



Проект: **Онлайн платформа для обучения и трудоустройства**



Алматы, 2018г.

1. Резюме

1.1 Сведения о проекте и компании-инициаторе

Наименование проекта:	Онлайн платформа для обучения и трудоустройства
Сроки реализации проекта:	2года, 24месяца
Налоговый режим:	Налоговый режим на основе упрощенной декларации, неплательщик НДС

1.2 Сведения о проекте

Бизнес-план составлен для обоснования рентабельности проекта с целью привлечения средств государственного гранта в размере 3млн. тенге.

Целями деятельности компании являются внедрение онлайн платформы для обучения и трудоустройства. Проект подразумевает обучение с последующим трудоустройством. Проект пока работает в четырех направлениях: SMM, веб-дизайн, копирайтинг, графический дизайн. И каждый из них имеет теоретическое обучение и практические задания. Учителя по каждому направлению будут вести уроки и давать обратную связь ученикам по проделанным работам. Также ученики делятся на группы из десяти людей и соревнуются между собой. В итоге человек получает опыт работы в команде, теоретические знания и портфолио из реальных задач которые они могут получить от заказов из нашей платформы.

Предприятие размещено в помещении АКФ TechGarden площадью 80кв.м., расположенном по адресу: г.Алматы, пр. ЖибекЖолы 135/10а.

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Расходы, тг.	2 018	Доля
Инвестиции в основной капитал	3 500 000	100%
Оборотный капитал	0	0%
Всего	3 500 000	100%

Показатели эффективности деятельности проекта:

Внутренняя норма доходности (IRR), %	32,12%
Чистая текущая стоимость (NPV), тг.	1 720 944
Окупаемость проекта (простая), мес.	11

По результатам анализа финансовых показателей за 2 года можно сделать ряд следующих заключений:

- внутренняя норма доходности (IRR) составляет 32,12%, превышение значения IRR над ставкой дисконтирования (15%) свидетельствует об эффективности реализации настоящего проекта;
- значение NPV свидетельствует о том, что инвестированные в проект денежные средства в течение 2 лет принесут дополнительную прибыль в размере 1 720,9 тыс. тг. в текущей стоимости;
- период окупаемости проекта составляет 11 месяцев.

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- Создание 3 штатных единиц, что позволит работнику получать стабильный доход;
- оказание профессиональных услуг в области цифровых облачных технологий;
- поступление в бюджет г. Алматы налогов и других отчислений

Среди социальных воздействий можно выделить:

- Создание условий для онлайн обучения и трудоустройства.

2. Концепция проекта

Интернет платформа “Курсов по фрилансу” нацелена облегчить работу между фрилансером и заказчиков, вдобавок рейтинговая система платформы облегчить заказчику с выбором фрилансера для его заказа. А безопасная система платежа и перевода денег гарантирует честную работу со стороны фрилансера и своевременную оплату со стороны заказчика.

Интернет платформа также является личным кабинетом для наших студентов, где они будут получать задания и обратную связь от преподавателей и своих сокомандников. Материалы курсов, резюме, рекомендацию, электронный сертификат и значки по достижению определенных побед также сохраняются в личном кабинете платформы.

2.1 Виды услуг

Проект предусматривает оказание таких видов услуг, как:

Таблица 1 – Перечень услуг

№	Наименование
1	Обучение
2	Трудоустройство

Предприятие будет осуществлять услуги в объеме и ценам, указанным в таблице:

Таблица 2 – Объем реализуемых услуг

№	Наименование	Средний чек, тг.	Кол-во единиц (месяц)
1	Обучение	43 000	200
2	Трудоустройство	15 000	150

3. Объем продаж

3.1. Программа реализации услуг

При формировании ценовой политики, предприятие учитывает все основные факторы, влияющие на цену своей услуги. Исходным фактором цены являются собственные издержки плюс прибыль, учитывая при этом текущее соотношение спроса, предложения и темпы инфляции. Кроме того, при определении цены учитываются цены конкурентов на аналогичную продукцию, принимая во внимание и то, что в основном потребитель рассматривает цену как показатель качества.

В следующей таблице представлена программа реализации услуг.

Таблица 3 – Планируемая программа реализации услуг, 2017-2019гг.

Показатель	2 018	2 019	2020
------------	-------	-------	------

Выручка, тенге	4 379 500	30 345 500	20 230 333
Валовая прибыль, тенге	1 427 700	13 407 300	8 938 200
Чистая прибыль, тенге	360 415	6 237 835	4 158 557
Норма чистой прибыли, %	8%	21%	21%

Таблица 4 – План продаж, 2018-2020гг.

Показатель	октябрь-ноябрь 2018		декабрь 2018 - январь 2019		февраль-март 2019		апрель - май 2019		июнь-июль 2019		август-сентябрь 2019		октябрь-ноябрь 2019		декабрь 2019	
	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед./год	сумма, тенге/год	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед.	сумма, тенге	кол-во, ед.	сумма, тенге
Загруженность	15%		17%		19%		21%		24%		26%		28%		30%	
Обучение	30	1 290 000	34	1 462 000	38	1 634 000	42	1 806 000	48	2 064 000	52	2 236 000	56	2 408 000	60	2 580 000
Загруженность	0		15%		17%		19%		21%		24%		26%		28%	
Трудоустройство	0	0	22,5	337 500	25,5	382 500	28,5	427 500	31,5	472 500	39	585 000	42	630 000	45	675 000
Предполагаемый объем реализации	30	1 290 000	56,65	1 799 500	63,67	2 016 500	70,69	2 233 500	79,71	2 536 500	91,24	2 821 000	98,26	3 038 000	105,28	3 255 000

4. Сведения о рынке и конкурентах

4.1. Планы по развитию. Проект Госпрограммы "Цифровой Казахстан"

От информационного к цифровому

В мире происходит величайшая информационно-коммуникационная революция в истории человечества. Более 40 процентов населения планеты имеет доступ к интернету, и каждый день в сеть выходят новые пользователи. Начинается эра цифровой глобализации, где цифровые технологии стали важнейшим инструментом мировой торговли товаров и услуг, и обмена данными.

Вместе с тем, в мире меняются бизнес модели с использованием новых технологий таких как, интернет вещей (Internetofthings), облачные технологии (cloudcomputing), блокчейн и другие. Ведущие государства мира принимают новые стратегии цифровизации. Глобальный финансовый кризис и новые условия в мире стимулируют Казахстан к диверсификации экономики. Для достижения больших целей приняты государственные стратегические документы Стратегия «Казахстан-2050», «100 конкретных шагов».

Все это создало предпосылки для разработки проекта новой государственной программы «Цифровой Казахстан».

Проект Госпрограммы «Цифровой Казахстан»

Целью проекта Государственной программы «Цифровой Казахстан» (далее – Программа) является повышение качества жизни населения и конкурентоспособности экономики Казахстана посредством прогрессивного развития цифровой экосистемы.

Программа направлена на развитие следующих сфер:

1. Цифровой Шелковый путь – создание высокотехнологичной цифровой инфраструктуры путем проведения в сельских населенных пунктах широкополосного доступа в интернет; развития телекоммуникационного хаба; обеспечения информационной безопасности; строительства центров обработки данных и т.д.
2. Креативное общество – развитие человеческого капитала путем повышения цифровой грамотности населения, повышения квалификации специалистов в области информационно-коммуникационных технологий (далее-ИКТ), развитие креативного мышления и т.д.
3. Цифровые преобразования в отраслях экономики – развитие цифровой индустрии путем автоматизации транспортно-логистической системы страны; внедрения цифровых технологий в сфере сельского хозяйства, промышленности; развития электронной торговли; улучшения систем учета минеральных ресурсов; обеспечения сохранности и доступности геологической цифровой информации; реализации технологий для создания умных городов; и т.д.
4. Проактивное государство – формирование цифрового правительства путем дальнейшего развития электронного и мобильного правительства; увеличения государственных услуг, предоставляемых в электронной форме; формирования открытого правительства; развития национальной инфраструктуры пространственных данных и т.д.

Целевыми индикаторами к 2020 году, которые мы достигнем, являются:

- Увеличение доли пользователей Интернет до 78%;
- Охват эфирным телевидением населения Казахстана 95%;
- Повышение цифровой грамотности населения до 80%;
- Рост доли сектора информационно-коммуникационных технологий в ВВП страны до 4,7%;
- Рост производительности труда в этой сфере на 34%;
- Уровень удовлетворённости населения качеством самостоятельно полученных услуг в электронной форме не менее 83%.

4.2. Краткий обзор о состоянии информационно-коммуникационных технологий

В 2015 году в секторе информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) объем произведенной промышленной продукции составил 17,5 млрд. тенге. Численность занятых в секторе ИКТ составила более 83,7 тыс. человек, среднемесячная заработная плата одного работника составила 178214 тенге.

Объем импорта товаров сектора информационно-коммуникационных технологий в 2015 году составил около 1,9 млрд. долларов США, объем экспорта составил 104,3 млн. долларов США.

Число фиксированных телефонных линий на 100 жителей составило 24 единицы, число абонентов сотовой связи на 100 жителей достигло 150 единиц.

Наиболее активной возрастной группой пользователей ИКТ среди населения является группа 25-34 лет, составившая 20,8% опрошенных. По уровню образования большинство пользователей ИКТ имели среднее образование (31,6%). По уровню компьютерной грамотности пользователи ИКТ разделились на обычных пользователей (66,9%), начинающих пользователей (26,0%) и опытных пользователей (7,1%). Доля домашних хозяйств подключенных к сети Интернет посредством мобильного оборудования (ноутбук, планшет, мобильный телефон и другие) составила 68,8%, а посредством стационарного оборудования (настольный компьютер) 36,1% от общего числа опрошенных домашних хозяйств. В качестве техники связи для доступа к сети Интернет большинство домашних хозяйств выбрали технологию мобильного широкополосного соединения (58,9%) и фиксированную (проводную) широкополосную связь (40,7%), 14,4% - являются пользователями стандартного модема.

В 2015г. доля организаций (с учетом организаций государственного управления), использующих компьютер, составила 69,2%. Доля организаций, имеющих доступ к сети Интернет (с учетом организаций государственного управления), составила 63,6%. Доля организаций использующих Интернет для получения и размещения заказов (с учетом организаций государственного управления) в 2015 году составил 11,5% и 16,3% соответственно. Для доступа к сети Интернет большинство организаций (с учетом организаций государственного управления) использовали DSL (ADSL, SHDSL и т.д.) (30,9%) и стандартный модем (18,6%).

В 2015г. затраты организаций на информационные технологии составили 375,6 млрд. тенге (с учетом организаций государственного управления), что на 58,4% больше, чем в 2014г.

Таблица 5. Услуги в области ИКТ

Объем оказанных услуг, млн. тенге					
2011	2012	2013	2014	2015	
674 566,00	701 067,00	773 309,0	830 486,3	882 915,00	Всего
2 547,40	3 258,30	3 033,90	1 136,1	995,2	Выпуск программного обеспечения
122,3	1 541,1	1 403,00	40,2	19,6	Услуги по изданию готового программного обеспечения сетевого, в отдельной упаковке
258	266,1	194,5	724,5	440,9	Услуги по изданию готового программного обеспечения по управлению базами данных, в отдельной упаковке
424,1	319,1	379,6	14,8	50,2	Услуги по изданию готового программного обеспечения по инструментальным средствам разработки и языкам программирования, в отдельной упаковке
-	0,8	13,8	3,4	-	Услуги по изданию готовых программ прикладных деловых общего назначения и для внутреннего пользования, в отдельной упаковке
95,7	82,5	112	110,8	138,4	Услуги по изданию готового программного обеспечения прикладного прочего, в отдельной упаковке
773,4	835,8	632,9	19,4	17,7	Услуги по загрузке готового программного обеспечения системного
814,7	147,6	212,6	35,4	86,3	Услуги по загрузке программного обеспечения прикладного
-	11,1	-	28,3	4,8	Услуги по изданию (размещению) программного обеспечения в сети

Источник: Департамент статистики

Таблица 6. Доля домашних хозяйств, имеющие доступ и наличие оборудования для подключения к сети Интернет за 2015г.

	Имеют доступ	ПК	Мобильное об-е
Қазақстан Республикасы	82,2	36,1	68,8
Ақмола	72	33,4	58,3
Ақтөбе	79,5	30	72,9
Алматы	93,9	43,3	76,4
Атырау	79	40,4	73,7
Батыс Қазақстан	92,1	66	90,5
Жамбыл	75,1	24,6	63,7
Қарағанды	74	32	59,9
Қостанай	77,9	35,2	65,3
Қызылорда	95,4	20,9	90,9
Маңғыстау	71,9	17,7	61,9
Оңтүстік Қазақстан	92,2	18,5	88,3
Павлодар	87,6	51,5	56,7
Солтүстік Қазақстан	80,4	34	60,9
Шығыс Қазақстан	81	34,9	59,2
Астана қаласы	97,6	61,6	71,4
Алматы қаласы	70,3	38,8	61,4

Источник: Департамент статистики

Более 70% Пользователей используют компьютер или мобильное устройство чаще одного раза в день.

Через мобильный сотовый телефон осуществляют действия в сети более 72% пользователей интернета в Казахстане.

Таблица 7. Доля скачивания приложений и ПО в % от общего поиска информации и онлайн услуг

	Скачивание ПО или приложений
Қазақстан Республикасы	7,7
Ақмола	8,6
Ақтөбе	10,6
Алматы	3
Атырау	6,6
Батыс Қазақстан	12,1
Жамбыл	3,9
Қарағанды	16,1
Қостанай	8,7
Қызылорда	5,9
Маңғыстау	3,6
Оңтүстік Қазақстан	2,7
Павлодар	11,5
Солтүстік Қазақстан	11,1
Шығыс Қазақстан	3,8
Астана қаласы	24,3
Алматы қаласы	4,5

Источник: Департамент статистики

Таблица 8. Распределение пользователей по видам товаров и услуг, купленных через сеть Интернет в %

	Продукты питания	Лекарственные препараты	Фильмы, музыка	Книги, журналы, газеты	Одежда, обувь,	Электронные учебные материалы	Компьютерные программы	Компьютерные товары
Қазақстан Республикасы	20,8	12	10,8	11,6	56,8	7,4	7,8	5
Ақмола	3,1	9,4	0,9	6,7	61,2	4	4,8	4,8
Ақтөбе	4,8	16,7	9,5	9,5	65,5	8,9	5,4	5,9
Алматы	61,4	9,4	11,9	3,6	18	5,7	1,7	0,6
Атырау	-	4,1	1,4	1,4	82,7	4,1	1,4	3,2
Батыс Қазақстан	13,4	25	6,2	13,1	73,8	10,7	9,2	4,5
Жамбыл	28,4	44,4	3,8	13,5	51,1	8,4	4,8	5,7
Қарағанды	4,6	8,6	3,1	11,7	64,5	3,1	2,6	1,4
Қостанай	5,4	10,9	6,9	6,1	72,9	4	6,5	4,4
Қызылорда	0,8	27,5	25,3	13,7	45,6	9,1	8,4	4,1
Маңғыстау	2,1	6,8	14,9	6,6	62,1	-	8,9	9
Оңтүстік Қазақстан	5,9	9,9	19,2	28,7	40,8	15,3	11,9	2,5
Павлодар	2,1	6,3	-	1	79,1	1	1	4,2
Солтүстік Қазақстан	1,7	12,9	1,7	8,4	65,4	1,7	4,4	6,8

Қазақстан								
Шығыс Қазақстан	7,5	7,1	8,2	4,3	86	2,8	2,8	3,6
Астана қаласы	7	6,5	20,8	22,1	85,7	14,8	22,5	12,4
Алматы қаласы	39,1	13,2	9	17,7	32,3	7,9	9,4	6

Источник: Департамент статистики

Таблица 9. Распределение пользователей, купивших через сеть Интернет товары и услуги по странам продавцов в процентах

	Отечественных продавцов	Продавцы стран таможенного союза	Продавцы других стран
Қазақстан Республикасы	73	23,6	17,8
Ақмола	53,9	23,4	30,7
Ақтөбе	74,4	44,1	22,6
Алматы	94,6	4,7	1,4
Атырау	34,9	50,2	24,4
Батыс Қазақстан	61,6	58,5	13,1
Жамбыл	64,7	29,5	17,3
Қарағанды	43,7	33,2	30,6
Қостанай	56,4	54,5	15
Қызылорда	86,7	19,1	12,2
Маңғыстау	91,1	11,1	2,3
Оңтүстік Қазақстан	81,1	15,4	5,2
Павлодар	35,2	18,8	57,5
Солтүстік Қазақстан	33,8	45,9	26,2
Шығыс Қазақстан	67,3	7	30,4
Астана қаласы	85,4	22,1	18,1
Алматы қаласы	80,5	30,5	17,7

Источник: Департамент статистики

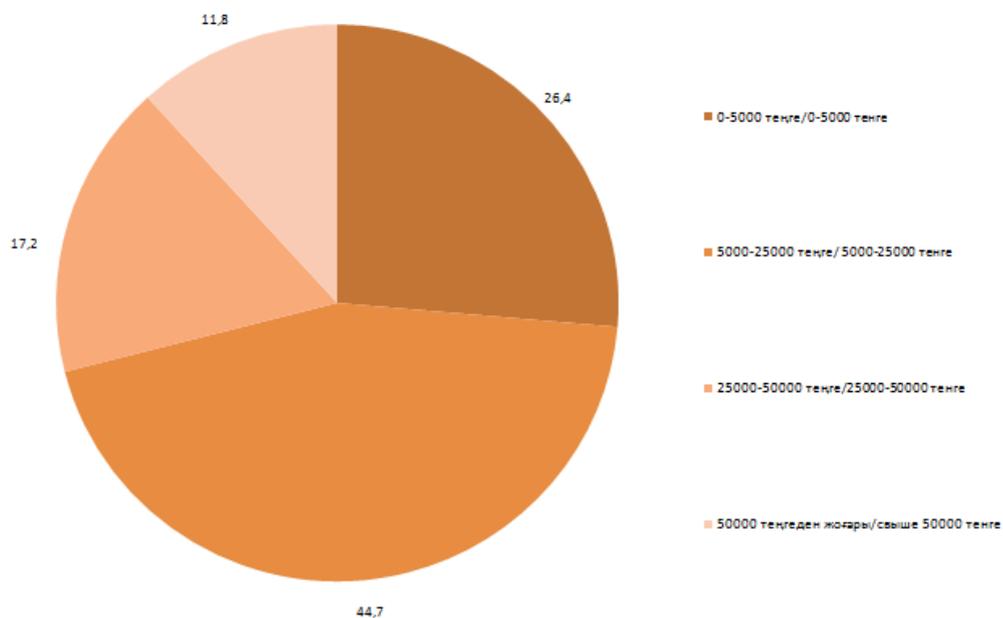
Таблица 10. Распределение пользователей по стоимости товаров и услуг, купленных через сеть Интернет в %

Регион	0 - до 5000 тенге	5000 - до 25000 тенге	25000 - до 50000 тенге	свыше 50000 тенге
Қазақстан Республикасы	26,4	44,7	17,2	11,8
Ақмола	23,2	53,4	17,6	5,8
Ақтөбе	11,3	32,1	25,6	31
Алматы	67,6	17,7	7	7,7
Атырау	13,7	37,5	34,8	14
Батыс Қазақстан	3,1	56	29,7	11,3
Жамбыл	11,1	44	33,1	11,9
Қарағанды	14,6	59,3	16,9	9,1

Қостанай	20	46,9	25,2	7,9
Қызылорда	21,9	49,1	11	18
Маңғыстау	23,6	49,5	15,6	11,3
ОңтүстікҚазақстан	25,7	48,8	21,5	4
Павлодар	6,2	54,1	26,1	13,6
СолтүстікҚазақстан	16,8	46,7	22,8	13,6
ШығысҚазақстан	4,7	58,6	26,6	10,1
Астана қаласы	15,6	64,4	12,1	7,9
Алматы қаласы	28,9	32	12,8	26,3

Источник: Департамент статистики

Рисунок 1. Структура стоимости товаров и услуг, купленных через сеть Интернет в %



Источник: Департамент статистики

Таблица 11. Распределение пользователей по видам оплаты товаров и услуг через сеть Интернет в %

Регион	Оплата платежными банковскими картами через сеть Интернет	Оплата банковским переводом	Предоплата через банковскую карту	Оплата наличными при доставке товара или оказании услуги	Мобильные платежи
Қазақстан Республикасы	26,2	20,1	8,4	49,2	16,7
Ақмола	19,8	16,5	7,3	59,5	4,8
Ақтөбе	27,4	32,8	4,2	47	5,9
Алматы	66,9	7,6	1,4	22	3
Атырау	29,8	18,6	33,8	19,5	3,7
БатысҚазақстан	12,7	43,7	9,4	44,8	1,6
Жамбыл	14,9	21,4	7,2	59,3	3,8

Қарағанды	7,7	11,7	18,3	61,7	9,1
Қостанай	16,8	16,5	4,4	58,5	13,6
Қызылорда	8,3	18	11,8	52,2	22,3
Маңғыстау	15,3	20	22,4	60,3	6,8
ОңтүстікҚазақстан	11,5	34,3	13,5	36,2	11,8
Павлодар	26,1	21,9	9,4	41,5	12,5
СолтүстікҚазақстан	15	7,7	5	62,7	16,4
ШығысҚазақстан	3,7	68,7	1,1	25,5	4,3
Астана қаласы	21	12,4	7,9	81	54,2
Алматы қаласы	19,5	18,8	16,5	48,1	19,2

Источник: Департамент статистики

Объем услуг по компьютерному программированию и консультациям достиг 63,1 млрд тг по итогам I полугодия 2017 - это на 10,9% больше, чем в аналогичном периоде прошлого года.

В лидерах по объему услуг - по-прежнему южная столица: 34 млрд тг, +9,1% за год. Однако доля Алматы сократилась с 54,9% в I полугодии 2016 до 53,9% в текущем году.

На втором месте - Астана: 18,7 млрд тг, сразу +27,6% за год. Вес столицы значительно прирос - это уже 29,7% от всего объема IT-услуг по РК, против 25,8% годом ранее.

Замыкает тройку лидеров Карагандинская область, показавшая годовой рост сразу более чем в полтора раза, до 3,1 млрд тг.

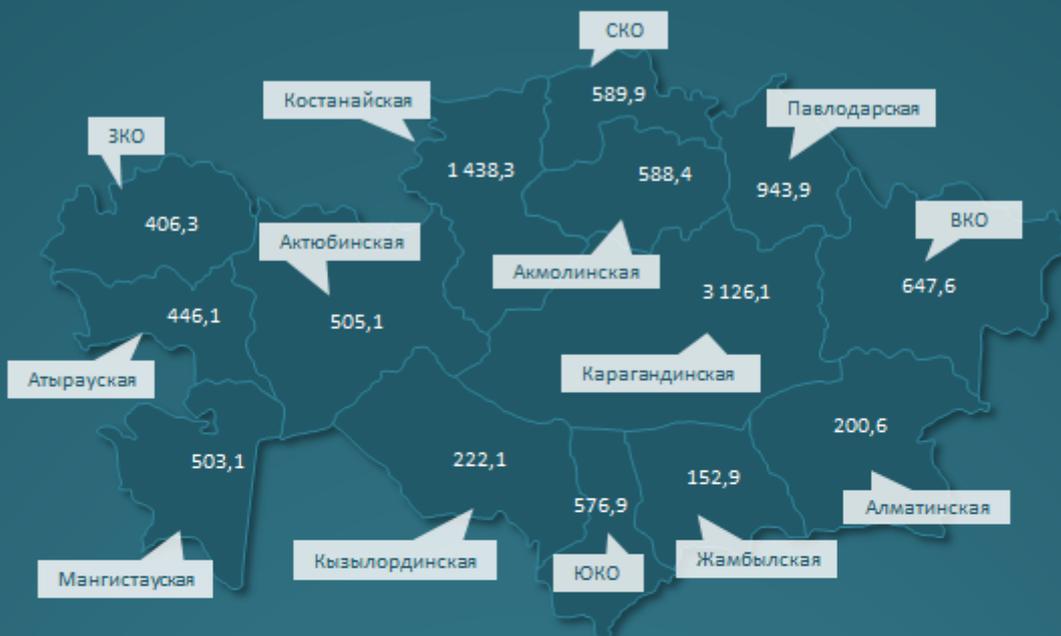
Министр информации и коммуникаций РК Даурен Абаев, выступая в сессии «Цифровая перезагрузка ЕАЭС» в рамках форума «Евразийская неделя», сообщил, что 13 сентября 2017 будет презентована новая Программа «Цифровой Казахстан».

Напомним, Программа состоит из 4 основных направлений:

- Цифровой Шелковый путь (развитие цифровой инфраструктуры)
- Креативное общество (повышение цифровой грамотности населения)
- Цифровые преобразования в отраслях экономики (внедрение цифровых технологий)
- Проактивное государство (цифровые услуги государства, цифровое правительство)

Услуги по компьютерному программированию, услуги консультационные и аналогичные. I полугодие 2017 (млн тг)

Казахстан 63 107,2 Алматы 34 045,6 Астана 18 714,1



Годовые данные



*данные за 2016 год - оперативные, и могут отличаться от уточненных годовых

Источник: КСМНЭ РК

EnergyProm

- Целевые индикаторы Программы к 2020 году:
- Увеличение доли пользователей интернета до 78%;
- Охват эфирным телевидением населения Казахстана 95%;
- Повышение цифровой грамотности населения до 80%;
- Рост сектора информационно-коммуникационных технологий в ВВП страны до 4,7%;
- Рост производительности труда в этой сфере на 34%;
- Уровень удовлетворенности населения качеством самостоятельно полученных услуг в электронной форме - не менее 80%.

Также Казахстан участвует в развитии единого цифрового пространства Евразийского экономического союза. По словам премьер-министра Казахстана Бакытжана Сагинтаева, цифровая повестка ЕАЭС призвана стать аккумулирующей базой, куда также войдут не только собственные наработки РК, но и новейшие мировые достижения.



Наряду с объемом услуг, растут и заработные платы программистов и специалистов IT-сферы. Так, по итогам I полугодия 2017 работники отрасли получали в среднем 306,78 тысячи тенге в месяц - это на 8,8% больше, чем в аналогичном периоде годом ранее.

Примечательно, что в целом по РК покупательская способность зарплат казахстанцев снизилась (по итогам I полугодия - минус 2,4%), однако IT-сферы это не коснулось - тут покупательская способность заработных плат выросла год-к-году на 1%.

При сборе новостей использованы данные порталов www.zakon.kz и www.primeminister.kz.

4.3. Рынок мобильных приложений Казахстана

Сегодня мобильный телефон становится источником самых разнообразных и необходимых ресурсов для работы, досуга и образования, чему способствует стремительное развитие индустрии мобильных приложений. В Казахстане также растет активность в сфере разработки соответствующего ПО, поэтому уже можно говорить о необходимости всестороннего анализа рынка, определения ключевых игроков и прогнозирования тенденций.

Казахстанский рынок мобильных приложений находится в стадии зарождения – больше половины составляют продукты, созданные отдельными людьми, по сути самоучками. Следствием этого стало, например, то, что только единицы используют такой действенный инструмент, как push-уведомления по событиям. Еще большее количество приложений вообще не используют статистические сервисы. В плане мобильного маркетинга на рынке нет более или менее серьезных игроков, а значит, ниша будет бурно расти в ближайшие годы.

Основные тенденции:

Большинство владельцев мобильных приложений (в том числе и многие крупные компании) не задумываются об их востребованности и практически не ведут подсчет активных пользователей.

Среди топ-30 мобильных приложений нет ни одного платного. Это говорит об низкой тенденции к монетизации данного направления в Казахстане.

Многие из разработчиков и владельцев мобильных приложений не придают значения наличию технической поддержки, доступной для пользователей.

Если до недавнего времени большинство существовавших на казахстанском рынке мобильных приложений являлись продолжением онлайн-версий проектов, то сейчас можно наблюдать появление абсолютно самостоятельных разработок, которым удается демонстрировать достаточно высокие показатели использования и технические характеристики.

Среди разработчиков наблюдается явная приверженность платформе Android – подавляющее большинство мобильных программ.

Таблица 12. Рейтинг мобильных приложений по версии АКИБ (Ассоциация Казахстанского Интернет Бизнеса и Мобильной Коммерции (АКИБ), организатор международной конференции по мобильным сервисам и платежам «MobiEvent» и компания «Intervale Kazakhstan»)

позиция	Название	Краткое описание
1	Kolesa.kz	Покупка/продажа автомобилей
2	Мой Beeline	Приложение для абонентов Beeline
3	Sajde KZ - Время намаза Казахстана	Уведомление о наступлении времени Намаза

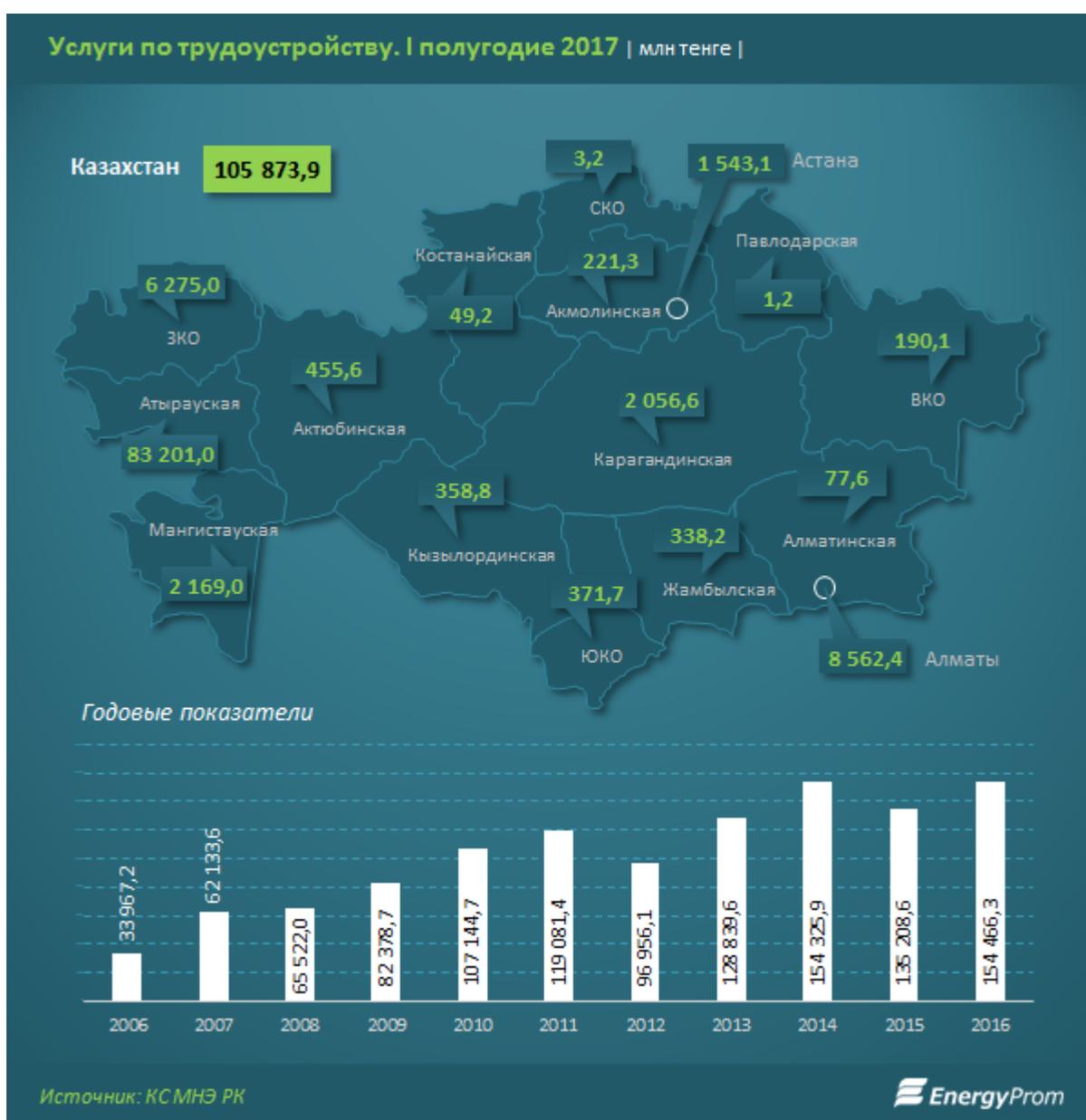
4	Homebank	Для держателей карточек "Казкоммерцбанка".
5	Pit-stop.kz	Мобильное приложение для автолюбителей
6	Kiwi	Официальное приложение видео-сервиса Kiwi.kz.
7	Tele2 Kazakhstan	Приложение для абонентов Tele2
8	Smartbank	Приложение для клиентов "Евразийского Банка"
9	Tengrinews.kz	Новости политики, экономики, общества, технологий, культуры Казахстана и мира.
10	Kino.kz	Киноафиша Казахстана"
11	MyActiv	Приложение для абонентов ACTIV
12	Сбербанк Онлайн Казахстан	Мобильное приложение для клиентов "Сбербанк"
13	Aviata.kz	Мобильное приложение для бронирования и получения информации авиабилетов
14	Krisha.kz	сервис недвижимости
15	HalykBank	Официальное приложение "Народного Банка Казахстана"
16	Chocolife.me	приобретение купонов с помощью мобильного телефона.
17	Visa QIWI Wallet	Электронный кошелек
18	Vesti.kz	Новости, результаты соревнований, статистика турниров.
19	BeSmart	приобретения купонов посредством мобильного телефона
20	Infobusmobile	Приложение для оптимизации времени ожидания общественного транспорта на остановке.
21	MyKcell	Приложение для абонентов KCELL
22	Point+ Казахстан	Финансовое приложение с местоположениями банкоматов, обменных пунктов, отделений банков и др. служб.
23	Бизнес-Мен	Мобильное приложение справочные в сфере финансовой жизни Казахстана
24	Yvision - Блоги в Казахстане	Мобильное приложение Блог платформы Yvision.kz
25	MyKazpost	информационное об услугах национального оператора почты.
26	Мобильное приложение Egov	Оплата пошлин, штрафов и пени, получение справок и уведомлений.
27	МВД НАРОДНОЕ	инструмент для экстренной связи с полицией, получения необходимых справочных данных
28	Grimble - Учет расходов	Мобильное приложение по управлению собственным бюджетом
29	MyPay.kz	Платежное мобильное приложение.
30	Тикетон	Покупка билетов в кино, театр, на концерты и прочие события.

4.4. Рынок трудоустройства

Спрос на HR-сервисы падает только в кризисные годы, но быстро восстанавливается. По итогам первого полугодия услуги по трудоустройству составили по стране 105,9 миллиарда тенге - это сразу на 38,4% больше, чем в аналогичном периоде годом ранее. Из них на сельскую местность пришлось 7,7%.

Основной объем пришелся на газонефтяные регионы с наиболее высоким уровнем заработных плат по РК, и на финансовый центр: Атыраускую область (83,2 млрд тг, +51,4% за год), Алматы (8,6 млрд тг, -26,3% за год), ЗКО (6,3 млрд тг, +349% за год) и Мангистаускую область (2,2 млрд тг, рост за год сразу в 2,3 раза).

Спрос на услуги трудоустройства падал только в годы наиболее значительного проседания экономического положения в стране. Так, спад спроса или стагнация в секторе наблюдались в кризисных годах - 2008 (начало мирового кризиса), 2012 (вторая волна кризиса) и 2015.



16,1% от общего объема услуг пришлось на агентства по трудоустройству (17,1 млрд тг, +47,5% за год), на агентства по временному трудоустройству - всего 1%. Основная доля (82,8%) пришлась на компании, специализирующиеся на предоставлении человеческих ресурсов для предприятий - клиентов.

Рынок труда в РК ожидает обновление: этой осенью министр труда и соцзащиты Тамара Дуйсенова представила в правительстве новый законопроект. В частности, модернизация службы занятости предполагает значительные изменения в работе центров занятости. Теперь они не будут содержаться за счет бюджета: государство будет размещать государственный заказ на конкурсной основе среди центров занятости населения и частных агентств занятости.

На аутсорсинг планируют передать 3 вида услуг: непосредственно трудоустройство, профессиональное обучение и профессиональная ориентация. За каждого трудоустроенного, в зависимости от категории сложности трудоустройства, государство будет платить кадровым агентствам по предварительным расчетам от 15 до 60 тыс. тг, рассказал вице-министр Биржан Нурымбетов. С этой целью правительство планирует внести корректировки в программе занятости, и выделить порядка 1,5 млрд тенге на 2018 год. Минтруда планирует трудоустроить таким образом 61 тысячу человек.

Также проектом предусмотрено создание электронной биржи труда: вакансии, резюме соискателей, а также информация государственных и частных центров занятости будут собраны на едином портале. Процесс создания биржи труда сегодня находится в работе.

Услуги по трудоустройству. I полугодие 2017 млн тенге						
	Всего			В сельской местности		
	2017	2016	Рост за год	2017	2016	Рост за год
Всего	105 874	76 515	38,4%	8 135	8 038	1,2%
Деятельность агентств по трудоустройству	17 077	11 582	47,5%	1 343	198	578,7%
Деятельность агентств по временному трудоустройству	1 018	870	17,0%	0	15	-99,7%
Деятельность прочих организаций по работе с персоналом, кроме организаций, учрежденных национальными компаниями	87 669	64 064	36,8%	6 792	7 825	-13,2%
Деятельность организаций, учрежденных нац. компаниями, по предоставлению технического и вспомогательного персонала для обслуживания стратегических объектов	110	-	-	-	-	-

Источник: КС МНЭ РК 

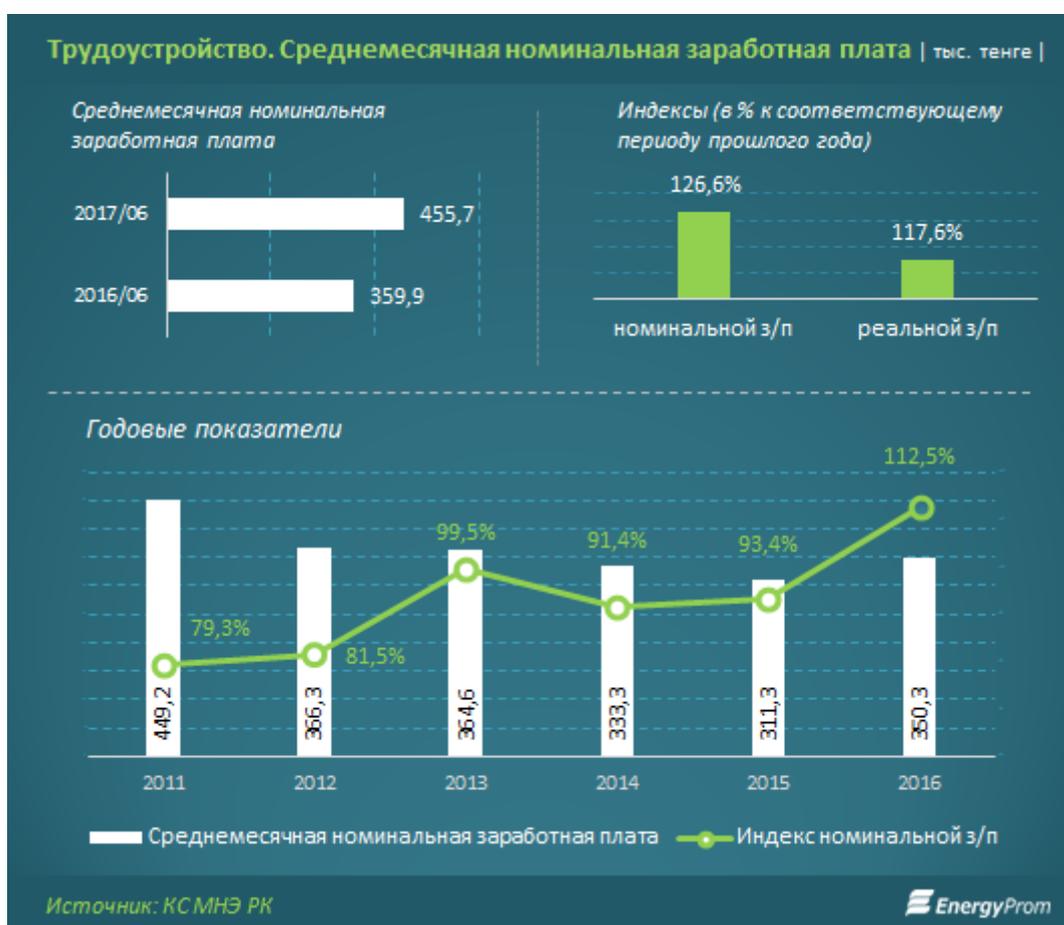
Помимо электронной биржи труда, новый проект закона предусматривает альтернативные варианты поиска вакансий. Получить информацию и зарегистрироваться в качестве безработного можно будет через ЦОН, на портале электронного правительства egov.kz, или по заявке, переданной сельским акимам. Работодателей, в свою очередь, обяжут предоставлять достоверную и своевременную информацию об

имеющихся вакансиях, также через электронные площадки. В целом, законопроект предусматривает изменения и дополнения в 4 кодексах и 5 законах.

Зарплата сотрудников центров занятости теперь будет зависеть от числа трудоустроенных. По данным минтруда, в прошлом году работодатели предоставили больше 500 тысяч рабочих мест, но трудоустроено было лишь 200 тысяч человек. В этом году через центры занятости работу получили 329 тысяч человек.

Примечательно, что заработные платы HR-специалистов пошли в рост после многолетнего спада только в 2016 году. В текущем году рост продолжился.

Так, по итогам первого полугодия работники сферы трудоустройства получали в среднем 455,7 тысячи тенге в месяц - это на 26,6% больше, чем в аналогичном периоде годом ранее. С учетом инфляции, покупательская способность зарплат в секторе выросла на 17,6%.



При сборе новостей использованы данные порталов enbek.gov.kz, ratel.kz, 24.kz.

4.5. Рынок образования

За 1 квартал 2016 г. в сфере образования было оказано услуг на 367,2 млрд. тенге – на 18,2% больше, чем годом ранее. Рост ускорился вдвое против значений 1 квартала 2015г.

Более 80% услуг в отрасли традиционно было оказано за счет бюджетных средств. За январь-март объем услуг, оказанных организациями образования, составил 367,2 млрд тг, против 310,6 млрд тг годом ранее (плюс 18,2%).

Из них 82,2%, или 301,8 млрд тг - за счет бюджетных средств (плюс 19,4% год-к-году); 15,5%, или 57 млрд тг - за счет средств населения (плюс 12,2% к 1 кв. 2015); и 2,3%, или 8,4 млрд тг - за счет средств предприятий (плюс 20,6% за год).

Львиная доля всего объема услуг в секторе пришлась на организации, находящиеся в государственной собственности - 306,8 млрд тг (83,6%), еще 57,7 млрд тг (15,7%) пришлось на частные организации, и всего 2,7 млрд тг (0,7%) - на иностранные образовательные структуры.

События: В Казахстане успешно развивается система сбережений и накоплений на получение образования в колледжах и вузах Казахстана либо за рубежом - Государственная образовательная накопительная система (ГОНС). Сегодня более 15000 человек являются вкладчиками ГОНС. С момента внедрения программы в 2013 году, первую премию государства получили в 2015 году 656 человек, и в 2016 году - 9505 вкладчиков. В настоящее время более 140 студентов обучаются на накопленные средства по системе ГОНС.



Наибольший объем оказанных услуг пришелся на сегмент основного и общего среднего образования - 155,7 млрд тг, плюс 20,9% за год. На втором месте - услуги в области

высшего образования - 59,2 млрд тг, плюс 15,6%. Далее - услуги в области дошкольного воспитания - 55,9 млрд тг, плюс 25,4% год-к-году.

Объем оказанных услуг организациями образования. I квартал 2016 млрд тг			
	2016/05	2015/05	Рост за год
Оказано услуг по основному виду деятельности, всего	367	311	18,2%
Услуги в области дошкольного воспитания и обучения	56	45	25,4%
Услуги в области начального образования	28	23	21,9%
Услуги в области основного и общего среднего образования	156	129	20,9%
Услуги в области технического и профессионального среднего образования	36	33	9,2%
Услуги в области высшего образования	59	51	15,6%
Услуги в области спортивного образования и образования специалистов организации досуга	9	8	13,6%
Услуги в области образования в сфере культуры	6	4	26,8%
Услуги школ подготовки водителей	1	1	-6,5%
Услуги образовательные вспомогательные	4	2	160,1%
Услуги в области образования прочего, не включенные в другие группировки	13	16	-14,9%

Источник: КС МНЭ РК 

В многолетней динамике за последнее десятилетие наибольший годовой рост зафиксирован в 2007 году (сразу плюс 31,6% к 2006 году, до 463,5 млрд тг) и в 2011 году (плюс 25,4% год-к-году, до 948,5 млрд тг).

Годовой рост в 2015 году составил всего 5,7%, до 1,35 трлн тг. Если темпы роста 1 квартала текущего года сохраняться и далее, 2016 может значительно превзойти 2015 и в стоимостном выражении, и по показателю годового прироста.



В региональном разрезе по итогам 2015 года наибольший объем услуг в образовательной сфере (16% от РК) пришелся на южную столицу - 216,4 млрд тг, плюс 15,2% к показателям 2014.

На втором месте - ЮКО (13,5% от РК) - 182,5 млрд тг, годовой рост - 5,4%.

Третье место - за столицей (9,1% от РК) - 123,7 млрд тг, плюс 9,4% за год.

Самые высокие темпы роста зафиксированы в Алматы и Атырауской области (плюс 12,9% к 2014 году, до 51,3 млрд тг - 3,8% от РК).

События: В Астане проходит центрально-азиатский симпозиум по информационно-коммуникационным технологиям в сфере профессионально-технического образования (CASIE 2016). Вице-министр образования и науки РК Эльмира Суханбердиева рассказала: «В следующем году по поручению Президента РК будет внедрено бесплатное профессионально-техническое образование. Одним из приоритетов являются информационно-коммуникационные технологии. В рамках центрально-азиатского симпозиума представители Казахстана, Кыргызстана, Монголии, Таджикистана, Узбекистана, а также Бюро ЮНЕСКО в Бангкоке и Корейской службы образовательной и научно-исследовательской информации (KERIS) презентовали лучший опыт в этой сфере».

Симпозиум направлен на рассмотрение целого ряда важных аспектов развития информационно-коммуникационных технологий в поддержку профессионального образования молодежи. Среди них предоставление открытых, гибких и разнообразных учебных возможностей для всех, поддержка практического опыта обучения, укрепление информационного образования и развития политики адаптации обучения к изменениям на рынке труда, сотрудничество для более широкого проникновения ИКТ в сферу образования и обучения.

При сборе новостей использованы данные порталов www.zakon.kz, www.bnews.kz

Объем услуг, оказанных организациями образования млрд тг				
	2015	2014	Годовой рост	Доля от РК
Казахстан	1 352	1 280	5,7%	100,0%
Алматы	216	188	15,2%	16,0%
ЮКО	183	173	5,4%	13,5%
Астана	124	113	9,4%	9,1%
Карагандинская	95	91	4,8%	7,0%
Алматинская	91	84	8,3%	6,8%
ВКО	89	87	2,8%	6,6%
Жамбылская	76	77	-0,4%	5,6%
Актюбинская	66	66	1,1%	4,9%
Кызылординская	61	61	-0,2%	4,5%
Костанайская	57	54	5,3%	4,2%
Павлодарская	55	52	5,7%	4,0%
ЗКО	52	49	5,2%	3,8%
Акмолинская	52	56	-7,5%	3,8%
Атырауская	51	45	12,9%	3,8%
Мангистауская	43	43	-1,8%	3,1%
СКО	41	40	1,6%	3,0%

Источник: КС МНЭ РК 

4.6. Стратегия маркетинга

4.6.1. Стратегии маркетинга

- Добиться эффекта социальности.
- Вывести бренд на рынок.
- Стимулирование спроса на предложение, услугу.
- Создание имиджа на рынке.
- Создать и повысить узнаваемость бренда на рынке.
- Добиться максимальной лояльности к продукту.

4.6.2. Лояльность бренда.

Выход на рынок с новым продуктом, в связи с этим ключевая задача достичь максимальной лояльности к продукту и бренду. Инициаторам проекта, прежде всего, нужно четко и ясно донести до пользователя и организации функцию бренда и его позиционирование.

4.6.3. Функции бренда.

- Социальная – удовлетворение от позитивного восприятия торговой марки обществом.
- Гарантия – уверенность в качестве предоставляемого предложения в любой точке, в любое время;
- Оптимизация – уверенность в приобретении лучшего предложения на рынке;
- Постоянство – формирует чувство уверенности и стабильности, осознание преимущества перед другими пользователями;
- Эстетическая – получение удовольствия от внешнего вида и юзабилити продукта.

4.6.4. План маркетинга

Для узнаваемости сервиса будут использованы различного рода каналы коммуникации, начиная от мобильной рекламы, интернет-рекламы, заканчивая вирусными роликами и оффлайн мероприятиями.

4.6.5. Маркетинговые мероприятия

- Проведение аналитических исследований
- Сбор статистики приложения
- Создание рекламного сайта
- Создание информационных и вирусных роликов
- Создание и ведение групп, публичных страниц в социальных сетях (smm)
- Работа с рекламными сетями в среде web и mobile (smo)
- Работа с контекстной и баннерной рекламой в среде web и mobile (smo)
- Работа с поисковой оптимизацией в web и mobile (seo)
- Работа с профильными и информационными изданиями (pr)
- Участие в выставках и конференциях (pr)

4.6.6. План продвижения и реализации проекта

Стадия №1: Разработка сервиса

- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Проведение опросов и фокус-групп.
- Разработка логотипа, фирменного стиля, бренд-бука.
- Создание платформы.
- Оптимизация и продвижение платформы под поисковые системы (SEO).

Стадия №2: Выход на рынок (бета-версия) / активное тестирование

- Создание, открытие и ведении страниц и групп в социальных сетях.
- Продвижение групп, страниц в социальных сетях (тестовый период).
- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Проведение фокус-групп по юзабилити приложения.
- Анализ поведения пользователя в мобильном приложении.
- Оптимизация и продвижение landingpage под поисковые системы (SEO).
- Продвижение приложения с помощью мобильных рекламных сетей (тестовый период).
- Поисковое продвижение SEM (тестовый период).
- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Анонс приложения в тематических СМИ.

Стадия №3: Выход стабильной версии / активный маркетинг.

- Продвижение групп, страниц в социальных сетях.
- Анонс и обзор приложения в тематических и информационных СМИ.
- Продвижение приложения с помощью мобильных рекламных сетей.
- Поисковое продвижение SEM.

- Исследования и аналитика потребителя, конкурентов, рынка.
- Анализ поведения пользователя в мобильном приложении.
- Участие в конференциях и выставках.
- Организация спец. проектов, партнерских проектов.

4.6.7. Каналы продвижения

- **Веб маркетинг.**

С учетом того, что сервис является только «мобильным», то продвижение в среде web выбрано как инструмент для повышения узнаваемости продукта. Сервис будет использовать поисковую оптимизацию сайта (SEO), а также контекстную рекламу Google AdWord, так как она дает нам возможность таргетировать рекламу по мобильным устройствам.

- **SMM маркетинг (продвижение в социальных сетях).**

Без внимания не оставим и ведущие соц. сети мира, будут заведены страницы/группы в таких сетях, как: Facebook, Вконтакте, Twitter.

4.7. Ценовая политика

Ценовая политика предприятия призвана обеспечить ценовое конкурентное преимущество на локальном рынке.

Цена = Себестоимость (Покупные изделия и услуги наших партнёров, , ОПР*, ОХР*, заработная плата производственных работников, ППР)+% прибыли.

*ОПР- Общепроизводственные расходы

*ОХР- Общехозяйственные расходы

Проценты прибыли варьируются в зависимости от конкретных товаров и составляют 5%.

Активная политика проекта в сфере ценообразования состоит в установлении цен на услуги на основе рассмотрения следующих факторов:

- цены, которые могут обеспечить реализацию услуги;
- ценовая политика обеспечивает реализацию объемов услуг, заложенных в бизнес-плане, а также покрывает себестоимость.

В целях стимулирования сбыта предприятие организует проведение рекламных кампаний, мероприятий по продвижению продукции, применение бонусов для крупных оптовых клиентов, в зависимости от объемов закупки. Проведение акций, предоставление скидок и бонусов стимулирует клиентов на совершение покупок в большем объеме и чаще, чем при обычной системе продаж.

Таблица 13. Ценообразование

№	Наименование	Средний чек, тг.
1	Обучение	43 000
2	Трудоустройство	15 000

5. Технологический процесс

5.1 Краткое описание технологического процесса.

Основные сервисы:

- colocation (аренда места в оборудованном серверном зале для работы серверного оборудования клиентов),
- аренда виртуальной серверной инфраструктуры (IaaS),
- аренда лицензионного программного обеспечения (SaaS),
- облачное видеонаблюдение (VSaaS).

Пользование этими коммерчески привлекательными сервисами позволяет клиентам как из числа крупных государственных и коммерческих структур, так и из числа МСБ, не тратиться на капитальные вложения по развитию собственной современной IT-инфраструктуры и ее обслуживание, оплачивая лишь недорогую аренду необходимых приложений.

Развитие нашего ЦОД полностью вписывается в озвученные руководством Республики Казахстан программы модернизации экономики, поддержки МСБ, программы «Цифровой Казахстан – 2020», согласно которых:

- для повышения производительности труда, роста объемов производства и снижения себестоимости выпускаемой продукции перерабатывающей промышленности Республики Казахстан необходима реализация мер стимулирования использования цифровых технологий;
- информационно-коммуникационные технологии, так же, как и энергосбережение или транспорт, стали неотъемлемой частью инфраструктуры страны – равно как и производственным фактором в почти любом виде деятельности в современной экономике и оказывают серьезное влияние на производительность труда;
- предполагается к 2017 году для городов Астана, Алматы, а также для Южно-Казахстанской области разработка концепций «SmartCity».

5.2 Здания и сооружения

Реализация проекта будет осуществляться по адресу: г.Алматы

5.3 Коммуникационная инфраструктура

В здании присутствует необходимая коммуникационная структура (электро-, тепло- и водоснабжение).

5.4 Оборудование и инвентарь

Перечень оборудования представлен в ниже следующей таблице.

Таблица 14- Перечень мебели и оборудования

Наименование	Кол-во ед.	Стоимость 1 ед.	Сумма, тг.
Приобретение платформы	1	3 500 000	3 500 000
ИТОГО:	1		3 500 000

6. Организация, управление и персонал

Для эффективной работы будет добавлена 3 единицы персонала. Общее руководство предприятием осуществляет инициатор проекта.

Таблица 15 - Штатное расписание

№	Должность	Начислено
1	Директор	150 000
2	Ассистент	100 000
3	Копирайтер	150 000
	ИТОГО	400 000

7. План работы

7.1. План реализации

Предполагается, что реализация настоящего проекта начнется с сентября 2018 г.

Таблица 16 - Календарный план реализации проекта

№	Наименование	2018	
		сентябрь	октябрь
1.	Получение средств гранта		
2.	Приобретение платформы		
3	Начало реализации услуг		

Доставка оборудования будет произведена за счет поставщика.

7.2. Затраты на реализацию проекта

Таблица 17 – Инвестиционные затраты

Наименование	Сумма, тенге	2018
		сентябрь
Приобретение и внедрение платформы	3 500 000	3 500 000
Итого	3500000	3500 000

8. Общие и административные расходы

8.1. Административные расходы

В рамках проекта затраты на административные расходы на предусмотрены.

8.2 Расходы на ФОТ

Таблица 18 - Расчет расходов на оплату труда производственного персонала

№	Должность	Начислено	Вычеты	ОПВ 10%	ИПН	К выдаче	мед страхование 1,5%	соц налог и соц.отчисления 9,5%
1	Директор	150 000	28 284	15 000	10 672	124 328	1 865	12 825
2	Ассистент	100 000	28 285	10 000	6 172	83 829	1 257	8 550
3	Копирайтер	150 000	28 286	15 000	10 671	124 329	1 865	12 825
	ИТОГО	400 000	84 855	40 000	27 515	332 486	4 987	34 200

9. Потребность в финансировании

Общие инвестиционные затраты по проекту включают в себя:

Таблица 19- Инвестиции проекта, тг.

Расходы, тг.	2 018	Доля
Инвестиции в основной капитал	3 500 000	100%
Оборотный капитал	0	0%
Всего	3 500 000	100%

Финансирование проекта планируется осуществить за счет заемных средств.

Таблица 20 - Программа финансирования, тг.

Источник финансирования	Сумма, тенге
Собственные средства	500 000
Грант	3 000 000
Всего	3 500 000

10. Эффективность проекта

10.1 Проекция Cash-flow

Проекция Cash-flow (Отчет движения денежных средств) показывает потоки реальных денег, т.е. притоки наличности (притоки реальных денег) и платежи (оттоки реальных денег). Анализ денежного потока показывает его положительную динамику по годам проекта и отсутствие кассовых разрывов.

Таблица 21 – Отчет о движении денежных средств по годам, 2018-2020гг.

Показатели	2018	2019	2020
Поступления от продаж	4 379 500	30 345 500	20 230 333
Эксплуатационные расходы	1 751 800	12 138 200	8 092 133
Коммуникационные расходы	875 900	6 069 100	4 046 067
Выплаты персоналу на заработную плату	1 200 000	4 800 000	3 200 000
Административные расходы	60 000	190 000	126 667
Выплата налогов (3%)	131 385	910 365	606 910
Денежный поток от операционной деятельности	360 415	6 237 835	4 158 557
Приобретение основных средств	3 500 000	-	-
Денежный поток от инвестиционной деятельности	- 3 500 000	-	-
Привлеченные средства	3 000 000	-	-
Собственный капитал	500 000	-	-
Денежный поток от финансовой деятельности	3 500 000	-	-
Денежный поток за период	360 415	6 237 835	4 158 557
Баланс наличности на начало периода	-	360 415	6 598 250
Баланс наличности на конец периода	360 415	6 598 250	10 756 807

Таблица 22 – Отчет о движении денежных средств по месяцам, 2018г.

Показатели	01.01.2018	01.02.2018	01.03.2018	01.04.2018	01.05.2018	01.06.2018	01.07.2018	01.08.2018	01.09.2018	01.10.2018	01.11.2018	01.12.2018
Поступления от продаж	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1 290 000	1 290 000	1 799 500
Сдельная оплата труда	0	0	0			0	0	0	0	516 000	516 000	719 800
Коммуникационные расходы										258 000	258 000	359 900
Выплаты персоналу на заработную плату										400 000	400 000	400 000
Административные расходы										20 000	20 000	20 000
Выплата налогов (3%)												131 385
Денежный поток от операционной деятельности	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96 000	96 000	168 415
Приобретение основных средств									3 500 000			
Приобретение нематериальных активов												
Денежный поток от инвестиционной деятельности	-	-	-	-	-	-	-	-	- 3 500 000	-	-	-
Привлеченные средства									3 000 000			
Собственный капитал									500 000			
Денежный поток от финансовой деятельности	-	-	-	-	-	-	-	-	3 500 000	-	-	-
Денежный поток за период	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96 000	96 000	168 415
Баланс наличности на начало периода		-	-	-	-	-	-	-	-	-	96 000	192 000
Баланс наличности на конец периода	-	-	-	-	-	-	-	-	-	96 000	192 000	360 415

Таблица 23 – Отчет о движении денежных средств по месяцам, 2019г.

Показатели	01.01.2019	01.02.2019	01.03.2019	01.04.2019	01.05.2019	01.06.2019	01.07.2019	01.08.2019	01.09.2019	01.10.2019	01.11.2019	01.12.2019
Поступления от продаж	1 799 500	2 016 500	2 016 500	2 233 500	2 233 500	2 536 500	2 536 500	2 821 000	2 821 000	3 038 000	3 038 000	3 255 000
Сдельная оплата труда	719 800	806 600	806 600	893 400	893 400	1 014 600	1 014 600	1 128 400	1 128 400	1 215 200	1 215 200	1 302 000
Коммуникационные расходы	359 900	403 300	403 300	446 700	446 700	507 300	507 300	564 200	564 200	607 600	607 600	651 000
Выплаты персоналу на заработную плату	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Административные расходы	20 000	20 000	20 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	20 000	20 000	20 000
Выплата налогов (3%)						385 080						525 285
Денежный поток от операционной деятельности	299 800	386 600	386 600	473 400	483 400	219 520	604 600	718 400	718 400	795 200	795 200	356 715
Приобретение основных средств												
Приобретение нематериальных активов												
Денежный поток от инвестиционной деятельности	0	-										
Привлеченные средства												
Собственный капитал												
Денежный поток от финансовой деятельности	0											
Денежный поток за период	299 800	386 600	386 600	473 400	483 400	219 520	604 600	718 400	718 400	795 200	795 200	356 715
Баланс наличности на начало периода	360 415	660 215	1 046 815	1 433 415	1 906 815	2 390 215	2 609 735	3 214 335	3 932 735	4 651 135	5 446 335	6 241 535
Баланс наличности на конец периода	660 215	1 046 815	1 433 415	1 906 815	2 390 215	2 609 735	3 214 335	3 932 735	4 651 135	5 446 335	6 241 535	6 598 250

10.2 Расчет прибыли и убытков

Расчет планируемой прибыли и убытков в развернутом виде.

Таблица 24 – Отчет о прибылях и убытках по годам, 2018-2020гг.

Показатели	2018	2019	2020
Выручка	4 379 500	30 345 500	20 230 333
Эксплуатационные расходы	1 751 800	12 138 200	8 092 133
Расходы на заработную плату	1 200 000	4 800 000	3 200 000
Валовая прибыль	1 427 700	13 407 300	8 938 200
<i>Норма валовой прибыли</i>	33%	44%	44%
Административные расходы	60 000	190 000	126 667
Коммуникационные расходы	875 900	6 069 100	4 046 067
Доход/убыток от операционной деятельности	491 800	7 148 200	4 765 467
<i>Норма операционной прибыли</i>	11%	24%	24%
Прибыль до налога на прибыль	491 800	7 148 200	4 765 467
Налоги (3%)	131 385	910 365	606 910
Чистая прибыль	360 415	6 237 835	4 158 557
<i>Норма чистой прибыли</i>	8%	21%	21%
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ	360 415	6 598 250	10 756 807

Таблица 25 – Отчет о прибылях и убытках по месяцам, 2018г.

Показатели	01.01.2018	01.02.2018	01.03.2018	01.04.2018	01.05.2018	01.06.2018	01.07.2018	01.08.2018	01.09.2018	01.10.2018	01.11.2018	01.12.2018
Выручка										1 290 000	1 290 000	1 799 500
Сдельная оплата труда										516 000	516 000	719 800
Расходы на заработную плату										400 000	400 000	400 000
Валовая прибыль	0	374 000	374 000	679 700								
<i>Норма валовой прибыли</i>										29%	29%	38%
Административные расходы							0	0	0	20 000	20 000	20 000
Коммуникационные расходы										258 000	258 000	359 900
Доход/убыток от операционной деятельности	0	96 000	96 000	299 800								
<i>Норма операционной прибыли</i>										7%	7%	17%
Прибыль до налога на прибыль	0	96 000	96 000	299 800								
Налоги (3%)						0						131 385
Чистый доход/убыток	0	96 000	96 000	168 415								
<i>Норма чистой прибыли</i>										7%	7%	9%
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ										96 000	192 000	360 415

Таблица 26 – Отчет о прибылях и убытках по месяцам, 2019г.

Показатели	01.01.2019	01.02.2019	01.03.2019	01.04.2019	01.05.2019	01.06.2019	01.07.2019	01.08.2019	01.09.2019	01.10.2019	01.11.2019	01.12.2019
Выручка	1 799 500	2 016 500	2 016 500	2 233 500	2 233 500	2 536 500	2 536 500	2 821 000	2 821 000	3 038 000	3 038 000	3 255 000
Сдельная оплата труда	719 800	806 600	806 600	893 400	893 400	1 014 600	1 014 600	1 128 400	1 128 400	1 215 200	1 215 200	1 302 000
Расходы на заработную плату	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000
Валовая прибыль	679 700	809 900	809 900	940 100	940 100	1 121 900	1 121 900	1 292 600	1 292 600	1 422 800	1 422 800	1 553 000
<i>Норма валовой прибыли</i>	<i>38%</i>	<i>40%</i>	<i>40%</i>	<i>42%</i>	<i>42%</i>	<i>44%</i>	<i>44%</i>	<i>46%</i>	<i>46%</i>	<i>47%</i>	<i>47%</i>	<i>48%</i>
Административные расходы	20 000	20 000	20 000	20 000	10 000	10 000	10 000	10 000	10 000	20 000	20 000	20 000
Коммуникационные расходы	359 900	403 300	403 300	446 700	446 700	507 300	507 300	564 200	564 200	607 600	607 600	651 000
Доход/убыток от операционной деятельности	299 800	386 600	386 600	473 400	483 400	604 600	604 600	718 400	718 400	795 200	795 200	882 000
<i>Норма операционной прибыли</i>	<i>17%</i>	<i>19%</i>	<i>19%</i>	<i>21%</i>	<i>22%</i>	<i>24%</i>	<i>24%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>	<i>26%</i>	<i>26%</i>	<i>27%</i>
Прибыль до налога на прибыль	299 800	386 600	386 600	473 400	483 400	604 600	604 600	718 400	718 400	795 200	795 200	882 000
Налоги (3%)						385 080						525 285
Чистый доход/убыток	299 800	386 600	386 600	473 400	483 400	219 520	604 600	718 400	718 400	795 200	795 200	356 715
<i>Норма чистой прибыли</i>	<i>17%</i>	<i>19%</i>	<i>19%</i>	<i>21%</i>	<i>22%</i>	<i>9%</i>	<i>24%</i>	<i>25%</i>	<i>25%</i>	<i>26%</i>	<i>26%</i>	<i>11%</i>
ЧИСТЫЙ ДОХОД/ (УБЫТОК) НАРАСТАЮЩИМ ИТОГОМ	660 215	1 046 815	1 433 415	1 906 815	2 390 215	2 609 735	3 214 335	3 932 735	4 651 135	5 446 335	6 241 535	6 598 250

10.3. Финансовые индикаторы

Таблица 27 – Расчет эффективности проекта

Денежные потоки:	2017	2017	2018	2019	Всего
Поступления		4 379 500	30 345 500	20 230 333	54 955 333
Платежи	3 000 000	7 519 085	24 107 665	16 071 777	47 698 527
Денежный поток	-3 000 000	-3 139 585	6 237 835	4 158 557	7 256 807
Денежный поток нарастающим итогом	-3 000 000	-6 139 585	98 250	4 256 807	
Номер года	0	1	2	3	
Дисконтированный денежный поток	-3 000 000	-1	0	0	-3 000 001

Скорректированный денежный поток	-3 450 000	-3 610 523	7 173 510	4 782 340
----------------------------------	------------	------------	-----------	-----------

Срок окупаемости проекта, мес.	11
Чистая приведённая стоимость (NPV), тыс.тг.	1 720 944
Внутренняя норма доходности (IRR), %	32,12%
Модифицированная внутренняя норма доходности (MIRR), %	14,44%
Ставка дисконтирования:	15%
Ставка реинвестирования	9%
Индекс доходности (PI), %	0,57

Дисконтированный денежный поток сохраняет положительное значение, что свидетельствует об осуществимости проекта. Значение накопленного дисконтированного денежного потока за прогнозный период достигает 1 720,9 тыс.тенге. Внутренняя норма доходности (IRR) находится на очень хорошем уровне и составляет 32,12% годовых. Это обусловлено стабильной рентабельностью продаж и оборачиваемостью активов, которые позволяют генерировать достаточную величину денежного потока при невысоком уровне инвестиционных затрат. Период окупаемости проекта – 11 месяцев, что является хорошим показателем эффективности проекта.

Анализ показателей эффективности инвестиций настоящего проекта позволяет сделать вывод, что при прогнозируемых объемах реализации и капитальных вложениях проект является надежным и рентабельным. Успешная реализация настоящего проекта создает благоприятные перспективы для упрочения позиций предприятия на рынке по основным показателям, получения и увеличения в дальнейшем объемов чистой прибыли.

Проведенный маркетинговый анализ показывает наличие благоприятных тенденций развития рынка, что позволит инициатору проекта реализовать его в кратчайшие сроки и достичь планируемых показателей финансово-хозяйственной деятельности.

Проведенные финансовые расчеты по проекту, анализ полученных значений показателей коммерческой эффективности инвестиций для проекта позволяют охарактеризовать проект как доходный, с низким уровнем риска, высокой рентабельностью текущей деятельности и быстрым сроком окупаемости. Таким образом, проект эффективен, рентабелен, окупается в короткий срок и может рассматриваться как выгодное размещение инвестиций. Проект является коммерчески привлекательным предприятием для всех его участников.

11. Риски и факторы, снижающие риск

Риск, связанный с реализацией данного проекта, можно поделить на следующие, основные группы:

- маркетинговый риск, рыночный риск (отсутствие рынка сбыта)
- конкуренция
- риск потери имущества

Таблица 28 - Анализ рисков проекта

№ п/п	Вид риска	Мероприятия по снижению риска	Величина риска %
1.	Маркетинговый риск. Рыночный риск	<ul style="list-style-type: none"> • Выявление причин риска посредством детального анализа допущенных ошибок в маркетинговой деятельности и оперативное принятие управленческих решений по результатам анализа. • Создание комплекса маркетинговых мероприятий по оценке возможного риска и проведению коммерческой, финансово-кредитной, производственной, торгово-сбытовой и организационной деятельности, направленной на снижение уровня риска или на его страхование. • Постоянное улучшение качества, усиление рекламной кампании и другие маркетинговые мероприятия, обеспечивающие снижение степени риска, увеличение рынков сбыта. 	2,0
2.	Противодействие конкурентов. Недобросовестная конкуренция.	<ul style="list-style-type: none"> • Прогнозирование возможной реакции конкурентов на деловую активность предприятия. • Планирование контрмер в программе маркетинга. • Оценка положения на рынке реализации услуг, исследование факторов ее конкурентоспособности, изучение тенденций развития рынков и выработка основных направлений стратегии. 	2,0 %
3.	Риск потери имущества	<ul style="list-style-type: none"> • Заключение договоров со страховыми компаниями по страхованию риска потери имущества. 	0,5 %

12. Социально-экономическое и экологическое воздействие

12.1 Социально-экономическое значение проекта

При реализации проекта предусмотрено решение следующих задач:

- создание 3 рабочих мест, что позволит работникам получать стабильный доход;
- поступление в бюджет г. Алматы налогов в размере 1,6 тыс. тенге и других отчислений.

12.2 Воздействие на окружающую среду

Учитывая особенности предлагаемых услуг и то, что предприятие не осуществляет производственную деятельность, можно заключить, что эти услуги не будут оказывать негативного влияния на здоровье человека, животный и растительный мир, на прилегающую территорию и ее ландшафт.