


**«Бизнес-проект производства сублимированных продуктов»
Команда ООО «Сублимо»**

Состав команды:
Данилина Алёна Владимировна,
Аникина Мария Александровна.

Дата представления – 04.2025

 (Данилина А.В.)

 (Аникина М.А.)

Москва
2025

Содержание

1. Резюме бизнес-идеи;
2. Описание компании;
3. Целевой рынок;
4. Планирование рабочего процесса;
5. Маркетинговый план;
6. Технико-экономическое обоснование проекта.

Визитка команды

ООО «Сублимо» - компания по производству сублимированных продуктов и наборов из них. Производство находится в Московской области, городе Можайске. Проект является интересной и перспективной возможностью для инвестирования в экологически чистую и качественную продукцию, а также для создания современного и продуктивного производства в области пищевой промышленности.

Данилина Алёна Владимировна обучается на 3 курсе РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева по специальности «Менеджмент». В течение 1 и 2 курсов изучала особенности растениеводства, что позволяет более глубоко разбираться в теме бизнес-идеи. Также в университете осваиваются дисциплины, связанные с ведением бизнеса, финансовым анализом и инструментарием управления бизнесом, в том числе в агропромышленном комплексе.

1. Резюме бизнес-идеи

Предлагаемый проект по изготовлению сублимированных овощей и фруктов является очень перспективным направлением благодаря относительно небольшим вложениям, простоте изготовления и хранения. В условиях популяризации трендов здорового питания, сублимированные продукты уже сейчас активно внедряются в ежедневный рацион питания. Срок окупаемости проекта с момента начала производства составит 1,5 года.

В качестве основных перспектив планируется увеличение объемов производства, использование фруктов и ягод а также приготовление уже готовых блюд (плов, каши и т.д.).

Цель проекта – создать прибыльное предприятие по изготовлению сублимированных продуктов, составлению сбалансированных и питательных рационов и их реализация. Получение прибыли предприятием будет важной предпосылкой для социально-экономического развития региона, комплексного развития сельских территорий и развития местного производства продуктов питания. Предлагаемое производство необычно и в основном направлено не на массового потребителя продукции пищевой промышленности, а на узкоспециализированных потребителей.

Сублимированные продукты имеют большой срок годности (при правильном хранении 5-10 лет в зависимости от содержимого), с каждым годом набирают популярность среди туристов, сторонников правильного питания и все больше используются в качестве снеков и активных добавок.

Цель: изготовление сублимированных овощей сублимированных продуктов, составление сбалансированных и питательных рационов и их реализация.

2. Описание компании

В рамках проекта планируется производить сушеные фрукты методом их сублимации. Ягоды и фрукты, полученные методом сублимационной сушки, имеют ряд преимуществ, к числу которых относится сохранение формы, цвета, аромата и вкуса исходного сырья. Кроме того, сохраняются все витамины и полезные вещества, что трудно достижимо при использовании других методов. Сублимированные продукты легко восстанавливают свою первоначальную массу при насыщении влагой.

К достоинствам данного продукта можно также добавить малый вес, что снижает расходы при транспортировке и возможность длительного срока хранения при соответствующей упаковке. В настоящее время, в силу

нестабильной экономико-политической обстановки в мире в целом, а также на фоне развивающей политики продовольственной безопасности, данный проект носит актуальный характер.

Высушенные овощи, фрукты или ягоды, с остаточной влажностью около 20 %. Сухофрукты богаты витаминами (А, В1, В2, В3, В5, В6) и минеральными элементами (железо, кальций, магний, фосфор, калий, натрий), содержат порядка 250 ккал и 1,5 — 5 г белка на 100 г. Они имеют длительный срок хранения и не требуют хранения в холодном месте. В этом — одно из их главных преимуществ, и в этом отношении они являются удобной альтернативой свежим фруктам (особенно во время неурожайного сезона). Однако во время сушки сухофрукт теряет большую часть витамина С. Сухофрукты добавляются в выпечку, фруктовый хлеб, сухие завтраки, мюсли, сладости, используются для приготовления компота. По причине устранения большей части естественной влаги в процессе сушки (может теряться 80 процентов первоначальной массы плодов) обладают интенсивным, часто приторно-сладким или кисло-сладким вкусом и своеобразным ароматом.

Мы предлагаем следующие фрукты и ягоды:

- Чернослив;
- Яблоки;
- Груши;
- Шиповник;
- Клюква;
- Черника;
- Клюква;
- Малина;
- Барбарис;
- Клубника;
- Черноплодная рябина.

Мы предлагаем следующие овощи:

- Капуста белокочанная;
- Морковь;
- Свёкла;
- Лук;
- Чеснок;
- Томаты;
- Зелень

Также у нас будет представлено сушёное мясо. В процессе вяления происходит обезвоживание высушиваемого материала при температурах до 40

градусов Цельсия — ниже температуры тепловой денатурации белков при воздействии на материал солнечного света. Вяление подразумевает прохождение в продукте сложных биохимических процессов, связанных с активизацией ферментов под действием солнечного света на фоне снижения влажности в материале и образованием сложных белково-липидных комплексов, придающих материалу упруго-эластичные и вкусовые свойства.

В вяленых продуктах, в отличие от сушёных методом холодной сушки, жир перераспределён по толще мышечной ткани. В продуктах, изготовленных методом холодной сушки, жиры сконцентрированы в местах их накопления в живой природе.

В нашем ассортименте будут представлены:

- Свинина;
- Курица;
- Говядина;
- Индейка;
- Крольчатина.

Сушеные и сублимированные продукты возможно объединять в готовые продуктовые наборы для приготовления блюд. Наша компания будет собирать необходимые продуктовые наборы, согласно кулинарным, диетологическим, медицинским и религиозным нормам

Так, на начальном этапе мы планируем следующие наборы:

1. Наборы суповые «лайт» – наборы для борща, супа грибного, ассорти для супа, без мяса. Данные наборы подходят для людей, которые готовят супы с применением своих мясных продуктов, либо вегетарианцев.

2. Наборы суповые «нажористые» - наборы для борща, супа грибного, ассорти для супа, с добавлением сушеного мяса. Будут так же разделяться на наборы для людей различных конфессий: мусульман, буддистов, индуистов и «всеядных»

3. Набор для плова – набор для приготовления риса с мясом. Будет содержать специальные приправы. Будет так же разделяться на наборы с различными видами мяса и наборы без мяса, наборы для классического плова и наборы для плова «по-купечески»

4. Наборы для гречневой каши – наборы для приготовления гречневой каши. Будет различаться по сортам грибов, мяса (наличие/отсутствие/сорт).

5. Наборы «десертные» - набор сухофруктов и цукатов для сладких каш.

6. Набор «травники» - наборы природных чаев, травяных смесей и компотов. Различаются по составу и добавлением ягод и фруктов

Почему будут покупать наш продукт?

Во-первых, разнообразие – мы предлагаем широкую номенклатуру различных товаров

Во-вторых, экологическая чистота – все наши продукты созданы из проверенных, экологически чистых продуктов, выращенных и переработанных без использования вредных веществ, консервантов и добавок

В-третьих, использование высокоэффективного труда – для повышения эффективности производства используется как высокоточный ручной труд, так и высоко автоматизированное современное оборудование для сушки, хранения и транспортировки продукции и сырья

В-четвёртых, надёжность поставок – производство расположено в городе с высокоразвитой транспортной логистикой

И, наконец, в-пятых, качество – в городе существует достаточное количество училищ ССП, а так же с 90-х годов огромное количество специалистов, имеющих профильное образование, но не имеющих возможности работать по специальности

Наше производство имеет все необходимые лицензии и сертификаты качества. Мы используем передовые технологии в пищевой промышленности. Это позволяет максимально эффективно использовать все ресурсы, минимизировать расходы и максимизировать получаемую прибыль.

3. Целевой рынок

Рынок сушеных продуктов питания активно развивался в России, начиная с 1990 года. Однако в основном рынок сублимата был занят либо иностранными компаниями, либо ещё советскими заводами, ныне не отвечающим современным потребностям рынка

Основная стратегия маркетинга ООО «Сублимо» заключается в тесном взаимодействии с туристическими клубами Москва, Санкт-Петербурга, Московской области, Псковской области, Вологодской области, Ленинградской области, а так же возможности поставки в Республику Беларусь. Так же мы планируем участвовать в тендерах на поставку готовых рационов в МЧС, РГО и других государственных учреждений, а так же в тендерах на поставки готовых рационов и отдельных продуктов в частные компании, осуществляющие геологоразведку, добычу полезных ископаемых и работают в труднодоступных территориях.

Недостатком фирмы на рынке может быть отсутствие известности и доверия у потребителей, так как это узконаправленный товар с высокой ценой.

Таблица 1 – План сбыта

Товар	Средний плановый объем	Цена за 1 кг готового продукта	Выручка
Сушеные овощи:	9 985	100	998 500
1. Морковь			
2. Капуста	9 985	100	998 500
3. Томат	9 985	200	1 997 000
4. Лук	9 985	100	998 500
5. Чеснок	9 985	125	1 248 125
6. Зелень	9 985	250	2 496 250
7. Тыква	9 985	350	3 494 750
8. Свекла	9 985	200	1 997 000
Сушеные фрукты:	9 985	300	2 995 500
1. Чернослив			
2. Яблоки	9 985	200	1 997 000
3. Груши	9 985	200	1 997 000
4. Шиповник	9 985	100	998 500
5. Клюква	9 985	700	6 989 500
6. Черника	9 985	900	8 986 500
7. Малина	9 985	200	1 997 000
8. Клубника	9 985	1500	14 977 500
9. Земляника	9 985	2000	19 970 000
Сушеное мясо:	9 985	3500	34 947 500
1. Говядина			
2. Свинина	9 985	2500	24 962 500
3. Курица	9 985	2500	24 962 500
4. Индейка	9 985	3000	29 955 000

Таблица 2 – Общая оценка проекта

Сильные стороны проекта:	Слабые стороны проекта:
Разносторонняя аудитория потребителей Возможность расширения, роста и развития производства Широкая номенклатура товаров Высокий шанс окупаемости Востребованность на рынке Быстрый период окупаемости	Аудитория узконаправленная, риски связанные с этим отсутствие имиджа предприятия неразвитая маркетинговая деятельность
Возможности проекта:	Угрозы проекта:

обширный рынок и отсутствие жесткой конкуренции введение политики импортозамещения льготные условия кредитования финансовая поддержка государства (гранты, субсидии, единовременные выплаты)	повышение цен на сырье Высокий уровень инфляции снижение реальных доходов населения
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

Из проведенного SWOT-анализа видно, что проект обладает рядом сильных сторон, таких как многосторонний подход, экологическая чистота и уникальность модельного ряда.

4. Планирование рабочего процесса

План действий по созданию и развитию производства:

1. Аренда (с последующей возможностью выкупа) помещения для производства и хранения сырья и готовой продукции.
2. Ремонт и подготовка помещения. Диагностика и устранение базовых проблем (электропроводка, вентиляция, косметический ремонт помещений и приведение их к нормам для начала работы согласно ГОСТ)
3. Параллельно ремонту необходима покупка и доставка оборудования и транспорта, по окончании работ проведение установки и настройки.
4. Первым действием при начале работ необходимо создание инфраструктуры при заготовке сырья. Необходимо найти помещения хранения для скоропортящихся продуктов и мяса. Так же необходим поиск поставщиков специфических сезонных продуктов и трав.

Организационно-функциональная структура предприятия включает в себя:

- Логистический отдел;
- Отдел производства;
- Отдел сбыта;
- Финансовый отдел;
- Отдел маркетинга.

К принципам отбора персонала относятся:

1. Квалификационные требования. Руководитель отдела производства должен иметь опыт и знания в области управления производством, работники должны иметь знания, навыки и опыт работы в области пищевой промышленности и обращения с современным оборудованием.
2. Опыт работы. При выборе кандидатов на руководительские должности учитывается их опыт работы на производстве или управления персоналом.

Таблица 3 – Организационная структура предприятия

Должность	Численность	Средняя заработная плата, тыс руб/мес
Директор/владелец	1	90
Руководитель отдела продаж	1	60
Бухгалтер	1	50
Уборщик	8	25
Водитель	2	35
Грузчики	2	30
Оператор сушильного цеха	4	30
Оператор цеха нарезки	2	30
Оператор фасовочного цеха	2	30

Основные преимущества нашего проекта включают:

- Экологическую чистоту и качество продукции, произведенной с использованием инновационных технологий и оборудования.
- Мы производим уникальные продукты питания из овощей, ягод, фруктов и трав уникальных для рынка сортов.
- Удобство поставки готовой продукции как до предполагаемого основного потребителя, так и до местных и альтернативных предприятий-потребителей нашей продукции.
- Разнообразие номенклатуры производимого товара, а так же возможность расширения производственных мощностей, штата сотрудников, возможности сбыта.
- Ориентация на людей с уровнем дохода "средний" и "выше среднего", которые в свою очередь будут формировать основную долю прибыли предприятия.

Данный проект является интересным и перспективным возможностью для инвестирования в экологически чистую и качественную продукцию, а также для создания современного и продуктивного производства в области пищевой промышленности.

Уникальность проекта состоит в том, что мы используем сорта фруктов и ягод, растущих только на территории Северо-западных областей России, а так же активно используем дикорастущие растения, грибы и ягоды, богатые витаминами, микроэлементами, произведённые в экологически чистых местах.

Согласно плану общая площадь предприятия должна быть около 600 квадратных метров. Из них сушильная камера должна занимать 170 кв.м.

Помещение 10 кв.м. помещение используется как цех нарезки перед сушкой. 20 кв.м занимает офисное помещение. 250 кв. м. помещений должно быть выделено под склад хранения овощей и фруктов. В нем должны соблюдаться условия микроклимата, а так же разделительные шкафы. 100 кв. м. помещения выделяются под склад готовой продукции и пункт фасовки. Так же 50 кв. м. выделяются для 52 холодильных камер, для хранения мяса, ягод и фруктов, которые требуют пониженных температур, для сохранения свежести и вкуса.

В качестве места открытия фирмы выбран город Можайск, Московской области. Выбор сделан с учётом территориального расположения населённого пункта, наличия учебных заведений, выпускающих специалистов необходимого профиля, уровня безработицы, средней оплаты труда, логистической доступности как предприятия, так и источников сырья.

Город имеет большое количество пригодных для производства помещений, поскольку в нем есть большое количество закрывшихся в 90-е годы предприятий. Мной был сделан выбор производственного помещения по адресу ул. Ботвина, 14 (здание производственного комплекса «Радиозавод», ныне пустующего).

Важным фактором является близость к складским помещениям, на случай необходимости дополнительных мест хранения сырья и готовой продукции.

Необходимо отметить относительно широкую возможность выбора поставщиков сырья. Великолукский мясокомбинат осуществляет поставки свинины и говядины оптом. Так же в Можайского районе огромное количество малых фермерских хозяйств. Так же важным фактором является наличие большого количества малых населённых пунктов, районных и общероссийских охотничьих обществ, тесно связанных с заготовкой природных дикорастущих ресурсов.

Основными потребителями продукции являются группы людей, которым необходимо долгое сохранение пищи, низкого веса, содержащей высокое количество витаминов и микроэлементов. Так основными потребителями являются спортивные туристы, работники МЧС, сотрудники охотничьих хозяйств, геологов – геологоразведчиков, работников особо отдаленных вахтовых поселений. Так же возможны поставки отдельных эксклюзивных товаров за границу.

Город Можайск имеет прямое железнодорожное и автомобильное сообщение с городами, где наиболее развит, а именно с Москвой, Великим Новгородом, Санкт-Петербургом, Псковом, Минском, Великим Новгородом, Тверью. Так же удобно сообщение с крупными сетями специализированного питания России и Белоруссии.

На данный момент функционируют несколько компаний, специализирующихся на сублиматах (Гала-Гала, Леовит, Каша из топора). Большинство из их продукции уходит на нужды армии. Тем самым, ниша общепита не занята крупными компаниями и в данный момент на этот рынок может зайти любой желающий, так как сублиматы считаются перспективным направлением и все больше заинтересовывают молодое

поколение, которое живет в движении и в отсутствии большого количества свободного времени ищет быстрый и полезный источник витаминов и питательных веществ.

Таблица 4 – Основные финансовые показатели проекта

Наименование	Единицы измерения	Значение
Общая стоимость проекта	руб.	2 600 000
Собственные средства	руб.	1 000 000
Заемные средства (кредиты)	руб.	-
Государственные субсидии (грант МЭР)	руб.	1 600 000
Чистая прибыль (за первый год проекта)	руб.	4 038 000
Суммарный денежный поток (за первый год проекта)	руб.	8 900 000
Рентабельность продаж	%	22%

Производство сублимированных овощей будет организовано на личном деревенском участке. Для производства сублиматов необходима покупка лиофильной установки и определенное количество сезонных овощей.

Сублиматы можно делать регулярно в течение года, но из-за больших сроков хранения можно сделать определенную партию впрок.. За один цикл, который составляет 2-16 часов , планируется произвести около 500-1000 г готовой продукции.

Таблица 5 – График подготовительного (инвестиционного) «0» периода проекта

№ п/п	Наименование этапа	Ответственный	Время (недели)				
			1	2	3	4	5
1	Регистрация предприятия	Данилина А.В. и Аникина М.А.	X				
2	Определение сроков и объемов инвестиций	Сотрудник 1		X			

3	Закупка оборудования и материалов	Сотрудник 2			X		
4	Подготовка места для выращивания	Сотрудник 3				X	
5	Установка и настройка оборудования	Сотрудник 4					X

Сублиматы будут изготавливаться из экологически чистых продуктов с соблюдением всех норм хранения и безопасности в установке сублимационной сушки.

Технология производства будет состоять из 4 этапов:

На первом этапе происходит закупка овощей в сезон урожая(лук, чеснок, болгарский перец, зелень) у проверенных продавцов. Главным критерием является наличие всех документов, подтверждающих легальность продажи а также отсутствия вреда здоровью человека. Также планируется сбор овощей на собственном участке (присутствует определенное количество соток грядок) с целью минимизации затрат.

Второй этап подразумевает подготовку к погрузке продуктов в сушильную камеру. Овощи предварительно нарезаются на кусочки определенного размера, промываются и закладываются в аппарат. Вакуумная сублимационная сушка представляет собой процедуру практически полного удаления влаги из разных веществ. Метод сублимации хорош тем, что он обеспечивает испарение воды из замороженных продуктов без его перехода в жидкость под воздействием вакуума. Благодаря этому сублимированные продукты сохраняют запах, вкус, форму и все полезные вещества свежего продукта. Процесс приготовления будет занимать 2-16 часов в зависимости от вида продукта и количество загрузки аппарата (максимальная вместимость – 5 кг). После некоторые готовые продукты можно измельчить для удобства использования (сушеный чеснок, паприка)

Третий этап заключается в фасовке готового продукта. Для этого планируется использовать вакууматор и зип – пакеты для создания вакуума внутри упаковки, так как попадание воздуха окажет негативное влияние на вкусовые качества и срок хранения продукции. Учитывая, что после сублимации продукты теряют свой размер в 5 – 10 раз, сублимированные овощи будут занимать минимум места. Для хранения отведена отдельная комната, где сохраняется стабильная комнатная температура и отсутствует вероятность попадания солнечного света.

Таблица 6 – Производственные площади и помещения

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам) руб.				Итого, руб.
		1 период	2 период	3 период	4 период	

Всего:						
Производственные (в т.ч. торговые) помещения						
1.	Арендная плата	40 000	40 000	40 000	40 000	160 000
2.	Ремонтные работы	200 000	200 000	250 000	150 000	800 000
3.	Коммунальные платежи	0	10 000	10 000	15 000	35 000
Офисные помещения						
4.	Арендная плата	20 000	20 000	20 000	20 000	80 000
5.	Ремонтные работы	100 000	0	0	0	100 000
6.	Коммунальные платежи	10 000	5 000	5 000	5 000	25 000

В данном разделе приведен план подготовки производства, план переменных затрат на сырье и материалы.

Таблица 7 – Затраты предприятия. Прямые затраты - сырье и материалы

№	Наименование	Един. изм.	«0» период	Первый год (по кварталам) руб.			
				1	2	3	4
1	Мясные продукты	кг	1040	2080	1040	1040	1040
		Цена, руб.	800	800	800	800	800
		Сумма, руб.	416 000	1 664 000	416 000	416 000	416 000
2	Фрукты	кг	1300	2080	1040	1040	1300
		Цена, руб.	41	41	41	41	41
		Сумма, руб.	53 300	85 280	42 620	42 620	53 300
3	Овощи	кг	1300	2080	1040	1040	1300
		Цена, руб.	31	31	31	31	31

		Сумма, руб.	40 300	64 480	32 240	32 240	40 300
4	Ягоды	кг	0	2080	1733	1733	0
		Цена, руб.	0	1000	1000	1000	0
		Сумма, руб.	0	2 080 000	1 733 000	1 733 000	0
7	Побочные продукты	кг	750	1000	1000	1000	1000
		Цена, руб.	60	60	60	60	60
		Сумма, руб.	45 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Итого		9 656 144					

5. Маркетинговый план

Тактика достижения целевых мест и доли на рынке для ООО «Сублимо»:

- Сотрудничество с местными властями и организациями для продвижения местного производства и поддержки развития производства сырья;
- Участие в благотворительных мероприятиях и поддержка экологических инициатив для привлечения положительного внимания к компании и продукту;
- Разработка и продвижение акций, скидок и программ лояльности;
- Продвижение продукции напрямую заинтересованным потребителям через клубы, магазины тур снаряжения, тематические интернет проекты;
- Продажа по себестоимости на некоторые мероприятия и постоянная скидка для объединений и крупных покупателей;
- Продвижение товара через личный сайт, с возможностью доставки;
- Участие в тендерах в государственные учреждения;
- Мониторинг рынка частных компаний, осуществляющих геологоразведку, добычу полезных ископаемых и работающих в труднодоступных территориях;
- Участие в тендерах фирм и договор с их торговыми домами.

Таблица 8 – План рекламных мероприятий

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам), руб.	Итого, руб.
1	Пресса	50 тыс.	200 тыс.

2	Печатная продукция	10 тыс.	40 тыс.
3	Сайт компании	40 тыс	80 тыс
4	Баннер	-	-
5	Реклама в интернете	15 тыс	1 с

На данный момент функционируют несколько компаний, специализирующихся на сублиматах (Гала-Гала, Леовит, Каша из топора). Большинство из их продукции уходит на нужды армии. Тем самым, ниша общепита не занята крупными компаниями и в данный момент на этот рынок может зайти любой желающий, так как сублиматы считаются перспективным направлением и все больше заинтересовывают молодое поколение, которое живет в движении и в отсутствии большого количества свободного времени ищет быстрый и полезный источник витаминов и питательных веществ.

Сбыт продукции мы планируем осуществлять с помощью торговых точек в различных ТЦ и маркетплейсах, Авито, а также есть заинтересованность некоторых кафе в покупке моего товара.

Для продвижения товара планируется создание группы в социальной сети "ВКонтакте", а также канала в Телеграмме.

6. Техничко-экономическое обоснование проекта

Основные производственные фонды – это те средства труда, которые участвуют во многих производственных циклах, сохраняя при этом свою натуральную форму, а их стоимость переносится на готовый продукт в течение длительного времени, их стоимость определяется.

Стоимость оборудования определяется исходя из рыночной стоимости и отражается в таблице 10.

Таблица 9 – Капитальные вложения в создание производства

№ п/п	Наименование	Первый год (по кварталам) руб.				Итого, руб.
		0	1	2	3	
1	Приобретение оборудования	1 280 000	0	0	0	1 280 000
2	Приобретение транспортных средств	0	0	0	3 000 000	3 000 000
3	Проведение строительных, ремонтных, монтажных работ	370 000	275 000	325 000	230 000	1 200 000

4	Обслуживание помещений и оборудования и пр. расходы	0	55 000	55 000	55 000	165 000
Итого		5 645 000				

В разделе приведен план финансовых инвестиций и кредитных займов.

Таблица 10 – Налоги и отчисления за первый год деятельности

№ п/п	Первый год (по кварталам) руб.				
	Наименование	1 период	2 период	3 период	4 период
Всего:					
1	Единый налог (УСНО), 6%	962 280	962 280	962 280	962 280
2	НДФЛ	2 405 700	2 405 700	2 405 700	2 405 700
3	Страховые взносы (за работников)	161 320	161 320	161 320	161 320

Для расчета экономической эффективности проекта необходимо рассчитать несколько показателей.

В данном случае, можно рассчитать порог рентабельности. Для этого нам нужно учитывать Постоянные расходы, Переменные расходы, Выручку и Маржинальность.

Постоянные расходы:

Это те расходы бизнеса, которые не зависят от объема продаж. Компания может вообще ничего не продать за месяц, но постоянные расходы будут всегда одинаковыми, например аренда, имущественный налог, земельный налог, выплаты по кредитам, амортизация.

Постоянные расходы в данном случае равны:

$780\,000 + 600\,000 + 545\,280 + 193\,016 + 94\,560 = 3\,890\,000$ рублей .

Переменные расходы:

$656\,144 + 744\,100 + 197\,262 + 42\,000 = 2\,489\,766$

Порог рентабельности – это выручка, при которой бизнес полностью покрывает свои расходы за период. Чаще этот показатель называют точкой безубыточности.

Для расчета порога рентабельности необходимо использовать следующую формулу:

$$\text{Порог рентабельности} = \frac{\text{Постоянные расходы}}{\text{Маржинальность}} * 100\%$$

Маржинальность показывает, сколько процентов от выручки остается после вычета переменных расходов.

Маржинальность считается по формуле:

$$\text{Маржинальность} = \frac{\text{Выручка} - \text{Переменные расходы}}{\text{Выручка}} * 100\%$$

Подставляя значения, получаем:

$$\text{Маржинальность} = \frac{3890000 - 1\,166\,582}{968\,948} * 100\% = 22\%$$

$$\text{Порог рентабельности} = \frac{2\,712\,856}{49,5} * 100 = 3\,864\,355 \text{ рублей}$$

Получается, чтобы компания смогла покрыть расходы в этом году и вышла в ноль, ей нужно получить выручку 3 864 355 Р.

Изготовление сублимированных овощей огромными темпами набирает свою популярность. Они сохраняют всю пользу от свежих продуктов и могут быть употреблены в любых условиях (приготовление блюд с добавлением сублиматов, употребление во время походов). Время изготовления не такое большое по сравнению со сроком хранения. Но существуют различные риски при входе в эту сферу продовольствия, представленные в таблице:

Таблица 11 – Риски проекта и меры по предотвращению

Риск	Меры по предотвращению
Плохое качество овощей	Закупка продуктов у проверенного поставщика.
Непредвиденный выход из строя оборудования	Соблюдение правил эксплуатации, покупка оборудования с гарантией.
Рост конкуренции	Сохранение привлекательных цен для покупателей, использование различных акций.
Потеря продукцией товарного вида, порча	Соблюдение норм хранения товара, закупка специальных емкостей, предназначенных для хранения готовой продукции, соблюдение норм приготовления овощей.

Небольшой интерес к продукции	Размещение рекламы в соцсетях, распространение информации о товаре при помощи сарафанного радио.
-------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------

В целом, такое производство не несет в себе больших рисков и является привлекательным вариантом для начинающих предпринимателей.