенденции на рынке стиральных порошков¹⁷:

-

Перспективы рынка стиральных порошков положительные, так как потребность в стирке вещей будет у людей всегда. Ожидается, что мировой рынок стиральных порошков вырастет с **.** миллиарда долларов США в **** году до **.** миллиарда долларов США к **** году, при среднегодовом темпе роста *.*% в течение прогнозируемого периода¹⁸. Несмотря на все возрастающий рост потребления стиральных порошков в РФ, уровень их продаж по сравнению с европейскими странами ниже в *-* раза¹⁹. Следовательно, при условии позитивного развития страны в целом, рынок порошков в РФ ожидает рост с динамикой не менее *% в год.

Выводы:

1.

4. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОЕКТА И ЭТАПЫ

***.*. Организационные задачи.**

Для реализации проекта инициаторы должны решить следующие организационные задачи:

1. ...

***.*. Научно-технические задачи.**

Поставщик оборудования является разработчиком и владельцем уникальной российской технологии по производству гранулированного порошка из отходов производства жирных кислот, любых растительных масел, животного жира.

Все научно-технические задачи решены, документация на оборудование разработана.

¹⁶ ***

¹⁷ ***

¹⁸ ***

¹⁹ ***

***.*. Патентно-правовые задачи.**

На данный момент патентов нет. Ведется сбор документов для подачи на патент (производителем оборудования). Это касается как самого оборудования, так и технологии.

***.*. Инфраструктурные задачи (обеспечение ресурсами).**

4.4.1. Ресурсы, привлекаемые для реализации проекта.

Сырьё

....

Упаковка

....

Энергоносители

...

Кадровые ресурсы

....

4.4.2. Анализ производственной площадки.

Производственная площадка будет выбрана после решения вопросов финансирования.

4.4.3. Анализ рынка ключевого сырья.

Ключевое сырьё планируемого производства - это Использование данного продукта будет не только обеспечивать планируемое производство сырьём, но и решать экологическую проблему утилизации отходов химических производств.

....

4.4.4. Лабораторное и аналитическое оборудование.

Таблица 9. Лабораторное оборудование для контроля качества стирального порошка

...

Дата оплаты оборудования - * февраля ***** года.

4.4.5. Производственно-технологическое оборудование.

Состав производственного оборудования см. в Приложении №*.

4.4.6. Описание причин выбора иностранного оборудования.

Для производства выбрано российское оборудование.

4.4.7. Комплектующие.

Комплектующие для замены и ремонта будет поставлять производитель оборудования – см. коммерческое предложение в Приложении №*.

4.4.8. Другие требуемые нефинансовые ресурсы.

Все необходимые расходные материалы будут закупаться на местном рынке.

4.4.9. Предложения по обеспечению ресурсами. План поставок
 Предложения по поставкам оборудования см. Приложение №*.

Таблица 10. План поставки оборудования, тыс. руб. с НДС

	Итого	Октябрь ****	Февраль ****	Май ****
линия стиральных порошков *	** ***	** ***		
линия стиральных порошков *	** ***			** ***
лабораторное оборудование	**		**	

Предложения по поставкам сырья см. Приложение №*.

Таблица 11. План поставки сырья, кг

...

4.5. Производственные задачи.

4.5.1. Производственный план.

План производства соответствует плану продаж – см. Таблица 7.

4.5.2. Обеспечение комплектующими и сырьем.

Комплектующие для замены и ремонта будет поставлять производитель оборудования - см. коммерческое предложение в Приложении №*.

С поставщиками сырья проведены предварительные переговоры. Результаты см. Приложение №*.

4.5.3. Обеспечение качества. Описание системы менеджмента качества.

В перспективе инициаторы проекта планируют сертификацию системы менеджмента качества (СМК) в соответствии с международными требованиями ISO ****. Поэтому изначально СМК будет базироваться на следующих принципах:

- Ориентация на клиента.
- Развитие корпоративной культуры.
- Вовлечение сотрудников.
- Процессный подход.
- Постоянное совершенствование.
- Принятие решений на основе фактических данных.
- Управление взаимоотношениями

Руководству будущего предприятия предстоит разработать, утвердить, а также ввести в работу следующие документы:

- Стандарт «Руководство по качеству».

- Стандарт «Управление документацией и записями».
- Стандарт «Управление несоответствующей продукцией».
- Стандарт «Внутренние аудиты».
- Стандарт «Корректирующие и предупреждающие действия».
- Регламенты процессов.
- Политика в области качества.
- Цели в области качества организации и структурных подразделений (процессов).
 - Программа мероприятий по совершенствованию деятельности организации.
 - Технологический регламент производства.
 - Актуальная нормативная и техническая документация, согласно перечню.
 - Должностные инструкции и положения о подразделениях.

Для контроля качества продукции будет использоваться лабораторное оборудование – см. п. *.*.*.

4.6. Маркетинговая стратегия и задачи.

4.6.1. Сравнительный конкурентный анализ продукта проекта.

....

4.6.2. Стратегия ценовой политики.

При ценообразовании в рамках проекта будет учитываться влияние следующих факторов:

- Достаточно высокая численность потенциальных потребителей.
- Присутствие на рынке альтернативного предложения.
- Наличие ценовых ориентиров: цены аналогичной продукции конкурентов.

В связи с изложенным выше, целесообразно применять метод ценообразования с ориентацией на конкуренцию. Применение данного метода является классическим решением при реализации известных на рынке товаров и услуг.

Для попадания на полки розничных сетей

4.6.3. Стратегия дистрибуции продукта проекта.

Дистрибуция стирального порошка будет организована через федеральные розничные сети. Поставка в сети будет организована как на прямую, так и через дистрибуторов – компании оптовой торговли.

Для выработки стратегии дистрибуции инициаторами проекта было заказано маркетинговое исследование продаж стиральных порошков в шести розничных сетях РФ – Магнит, Перекрёсток, Лента, Улыбка радуги, EuroSpa, Фикс Прайс. Выводы исследования следующие:

-

На основании проведенного исследования выбраны сети для первоочередного размещения продукции –

4.6.4. Основные конкурентные преимущества продукта.

Основные конкурентные преимущества продукта – высокое качество стирки, экологичность при конкурентной цене. Для первоначального входа в сети будет предложена цена на **% ниже конкурентов.

4.6.5. Стратегия развития продаж.

Основной метод продаж – прямые переговоры с отделами закупок и руководством потенциальных торговых партнёров. Учитывая опыт работы инициаторов проекта с дистрибуторами бытовой химии и федеральными розничными сетями, такими как «Чижик», «Fix Price» и другими, организация таких переговоров не составит сложности.

Однако, в работе с розничными сетями придётся учесть, что решение о пересмотре ассортимента принимается, как правило, * раз в год, обычно летом. Учитывая начало производства в марте **** года, первыми покупателями продукции предприятия станут дистрибуторы региональных сетей.

Инициаторы проекта планируют за ** месяцев после запуска каждой из планируемых производственных линий обеспечить сбыт продукции в размере максимальной мощности оборудования при работе в * смены. В результате план продаж по каналам-продуктам будет выглядеть следующим образом:

Таблица 12. План продаж по каналам-продуктам, руб. с НДС без учёта инфляции

...

4.6.6. Стратегия продвижения и конкурентной борьбы.

...

4.6.7. Задачи по реализации маркетинговой стратегии.

Для реализации своей маркетинговой стратегии предприятие должно решить следующие задачи:

➤

4.6.8. Профиль коммерческих затрат.

Таблица 13. Коммерческие затраты, руб. с НДС без учёта инфляции

...

4.6.9. Информация о предварительно согласованных объемах закупок

Заключены контракты с федеральными сетями, оптовыми покупателями.

Бизнес-план производства стирального порошка для представления в ФРП

***.*. Кадровые задачи.**

4.7.1. Существующая управляющая команда.

Таблица 14. Управляющая команда

...

4.7.2. Существующая команда ключевых специалистов.

Таблица 15. Команда специалистов

...

4.7.3. Структура управления.

...

Рисунок 7. Структура управления

4.7.4. Необходимые кадровые ресурсы.

Штатное расписание представлено в Приложении №*.

4.7.5. План набора/обучения.

Месяцы найма сотрудников представлены в штатном расписании (Приложение №*).

Обучение запланировано в календарном графике (см. Таблица 16), стоимость обучения – в бюджете проекта.

***.*. Описание основных этапов проекта.**

4.8.1. Календарный график реализации проекта.

Таблица 16. Календарный график

...

4.8.2. Взаимосвязь различных задач и результатов их решения.

Взаимосвязь задач подчиняется традиционной логике создания производства:

1.

4.8.3. Ключевые точки контроля.

Ключевыми точками контроля являются даты завершения всех этапов календарного плана – см. Таблица 16.

4.9. Система отчетности и контроля реализации проекта.

Для управления реализацией проекта будет использовано российское программное обеспечение ADVANTA. Данное ПО позволяет полную картину по проекту²⁰:

- Автоматизированный сбор статусов от исполнителей
- Планирование платежей, контроль оплат, анализ БДР и БДДС
- Балансировка ресурсов, анализ загрузки подразделений
- Сводная отчетность по портфелю: прогресс проектов, качество управления, показатели.

ПО предоставляет следующие функции для управления проектами:

- Шаблоны типовых проектов
- Удобная и функциональная диаграмма Ганта
- Жизненный цикл проекта
- Приемка задач и контроль поручений
- Управление договорами
- Разграничение доступа к данным по ролям
- Управление трудовыми ресурсами
- Отчет по проекту в один клик
- Запросы на изменения
- Управление рисками

4.10. Система лицензирования и разрешительных процедур.

Для выпуска стирального порошка требуются следующие разрешения²¹:

1.

4.10.1. Перечень специальных разрешительных процедур.

Прохождения специальных разрешительных процедур не требуется.

4.10.2. Перечень процедур сертификации продукта проекта.

Предприятие планирует получить ...

Процесс включает в себя несколько этапов²²:

-

20 ***

21 ***

22 ***

Бизнес-план производства стирального порошка для представления в ФРП

4.10.3. Наличие международных сертификатов.

Международные сертификаты не требуются, так как продажи будут организованы на территории ЕАЭС.

4.10.4. Перечень процедур для получения лицензий и разрешений.

Чтобы успешно пройти обязательные процедуры, предпринимателю следует подготовить²³:

-

Список документации может быть уточнен после анализа заявки.

Первой процедурой, которой нужно пройти предпринимателю, является регистрация бытовой химии. Она включает следующие этапы:

-

Общий срок регистрационной процедуры может составить до * месяца.

....

Пройдя все проверки, следует

4.10.5. Нормативная база.

Разрешительные процедуры на производство и продажи стирального порошка регулируются ...

Сертификационный процесс регулируется ...

5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

***.*. Принятые исходные данные.**

5.1.1. Текущее финансовое состояние Заявителя.

Текущее финансовое состояние Заявителя характеризуется как устойчивое:

Таблица 17. Результаты прошлого периода, руб.

Статья	Сентябрь ****- сентябрь ****
Выручка	*** ***, **
Прибыль	* ***, **
Основные средства	*** ***, **
Оборудование	* ***, **

²³ ***

Оборудование в лизинге	** **** **, **
------------------------	----------------

5.1.2. План производства/сбыта, динамика по годам.

Производство и сбыт планируются в одном темпе:

Таблица 18. План производства/сбыта, млн. руб. с НДС

	****	****	****	****	****	****
Объём продаж	*	*** ** , **				

5.1.3. Профиль цен на продукт проекта, динамика по годам.

Планируется рост цен в соответствии с прогнозом инфляции ЦБ РФ²⁴:

Таблица 19. Профиль цен, руб. с НДС за кг. с учётом инфляции

...

5.1.4. Профиль производственных затрат, динамика по годам.

Таблица 20. Профиль производственных затрат, руб. с НДС

...*. Бюджет проекта (финансовый план).

5.2.1. Прогноз отчета о прибылях и убытках.

Таблица 21. Прогноз отчета о прибылях и убытках, тыс. руб. без НДС

...

Как видно из представленных данных, проект становится прибыльным на * - ой год производства.

5.2.2. Прогноз отчета о движении денежных средств.

Таблица 22. Прогноз отчета о движении денежных средств, тыс. руб.

...

Благодаря запланированной схеме финансирования, предприятие не испытывает дефицита денежных средств на всём периоде планирования. К концу **** года остаток денежных средств составит более *** млн. руб.

5.2.3. Баланс.

Таблица 23. Прогнозный баланс, тыс. руб.

...

Нераспределённая прибыль предприятия начинает расти с **** года и составляет к концу периода планирования почти *** млн. руб.

5.2.4. Бюджет капитальных вложений.

Таблица 24. Бюджет капитальных вложений, тыс. руб. с НДС

...

***.*. Экономические показатели проекта, налоговые отчисления**

Таблица 25. Показатели экономической эффективности

...

Анализ прогнозных показателей экономической эффективности свидетельствует об инвестиционной привлекательности проекта, о чем говорят следующие факторы:

- Положительное значение чистого дисконтированного дохода.
- Высокое значение внутренней нормы доходности (ВНД).
- Проект окупается в течение прогнозного периода.

За период планирования предприятие выплатит почти ^{****} млн. руб. налогов:

Таблица 26. Профиль налоговых отчислений

Налоговые выплаты	****	****	****	****	****	****
Страховые отчисления	***	* ***	* ***	** ***	** ***	** ***
Налог на имущество	*	**	***	***	***	* ***
НДС	*	*	* ***	** ***	** ***	** ***
Налог на прибыль	*	*	* ***	** ***	** ***	** ***
ИТОГО	***	* ***	** ***	** ***	** ***	** ***
ИТОГО нарастающим итогом	***	* ***	** ***	** ***	*** ***	*** ***

***.*. Финансирование проекта**

5.4.1. График финансирования проекта

Таблица 27. План финансирования проекта, тыс. руб.

...

...

Рисунок 8. График финансирования проекта, тыс. руб.

5.4.2. Предполагаемые источники финансирования и их стоимость

Для финансирования проекта будут использованы * источника финансирования:

-

5.4.3. График возврата займа Фонда

Таблица 28. План возврата займа и выплаты процентов

...

...

Рисунок 9. График возврата займа, тыс. руб.

5.5. Резюме по финансовому разделу проекта.

Финансовый анализ показал, что

1. ...

***. ОЦЕНКА РИСКОВ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ**

***.*. Карта рисков проекта.**

Таблица 29. Карта рисков проекта

...

На карте рисков видно, что наиболее критичным являются риск, связанный с освоением оборудования персоналом. Также заслуживают внимания риски средней опасности:

-

***.*. Научно-технические риски.**

***.*.*. Риск, связанные с освоением оборудования персоналом**

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – высокая

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

***.*.*. Риск срыва сроков проведения проектных, монтажных и пуско-наладочных работ.**

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – высокая.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – частичная.

***.*. Риски производства и технологии.**

***.*.*. Риск поломки оборудования**

Меры по снижению (исключению) риска: инициатор проекта планирует снизить риски ситуации критичного периода ремонта оборудования путём:

-

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

***.*. Рыночные риски.**

***.*.*. Риск низкого спроса на продукцию**

Спрос на продукцию спрогнозирован на основе анализа рынка (см. п. *). В таких условиях возникновение рискованной ситуации маловероятно.

Меры по снижению (исключению) риска: ...

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

***.*.*. Риск высоких цен на продукцию**

Планируемые цены будут установлены на основании анализа цен конкурентов. В этой связи возникновение рискованной ситуации маловероятно.

Меры по снижению (исключению) риска: ...

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – частичная.

***.*. Операционные риски.**

***.*.*. Риск ошибок в подборе персонала**

Недостаточная квалификация персонала может привести к некачественному выполнению функций, срыву планов продаж, убыткам, банкротству компании.

Меры по снижению (исключению) риска: ...

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – полная.

***.*.*. Риск потерь, связанный с ошибками в процессах проведения операций**

Меры по снижению (исключению) риска:

- ...

Вероятность возникновения данного риска – средняя.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

***.*.*. Риск материально-технического обеспечения**

Существенных рисков материально-технического обеспечения не предвидится. Все материалы представлены на рынке РФ многочисленными поставщиками и производителями.

Меры по снижению (исключению) риска:

Для предотвращения данного риска планируется:

Бизнес-план производства стирального порошка для представления в ФРП

-

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – полная.

***.*. Финансовые риски.**

***.*.*. Риск неплатежей**

Негативное влияние данного вида риска проявляется в недостатке средств у предприятия, возникновении кассовых разрывов.

Меры по снижению (исключению) риска:

-

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

***.*.*. Риск недостатка финансирования проекта**

Негативное влияние данного вида риска проявляется в отсутствии возможности осуществить или закончить реализацию проекта по причине отсутствия финансовых средств

Меры по снижению (исключению) риска: финансирование проекта планируется

-

В результате, возникновение этого риска маловероятно.

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – высокая.

Возможность управления риском – полная.

***.*. Прочие риски.**

***.*.*. Риск экологической безопасности проекта**

Управление экологическими рисками начинается с того, что проект производства должен разрабатываться с учётом правил экологической безопасности, а по завершению пройти экологическую экспертизу. Поэтому к реализации не может быть принят проект, содержащий заведомые экологические угрозы. Однако, экологические риски могут возникнуть в ходе реализации проекта.

Меры по снижению (исключению) риска: инициаторы планируют организовать

-

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – низкое.

Возможность управления риском – частичная.

Бизнес-план производства стирального порошка для представления в ФРП

***.*.*. Риск резкого ухудшения экономической ситуации в стране.** Инициаторы проекта исходят из позитивного прогноза ЦБ и МЭР РФ на перспективы развития экономики страны.

Также следует учесть, что потребность к стирке одежды относится к базовым потребностям современного человека, а отказ от её удовлетворения маловероятен даже при негативном сценарии.

Меры по снижению (исключению) риска:

Вероятность возникновения данного риска – низкая.

Степень влияния – средняя.

Возможность управления риском – отсутствует.

***. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ ФОНДА И ОСНОВНЫХ ИНВЕСТОРОВ**

***.*. Схема участия.**

В рамках программы ФРП «Лизинговые проекты» между лизингополучателем и Фондом развития промышленности после положительного решения Экспертного совета ФРП будет заключен договор займа на уплату части аванса (**% от стоимости оборудования с НДС) по договору лизинга.

Денежные средства по договору займа перечисляются на расчетный счет лизингополучателя. После получения денежных средств лизингополучатель направляет денежные средства с учетом собственных средств (*% от стоимости оборудования с НДС) на расчетный счет лизингодателя в счет аванса по договору лизинга (аванс по договору лизинга – **% от стоимости оборудования с НДС).

***.*. Сроки, стоимость и объемы финансирования.**

- Объём финансирования от ФРП - ** *** ** руб.
- Собственные средства лизингополучателя - * *** ** руб.
- Процент по договору займу – *% годовых.
- Срок займа ** мес.
- График погашения обязательств по договору займа: тело займа гасится ежеквартально равномерно в последние два года, проценты – ежеквартально (с первого квартала после предоставления займа).

***.*. Обеспечение исполнения обязательств Заявителя по источникам финансирования.**

Обеспечением будет банковская гарантия от банков из списка, утвержденного ФРП. Ведутся переговоры со

***. ВЫВОДЫ**

....

Бизнес-план производства стирального порошка для представления в ФРП

Приложение №*. Штатное расписание проекта

...

Приложение №*. КП на поставку линии по производству стирального порошка

...

Приложение №*. Результат поиска поставщиков

...

Приложение №*. КП от компании «Балтийский лизинг»

...