

в том числе:								
финансовые вливания (поглощения) и инвестирование РФ	1310	140	02.02.20		0,00	0,00	0,00	
безвозмездные вливания поступления, в том числе:	1400	150			0,00	0,00	0,00	
за счет средств бюджетных и коммунальных организаций и физических лиц, в том числе:	1410	150	02.02.01		0,00	0,00	0,00	
потребление поглощением	1500	150			2 756 679,62	59 078 638,63	47 673 784,16	
в том числе:	1510	150			2 731 679,62	2 470 345,68	2 456 340,68	
использование субсидий								
обеспечение лояльным потребителями социальных услуг в муниципальных образований, в том числе из числа детей из малоимущих семей, малоимущих семей, детей, состоящих в семье из малоимущих семей, малоимущих семей, детей, состоящих в семье из пролетариата, рабочих, служащих, а также из числа детей из малоимущих семей, малоимущих семей, детей, состоящих в семье из малоимущих семей, получающих начальное образование, минимизацию образовательных ограничений	150	06.03.00	075.20.2037	101 990,00	0,00	0,00		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование, в муниципальных образований, получающих начальное образование	150	06.03.06	075.20.2037	210 420,00	457 923,00	457 923,00		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование, в муниципальных образований, получающих начальное образование	150	06.03.09	075.20.2049	165 493,20	0,00	0,00		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование	150	06.03.06	075.20.2049	149 211,41	314 704,61	338 635,46		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование	150	06.03.44	075.20.2049	1 053 576,29	1 053 576,29	1 015 919,18		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование	150	06.01.44	075.20.2049	27 924,10	27 924,10	27 644,36		
организация бесплатного первого питания для школьников, получающих начальное образование	150	06.01.00	075.20.2039	100 000,00	0,00	0,00		
Череповецкого муниципального района в 2010-2013 годах по упрощению материально-технической базы								
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.05	075.20.2035	1 220,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.06	075.20.2035	4 000,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.01.00	075.20.2029	18 239,31	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.01.05	075.20.2035	157 896,00	40 936,00	40 936,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.01.06	075.20.2035	44 609,20	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.01.05	075.20.2059	148 764,30	51 620,00	51 620,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.03.00	075.20.2059	217 147,30	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», обеспечение предоставления социальных услуг гражданам, не имеющим места жительства в Череповце	150	06.03.05	075.20.2059	0,00	163 744,00	163 744,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.03.06	075.20.2059	21 898,70	206 480,00	206 480,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.06	075.20.2058	94 000,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.06	075.20.2051	0,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.05	075.20.2062	1 534,98	1 536,06	1 536,06		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.00	075.20.2030	5 000,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.03.00	075.20.2057	0,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.00	075.20.2057	0,00	0,00	0,00		
Субсидии бюджетным, автономным учреждениям по муниципальной программе «Финансовая система обустройства Череповецкого муниципального района на 2010-2015 годы», определение целей, задач	150	06.01.00	075.20.2057	0,00	0,00	0,00		

Annual Performance Report - 2022-2023 (Year 1)																
Category	Section	Sub-Section	Financial Performance						Operational Efficiency						Strategic Initiatives	
			Revenue	Profit Margin	Net Income	EBITDA	ROE (%)	EPS (\$)	Production	Quality	Delivery	Efficiency	Cost Control	Risk Exposure	Market Share (%)	ESG Score
Product A	Sales	North America	\$120M	15%	\$18M	\$40M	20%	\$2.50	1000 units	98.5%	95%	85%	10%	Medium	35%	85
Product A	Sales	Europe	\$80M	14%	\$12M	\$28M	18%	\$2.00	800 units	97.5%	92%	80%	12%	Medium	32%	83
Product A	Sales	Asia-Pacific	\$90M	16%	\$15M	\$35M	22%	\$2.20	950 units	99.0%	96%	88%	11%	Medium	37%	86
Product B	Sales	North America	\$100M	16%	\$15M	\$30M	21%	\$2.30	850 units	98.0%	94%	86%	10%	Medium	34%	84
Product B	Sales	Europe	\$70M	15%	\$10M	\$25M	19%	\$1.80	700 units	96.5%	91%	83%	11%	Medium	31%	82
Product B	Sales	Asia-Pacific	\$85M	17%	\$14M	\$38M	23%	\$2.40	900 units	99.5%	97%	89%	9%	Medium	36%	87
Product C	Sales	North America	\$95M	17%	\$16M	\$32M	22%	\$2.60	750 units	97.0%	93%	87%	10%	Medium	33%	85
Product C	Sales	Europe	\$65M	16%	\$11M	\$26M	20%	\$2.10	600 units	95.5%	90%	84%	12%	Medium	30%	83
Product C	Sales	Asia-Pacific	\$80M	18%	\$13M	\$36M	24%	\$2.70	800 units	98.5%	95%	89%	9%	Medium	35%	86
Product D	Sales	North America	\$110M	18%	\$17M	\$38M	23%	\$2.80	900 units	99.0%	96%	90%	10%	Medium	36%	88
Product D	Sales	Europe	\$80M	17%	\$14M	\$34M	22%	\$2.50	700 units	97.5%	94%	88%	11%	Medium	33%	85
Product D	Sales	Asia-Pacific	\$95M	19%	\$18M	\$42M	25%	\$3.00	850 units	99.5%	97%	92%	8%	Medium	37%	89
Product E	Sales	North America	\$130M	19%	\$20M	\$45M	24%	\$3.20	950 units	98.0%	95%	91%	10%	Medium	38%	91
Product E	Sales	Europe	\$90M	18%	\$15M	\$40M	23%	\$2.80	800 units	96.5%	93%	89%	11%	Medium	35%	88
Product E	Sales	Asia-Pacific	\$105M	20%	\$19M	\$48M	26%	\$3.40	900 units	99.5%	97%	93%	9%	Medium	39%	92
Product F	Sales	North America	\$140M	20%	\$22M	\$50M	25%	\$3.60	950 units	98.5%	96%	92%	10%	Medium	40%	93
Product F	Sales	Europe	\$100M	19%	\$16M	\$44M	24%	\$3.10	800 units	97.0%	94%	90%	11%	Medium	36%	90
Product F	Sales	Asia-Pacific	\$115M	21%	\$21M	\$55M	26%	\$3.80	900 units	99.0%	97%	94%	9%	Medium	41%	94
Product G	Sales	North America	\$150M	21%	\$24M	\$58M	27%	\$4.00	950 units	99.5%	98%	93%	10%	Medium	42%	95
Product G	Sales	Europe	\$110M	20%	\$17M	\$52M	26%	\$3.50	800 units	97.5%	95%	92%	11%	Medium	37%	92
Product G	Sales	Asia-Pacific	\$125M	22%	\$23M	\$60M	28%	\$4.20	900 units	99.0%	98%	94%	9%	Medium	43%	96
Product H	Sales	North America	\$160M	22%	\$26M	\$62M	29%	\$4.40	950 units	99.5%	98%	95%	10%	Medium	44%	97
Product H	Sales	Europe	\$120M	21%	\$18M	\$56M	28%	\$3.90	800 units	97.0%	96%	93%	11%	Medium	38%	94
Product H	Sales	Asia-Pacific	\$135M	23%	\$24M	\$65M	30%	\$4.60	900 units	99.0%	98%	96%	9%	Medium	45%	98
Product I	Sales	North America	\$170M	23%	\$28M	\$68M	31%	\$4.80	950 units	99.5%	99%	96%	10%	Medium	46%	99
Product I	Sales	Europe	\$130M	22%	\$19M	\$62M	30%	\$4.30	800 units	97.5%	96%	94%	11%	Medium	39%	95
Product I	Sales	Asia-Pacific	\$145M	24%	\$25M	\$70M	32%	\$5.00	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	47%	99
Product J	Sales	North America	\$180M	24%	\$30M	\$72M	33%	\$5.20	950 units	99.5%	99%	97%	10%	Medium	48%	100
Product J	Sales	Europe	\$140M	23%	\$20M	\$66M	32%	\$4.70	800 units	97.0%	97%	95%	11%	Medium	40%	96
Product J	Sales	Asia-Pacific	\$155M	25%	\$26M	\$75M	34%	\$5.40	900 units	99.0%	99%	98%	9%	Medium	49%	99
Product K	Sales	North America	\$190M	25%	\$32M	\$78M	35%	\$5.60	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	50%	100
Product K	Sales	Europe	\$150M	24%	\$21M	\$72M	34%	\$5.10	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	41%	97
Product K	Sales	Asia-Pacific	\$165M	26%	\$27M	\$80M	36%	\$5.80	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	52%	99
Product L	Sales	North America	\$200M	26%	\$35M	\$82M	37%	\$6.00	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	53%	100
Product L	Sales	Europe	\$160M	25%	\$22M	\$76M	36%	\$5.60	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	42%	98
Product L	Sales	Asia-Pacific	\$175M	27%	\$28M	\$85M	38%	\$6.20	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	54%	99
Product M	Sales	North America	\$210M	27%	\$38M	\$88M	39%	\$6.40	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	55%	100
Product M	Sales	Europe	\$170M	26%	\$23M	\$82M	38%	\$6.00	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	43%	99
Product M	Sales	Asia-Pacific	\$185M	28%	\$30M	\$90M	40%	\$6.20	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	56%	99
Product N	Sales	North America	\$220M	28%	\$40M	\$92M	41%	\$6.60	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	57%	100
Product N	Sales	Europe	\$180M	27%	\$24M	\$86M	40%	\$6.20	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	44%	99
Product N	Sales	Asia-Pacific	\$195M	29%	\$31M	\$95M	41%	\$6.40	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	58%	99
Product O	Sales	North America	\$230M	29%	\$42M	\$98M	42%	\$6.80	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	59%	100
Product O	Sales	Europe	\$190M	28%	\$25M	\$92M	41%	\$6.40	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	45%	99
Product O	Sales	Asia-Pacific	\$205M	30%	\$32M	\$100M	42%	\$6.60	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	60%	99
Product P	Sales	North America	\$240M	30%	\$44M	\$102M	43%	\$7.00	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	61%	100
Product P	Sales	Europe	\$200M	29%	\$26M	\$96M	42%	\$6.60	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	46%	99
Product P	Sales	Asia-Pacific	\$215M	31%	\$33M	\$105M	43%	\$7.00	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	62%	99
Product Q	Sales	North America	\$250M	31%	\$46M	\$108M	44%	\$7.20	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	63%	100
Product Q	Sales	Europe	\$210M	30%	\$27M	\$102M	43%	\$6.80	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	47%	99
Product Q	Sales	Asia-Pacific	\$225M	32%	\$34M	\$110M	44%	\$7.20	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	64%	99
Product R	Sales	North America	\$260M	32%	\$48M	\$112M	45%	\$7.40	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	65%	100
Product R	Sales	Europe	\$220M	31%	\$28M	\$106M	44%	\$7.00	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	48%	99
Product R	Sales	Asia-Pacific	\$235M	33%	\$35M	\$115M	45%	\$7.40	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	66%	99
Product S	Sales	North America	\$270M	33%	\$50M	\$118M	46%	\$7.60	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	67%	100
Product S	Sales	Europe	\$230M	32%	\$29M	\$112M	45%	\$7.20	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	49%	99
Product S	Sales	Asia-Pacific	\$245M	34%	\$36M	\$120M	46%	\$7.60	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	68%	99
Product T	Sales	North America	\$280M	34%	\$52M	\$122M	47%	\$7.80	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	70%	100
Product T	Sales	Europe	\$240M	33%	\$30M	\$116M	46%	\$7.40	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	50%	99
Product T	Sales	Asia-Pacific	\$255M	35%	\$37M	\$125M	47%	\$7.80	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	71%	99
Product U	Sales	North America	\$290M	35%	\$54M	\$125M	48%	\$8.00	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	72%	100
Product U	Sales	Europe	\$250M	34%	\$31M	\$119M	47%	\$7.60	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	51%	99
Product U	Sales	Asia-Pacific	\$265M	36%	\$38M	\$130M	48%	\$7.60	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	73%	99
Product V	Sales	North America	\$300M	36%	\$56M	\$132M	49%	\$8.20	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	74%	100
Product V	Sales	Europe	\$260M	35%	\$32M	\$126M	48%	\$7.80	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	52%	99
Product V	Sales	Asia-Pacific	\$275M	37%	\$39M	\$135M	49%	\$7.80	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	75%	99
Product W	Sales	North America	\$310M	37%	\$58M	\$138M	50%	\$8.40	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	76%	100
Product W	Sales	Europe	\$270M	36%	\$33M	\$132M	50%	\$8.00	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	53%	99
Product W	Sales	Asia-Pacific	\$285M	38%	\$40M	\$140M	50%	\$8.00	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	77%	99
Product X	Sales	North America	\$320M	38%	\$60M	\$142M	51%	\$8.60	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	78%	100
Product X	Sales	Europe	\$280M	37%	\$34M	\$136M	51%	\$8.20	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	54%	99
Product X	Sales	Asia-Pacific	\$295M	39%	\$41M	\$145M	51%	\$8.20	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	79%	99
Product Y	Sales	North America	\$330M	39%	\$62M	\$145M	52%	\$8.80	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	80%	100
Product Y	Sales	Europe	\$290M	38%	\$35M	\$140M	52%	\$8.40	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	55%	99
Product Y	Sales	Asia-Pacific	\$305M	40%	\$42M	\$150M	52%	\$8.40	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	81%	99
Product Z	Sales	North America	\$340M	40%	\$64M	\$152M	53%	\$9.00	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	82%	100
Product Z	Sales	Europe	\$300M	39%	\$36M	\$146M	53%	\$8.60	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	56%	99
Product Z	Sales	Asia-Pacific	\$315M	41%	\$43M	\$155M	53%	\$8.60	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	83%	99
Product AA	Sales	North America	\$350M	41%	\$66M	\$158M	54%	\$9.60	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	84%	100
Product AA	Sales	Europe	\$310M	40%	\$37M	\$152M	54%	\$9.20	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	57%	99
Product AA	Sales	Asia-Pacific	\$325M	42%	\$44M	\$160M	54%	\$9.20	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	85%	99
Product BB	Sales	North America	\$360M	42%	\$68M	\$162M	55%	\$9.80	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	86%	100
Product BB	Sales	Europe	\$320M	41%	\$38M	\$156M	55%	\$9.40	800 units	97.0%	98%	96%	11%	Medium	58%	99
Product BB	Sales	Asia-Pacific	\$335M	43%	\$45M	\$165M	55%	\$9.40	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	87%	99
Product CC	Sales	North America	\$370M	43%	\$70M	\$165M	56%	\$10.00	950 units	99.5%	99%	98%	10%	Medium	88%	100
Product CC	Sales	Europe	\$330M	42%	\$39M	\$160M	56%	\$9.60	800 units	97.5%	98%	96%	11%	Medium	59%	99
Product CC	Sales	Asia-Pacific	\$345M	44%	\$50M	\$170M	56%	\$9.60	900 units	99.0%	99%	97%	9%	Medium	89%	99
Product DD	Sales	North America	\$380M	44%	\$72M	\$168M	57%	\$10.60	950 units</td							

